

Bollen, Antje; Cordsen, Manuel; Heinemann, André W.; Nischwitz, Guido

**Research Report**

## Plattformökonomie in Bremen: Hintergründe und ökonomische Perspektiven "moderner" Erwerbstätigkeit

Schriftenreihe Institut Arbeit und Wirtschaft, No. 27/2020

**Provided in Cooperation with:**

Institut Arbeit und Wirtschaft (IAW), Universität Bremen / Arbeitnehmerkammer Bremen

*Suggested Citation:* Bollen, Antje; Cordsen, Manuel; Heinemann, André W.; Nischwitz, Guido (2020) : Plattformökonomie in Bremen: Hintergründe und ökonomische Perspektiven "moderner" Erwerbstätigkeit, Schriftenreihe Institut Arbeit und Wirtschaft, No. 27/2020, Institut Arbeit und Wirtschaft (IAW), Universität Bremen und Arbeitnehmerkammer Bremen, Bremen

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/216733>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

Antje Bollen, Manuel Cordsen,  
André W. Heinemann,  
Guido Nischwitz  
unter Mitarbeit von Dennis Look und  
Fabian Fortmann

**Plattformökonomie in  
Bremen:  
Hintergründe und  
ökonomische Perspektiven  
„moderner“ Erwerbstätigkeit**

Herausgeber: Institut Arbeit und Wirtschaft (iaw)  
Universität / Arbeitnehmerkammer Bremen  
Postfach 33 04 40  
28334 Bremen

Bestellung: Institut Arbeit und Wirtschaft (iaw)  
- Geschäftsstelle -  
Tel.: +49 421 218-61704  
[iaw-info@uni-bremen.de](mailto:iaw-info@uni-bremen.de)

1. Auflage 2020  
ISSN: 2191-7264

Antje Bollen, Manuel Cordsen,  
André W. Heinemann, Guido Nischwitz  
unter Mitarbeit von Dennis Look und Fabian Fortmann

**Plattformökonomie in Bremen:  
Hintergründe und ökonomische Perspektiven  
„moderner“ Erwerbstätigkeit**



## Kurzfassung

Die Digitalisierung stellt die Gesellschaft vor neue, große Herausforderungen. Neben der Digitalisierung von einzelnen Produktions- und Arbeitsprozessen, führt sie auch zu strukturellen, teils fundamentalen Veränderungen der Erwerbstätigkeit. Die Grenzen zwischen Selbstständigkeit und einer klassischen Arbeitnehmer-Arbeitgeberbeziehung sind gerade in Plattformmärkten teils intransparent und verschwimmen zunehmend. Dieser Wandel wird auch durch den Begriff der „Plattformökonomie“ widergespiegelt. Plattformunternehmen wie „Airbnb“, „Uber“ und „Amazon“ agieren heutzutage weltweit und haben enormen Einfluss auf das Wirtschaftsleben. Über ihre digitalbasierten Plattformen bringen sie Angebot und Nachfrage zusammen. Sie nutzen algorithmische Verfahren um die Daten von Anbietern und Kunden möglichst effizient in ihrem Sinne zu verwalten. Bei vielen dieser Plattformkonzepte werden Dienstleistungen an die Kunden der Plattformen vermittelt, die offiziell von Solo-Selbstständigen erbracht werden. Inwieweit es sich hierbei tatsächlich um den Status einer Selbstständigkeit handelt, ist Gegenstand juristischer Debatten. So wird beanstandet, dass die Plattformen vielmehr die Rolle eines Arbeitgebers innehätten, während die vermeintlich Selbstständigen folglich in einem Arbeitnehmerverhältnis stehen sollten. Hieran hängen Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen. Zwar bietet die Plattformarbeit einen niedrighschwelligigen Einstieg und flexiblen Umgang mit Arbeit, doch die Plattformarbeiter sehen sich vielfach mit unternehmerischen Risiken konfrontiert. Teilweise ist die Plattformarbeit zudem nur mit einem geringen Einkommensbezug verbunden.

Vor dem Hintergrund plattformökonomischer Entwicklungen wurde versucht, die Situation der Plattformarbeit in Bremen im Auftrag der Arbeitnehmerkammer Bremen näher beleuchtet. Das Projekt wurde in drei verschiedene Forschungsphasen unterteilt. Dabei ging es in einem ersten Schritt um die Identifizierung der Plattformökonomie in Bremen, während in einem zweiten Schritt die Qualifizierung der ermittelten Plattformaktivitäten erfolgte. Dazu gehörte es, einen Überblick über die Anzahl der Erwerbstätigen der Bremer Plattformökonomie zu gewinnen. Zudem sollte der Wissensstand zur Plattformökonomie von Institutionen im Land Bremen ermittelt werden. Im zentralen dritten Modul wurden die Bedingungen und Arbeitsstrukturen von Erwerbstätigen der bremischen Plattformökonomie näher untersucht. Dazu gehörten Aspekte wie die konkrete Form der Erwerbsarbeit sowie die Wahrnehmung und Gewährleistung von Ansprüchen, Rechten und Pflichten im Kontext der Plattformarbeit. Zentral war es auch einen Eindruck über das persönliche Empfinden der Plattformarbeiter über ihre Arbeit in der Plattformökonomie zu erhalten. Der Forschungsprozess war primär explorativ ausgerichtet und wurde mit qualitativen Methoden erschlossen.

Es hat sich gezeigt, dass die im Rahmen des Forschungsprojekts angefragten Institutionen und Organisationen nicht in dem Ausmaß über Kenntnisse zur Plattformökonomie oder Kontakte zu Plattformarbeitern verfügten. Im Fokus standen bislang Themen wie Mobilität, Logistik und Stadtentwicklung. Nichtsdestotrotz äußerten die angefragten Institutionen in den meisten Fällen ein hohes Interesse an der Thematik, was für seine Aktualität und Relevanz spricht. Der gering ausgeprägte Kenntnis- und Wissensstand der bremischen Institutionen zur Plattformökonomie ging einher mit kaum vorhandenen Kontakten zu Plattformarbeitern. Mit Ausnahme eines Interviewpartners ergaben sich die Kontakte zu Plattformarbeitern entweder nur über einen bundesweit agierenden Verband oder im Zuge eines alternativen Ansatzes, der sich erst im Laufe des Erhebungsprozesses entwickelt hat. Dieser Prozess hat gezeigt, dass für zukünftige Erhebungen in Bezug auf die Situation von Plattformarbeitern Methoden der Feldforschung naheliegend sind. Die Erkenntnisse aus den Forschungsinterviews mit Plattformarbeitern decken sich dennoch weitgehend mit den bisherigen Erkenntnissen aus der Forschungsliteratur. Die Tätigkeit wird als Nebenerwerb mit einer niedrighschwelligigen Eintrittshürde gesehen, während gleichzeitig teilweise intransparente Nutzungsbedingungen, mangelhafte Kommunikation seitens der Plattformbetreiber, unregelmäßige oder als zu niedrig empfundene Bezahlung, eine ungewisse Auftragslage und unvorhersehbare Veränderungen der Arbeitskonditionen benannt werden. Die Forderungen befragter Gewerkschaftsvertreter richten sich dementsprechend in Richtung der Schließung der Grauzone zwischen abhängiger Beschäftigung und Selbstständigkeit, damit die Plattformarbeiter den oben genannten Risiken vermeintlich ungerechtfertigter Selbstständigkeit entgegen können. Entsprechende regulative Maßnahmen könnten laut ihrer Aussage allerdings nicht allein auf Ebene der Hansestadt Bremen getroffen werden, sondern müssten bundesweit oder gar auf internationaler

Ebene in die Wege geleitet werden. In Bremen stellt Plattformarbeit nach bisherigen Erkenntnissen bislang ein Nischenphänomen dar.

Um die Auswirkungen von Plattformökonomie und Plattformarbeit in Bremen eingehender untersuchen zu können, werden zukünftig plattformspezifische und umfassendere Untersuchungen notwendig sein. Denn einerseits unterscheiden sich Plattformkonzepte je nach Branche so erheblich voneinander, dass eine Vergleichbarkeit nicht gegeben ist und andererseits bewegt sich Plattformarbeit bislang größtenteils außerhalb etablierter Institutionen, wodurch alternative Herangehensweisen an die Erschließung der Grundgesamtheit der Plattformarbeiter notwendig werden. Nachfolgende Untersuchung in Bremen sollten sich aus diesem Grund entweder auf die Branchen Mobilität, Logistik und Stadtentwicklung fokussieren, die sich in dieser Untersuchung als zentraler Gegenstand von Debatten im Kontext der Plattformökonomie in Bremen herauskristallisiert haben oder eine umfassendere Erhebung auf Grundlage von Methoden der Feldforschung angehen.

### **Abstract**

Digitalization poses a difficult challenge for our society. It introduced digital tools to work processes but nonetheless fundamental changes in the structure of work as well. The *platform economy* is a major agent of this process. Platforms as „Airbnb“, „Uber“, and „Amazon“ grew towards the status of global companies whose business concepts impose major consequences for the global economy. Those concepts are ought to bring together consumers and producers within the framework of their digital platforms. In order to do so they use algorithms to manage all available data of both consumers and producers, which the platforms are able to accumulate of their users, in favor of the economic interests of the platform company. Some platform concepts rely on the intermediation of services to its customers which are provided mostly by freelancers. Yet it is object of juridical debates whether platform workers have to be classified as employees or as freelancers. While platform work provides workers with fewer barriers to enter the labour market and allows flexible time management they are on the other hand exposed to entrepreneurial risks and in some cases low income.

On the background of the challenging developments of the platform economy the Institute for Labour and the Economy (iaw) has been assigned by the Arbeitnehmerkammer Bremen (Chamber of Employees) to examine the state of platform work in Bremen. The research project has been separated into three steps. In the first step the overall platform activities in Bremen were identified, while in a second step these activities were examined in terms of quality. Aspects like types of employment as well as the provision of employment rights and responsibilities of platform workers were parts of this examination. Furthermore the personal perspectives of the platform workers were crucial for this research project. Thus the research process was mainly aligned along qualitative and explorative methods.

Researching the knowledge and experiences of institutions and actors in Bremen it has been revealed that most of those actors were not in possession of relevant knowledge about platform work in Bremen as it was first assumed by the researchers. The knowledge of some of the institutions in contrast focussed on issues of mobility, logistics and city development. But nonetheless all the institutions contacted by the researchers were highly interested in the issue of platform work.

The spare knowledge of institutions and actors in Bremen on platform work obviously was accompanied by almost no direct relations towards platform workers. With exception of one interview partner contacts of the researchers to platform workers merely had been established by reaching out to a country-wide operating organization and by employing alternative strategies. These circumstances showed that future research probably needs to rely on methods of field investigations to research labour conditions in the platform economy. The results conducted by qualitative interviews with platform workers nonetheless overall confirmed the findings of previous studies. Platform labour is widely seen as an additional income with low entry

---

barriers while on the other hand non-transparent terms of use, poor communication by the platform companies, irregularities in payment, low income, and unforeseeable changes in labour conditions have been named as problematic. According to this findings labour union representatives direct their demands on closing the juridical gap between dependent employment and the status of freelancers so that platform workers cannot unjustified be labelled as freelancers. According to the union representatives appropriate juridical measures have to be deployed on federal level or even on an international level. Overall platform work seems to be of little relevance in Bremen at the time of the publication of this study.

In order to further examine the platform economy and platform work as well in Bremen it will be necessary to apply more platform specific and comprehensive research. For one platform concepts vary remarkably from another regarding the economic branch they are deployed in what makes it barely possible to compare them. Additionally platform work to this day mostly takes place outside of established institutions and organizations what makes it necessary to find alternative ways to examine the population of platform workers in detail. We suggest that further studies either focus on the sectors of mobility, logistics and city development, as these are crucial sectors of the public debate on the development of the platform economy in Bremen, or research platform work by employing further tools of field investigation.



## Inhaltsverzeichnis

<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>9</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>9</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>10</b>
<b>1 EINLEITUNG .....</b>	<b>11</b>
<b>2 STAND DER FORSCHUNG .....</b>	<b>14</b>
<b>3 FORSCHUNGSFRAGEN IM BREMER KONTEXT .....</b>	<b>15</b>
<b>4 HINTERGRÜNDE ZUR PLATTFORMÖKONOMIE .....</b>	<b>16</b>
4.1 FORMEN DER PLATTFORMARBEIT .....	17
4.1.1 Cloudwork und Crowdwork .....	18
4.1.2 Gigwork .....	19
4.1.3 (Solo-)Selbstständige .....	20
4.2 CHANCEN UND RISIKEN DER PLATTFORMARBEIT .....	20
4.2.1 Flexibilität, Arbeitsmarktzugang und Netzwerkeffekte .....	20
4.2.2 Unternehmerisches Risiko, Versicherungsschutz und Einkommen .....	21
4.2.3 Überwachung und Kontrolle .....	22
4.2.4 Besonderheiten von Cloud- und Crowdwork .....	22
4.2.5 Zwischenfazit .....	22
4.3 ERHEBUNGEN ZU PLATTFORMÖKONOMIE UND –ARBEIT .....	23
4.3.1 Erhebungen auf der europäischen Ebene .....	23
4.3.2 Erhebungen auf der Bundesebene .....	24
4.3.3 Erhebungen auf der Ebene der Bundesländer, Städte und Kommunen .....	25
<b>5 PHASE I UND II: IDENTIFIZIERUNG UND QUALIFIZIERUNG EINER PLATTFORMÖKONOMIE IN BREMEN .....</b>	<b>27</b>
5.1 METHODIK .....	27
5.2 IDENTIFIZIERTE PLATTFORMEN .....	28
5.3 ZWISCHENFAZIT .....	30
<b>6 PHASE III: QUANTIFIZIERUNG VON ERWERBSTÄTIGEN IN DER BREMISCHEN PLATTFORMÖKONOMIE .....</b>	<b>31</b>
6.1 PLATTFORMSPEZIFISCHE UNTERSUCHUNG .....	31
6.1.1 Auswahl exemplarischer Plattformen .....	31
6.1.2 Auswertung .....	33
6.1.3 Status der Erwerbstätigkeit und der Rolle von Plattform und Plattformarbeiter .....	33
6.1.4 Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs .....	34
6.1.5 Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen .....	35
6.1.6 Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformkunden und Plattformarbeitern .....	35
6.1.7 Weiteres .....	36
6.1.8 Zwischenfazit .....	36

---

6.2	ONLINE-UMFRAGE.....	37
6.2.1	Verbreitung der Online-Umfrage .....	37
6.2.2	Konstruktion der Online-Umfrage .....	38
6.2.3	Auswertung.....	38
6.2.4	Plattformzugehörigkeit .....	39
6.2.5	Selbstständigkeit.....	40
6.2.6	Motivation .....	41
6.2.7	Dauer der Tätigkeit .....	41
6.2.8	Häufigkeit der Tätigkeit/Zusammenarbeit.....	41
6.2.9	Arbeitserleichterung durch die Plattform bzw. Anspruchsniveau der Plattformarbeit .	42
6.2.10	Einkommen.....	42
6.2.11	Unternehmenskultur .....	43
6.2.12	Zwischenfazit .....	43
6.3	VORBEREITUNG DER GEPLANTEN INTERVIEWS .....	44
6.3.1	Gewinnung der Interviewteilnehmer .....	44
6.3.2	Experten- und Interviewkonzeption .....	44
6.3.3	Konstruktion der Interviewleitfäden .....	45
6.3.4	Akquirierung von Interviewpartnern und Spezifizierung der Interviewleitfäden.....	45
6.4	AUSWERTUNG DER ERWERBSTÄTIGENINTERVIEWS.....	46
6.4.1	Persönliches und Aufnahme der Plattformarbeit.....	47
6.4.2	Rahmenbedingungen .....	47
6.4.3	Arbeitsbedingungen und Arbeitsprozesse.....	49
6.4.4	Weiteres.....	51
6.4.5	Zwischenfazit .....	52
6.5	AUSWERTUNG DER EXPERTENINTERVIEWS .....	52
6.5.1	Themenfelder.....	52
6.5.2	Probleme .....	53
6.5.3	Forderungen .....	54
6.5.4	(Langfristige) Perspektiven .....	54
6.5.5	Zwischenfazit .....	55
<b>7</b>	<b>SCHLUSSFOLGERUNGEN .....</b>	<b>57</b>
7.1	IDENTIFIKATION UND DEFINITION .....	57
7.2	ANZAHL DER ERWERBSTÄTIGEN .....	58
7.3	WISSENSSTAND DER AKTEURE.....	58
7.4	ERWERBSFORMEN .....	59
7.5	WAHRNEHMUNG DER ERWERBSTÄTIGEN.....	60
<b>8</b>	<b>AUSBLICK.....</b>	<b>61</b>

<b>LITERATUR .....</b>	<b>63</b>
<b>ANHANG I: ERMITTELTE INFORMATIONEN ZU DEN UNTERSUCHTEN PLATTFORMEN .....</b>	<b>67</b>
<b>ANHANG II: UMFRAGE – PLATTFORMÖKONOMIE IN BREMEN .....</b>	<b>75</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Einordnung relevanter Plattformbegriffe .....	12
Abbildung 2:	Beispiele für verschiedene Plattformen .....	15
Abbildung 3:	Exemplarische Einordnung der in Bremen identifizierten Plattformen mit Ortsangabe ihres Sitzes .....	29
Abbildung 4:	Darstellung der Ergebnisse der Frage "Für welche der folgenden Plattformen sind Sie tätig bzw. im Auftrag welcher Plattform arbeiten Sie?" .....	40

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Foodora. ....	67
Tabelle 2:	Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Pflegix. ....	68
Tabelle 3:	Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Helpling. ....	69
Tabelle 4:	Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Homebell. ....	71
Tabelle 5:	Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Taxi.de. ....	72
Tabelle 6:	Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Amazon Mechanical Turk (MTurk). ....	73
Tabelle 7:	Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform 99designs. ....	74

## Abkürzungsverzeichnis

<b>AGB</b>	Allgemeine Geschäftsbedingungen
<b>AGD</b>	Allianz deutscher Designer
<b>BMAS</b>	Bundesministerium für Arbeit und Soziales
<b>BMWi</b>	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
<b>DGB</b>	Deutscher Gewerkschaftsbund
<b>DGUV</b>	Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung
<b>EU</b>	Europäische Union
<b>FVP</b>	Fachvereinigung Personenverkehr
<b>IG BAU</b>	Industriegewerkschaft BAUEN-AGRAR-UMWELT
<b>IG Metall</b>	Industriegewerkschaft Metall
<b>KI</b>	Künstliche Intelligenz
<b>MTurk</b>	Amazon Mechanical Turk
<b>ÖPNV</b>	Öffentlicher Personennahverkehr
<b>PwC</b>	PricewaterhouseCoopers
<b>ver.di</b>	Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft

# 1 Einleitung

Durch alle Branchen hinweg vollzieht sich derzeit ein technologischer Wandel. Neben digitalisierten Produkten und Dienstleistungen umfasst die digitale Entwicklung auch die Etablierung von neuen innovativen und serviceorientierten Geschäftskonzepten. Dazu gehören moderne Internetplattformen. In den vergangenen Jahren haben viele dieser Plattformunternehmen am Markt Fuß fassen können, die heutzutage als globale Konzerne erfolgreich agieren (Bruhn/Hadwich 2017). Bei diesen unternehmerischen Konzepten werden Angebot und Nachfrage über eine vermittelnde, digitale Plattform zusammengebracht. Dieses globale Phänomen wird häufig mit dem Begriff der Plattformökonomie verbunden (Greef et al. 2017: 15).

Dabei existieren neben dem Terminus der Plattformökonomie noch viele weitere Begrifflichkeiten, die in einem gleichen oder ähnlichen Kontext verwendet werden. So finden Bezeichnungen wie Sharing Economy, Gig Economy oder kollaborative Wirtschaft oftmals synonyme Verwendung<sup>1</sup> (Kilhoffer et al. 2017). Häufig genannte Vertreter der Plattformökonomie sind beispielsweise die Unternehmen „Amazon“, „Uber“ und „Airbnb“. Im Kontext von Markttransaktionen können die Plattformbetreiber neben einer reinen Vermittlungsfunktion verschiedene Rollen zwischen den Parteien einnehmen. Ihre Präsenz in der Abwicklung ist je nach Geschäftskonzept des Plattformbetreibers unterschiedlich stark ausgeprägt. Dieser Sachverhalt hat zu herausfordernden Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt geführt (Greef et al. 2017: 15). In politischen und rechtlichen Diskussionen geht es oftmals um die Frage, welche Erwerbsbeziehungen zwischen den Akteuren formal bestehen oder aber bestehen sollten. Ein klar definiertes Erwerbsverhältnis sei nach Kilhoffer et al. (2017) zentral, da mit diesem bestimmte Rechte und Pflichten einhergehen würden. Werden Dienste von Privatpersonen über elektronische bzw. digitale Plattformen angeboten, handelt es sich häufig nicht um ein Anstellungsverhältnis bei der entsprechenden Plattform, sondern um eine unternehmerische Tätigkeit als Selbstständiger (Peitz/Schwalbe 2016; Kilhoffer et al. 2017). Hier stellt sich bereits die Frage, inwieweit Plattformbetreiber tatsächlich eine Arbeitgeberfunktionen einnehmen oder sich unter Umständen möglichen, teils arbeitsrechtlichen Verpflichtungen entziehen können. Auf dieser Ebene habe die Plattformökonomie nach Kilhoffer et al. (2017) mehrfach Interessenskonflikte, Unsicherheiten und Spannungen erzeugt.

Greef et al. (2017) benennen trotz der verschiedenartigen Plattformkonzepte und Erwerbsstrukturen auch Gemeinsamkeiten solcher Konzepte. So sei die Arbeit in der Plattformökonomie „gesetzlich kaum geregelt, nicht sozial abgesichert, nicht tariflich reguliert und nicht mitbestimmt“ (Greef et al. 2017: 15). Das Aufkommen der Plattformökonomie habe dazu geführt, dass „zwischen professionellem Angebot und amateurhaftem Gelegenheitsauftrag“ nicht differenziert werden könne (Stegemann 2016). Ebenso schwer voneinander zu trennen wären die „private Hilfe und Schwarzarbeit“ (Stegemann 2016). Die Plattformökonomie führe laut Stegemann (2016) zu einem Wandel des Arbeitsbegriffs.

Auch die Bundesvorstandsabteilung Wirtschafts-, Finanz-, und Steuerpolitik des DGB (2017) kritisiert die Bedingungen, unter denen Arbeit über Vermittlungsplattformen von Dienstleistungen erfolge und fordert die Politik dazu auf, Plattformbetreiber zur Gewährleistung fairer Standards in die Pflicht zu nehmen. Die Betreiber haben demnach das Mindestmaß an gerechter Bezahlung, sozialer Absicherung und sonstiger Arbeitsbedingungen sicherzustellen. Darüber hinaus fordert der DGB eine Qualitätssicherung der Dienstleistungen sowie die Möglichkeit sich im Rahmen der Plattformarbeit gewerkschaftlich organisieren zu können.

---

<sup>1</sup> Obwohl es bei den Begriffen zu Überschneidungen mit dem Begriff Plattformökonomie kommt, wird bei genauerer Betrachtung ersichtlich, dass sie dennoch unterschiedliche Aspekte betrachten.

**Abbildung 1: Einordnung relevanter Plattformbegriffe**

Bezeichnung des Plattformakteurs	Beschreibung
Plattformbetreiber, Plattformanbieter, Plattformunternehmen, Plattform	Unternehmen, die Plattformen betreiben, auf denen die Plattformkunden und Dienstleister zusammentreffen.
Plattformarbeiter, Dienstleister	Akteure, die eine Erwerbstätigkeit im Zusammenhang mit einer Plattform ausüben oder (Klein-)Unternehmen die ihre Güter und/oder Dienstleistungen auf einer Plattform anbieten. Die Abgrenzung zwischen (Solo-) Selbstständigen und abhängig Beschäftigten ist - je nach Branche - in diesem Kontext oftmals nicht eindeutig und Bestandteil juristischer Debatten.
Plattformnutzer, Plattformkunde, Auftraggeber	Akteure, die eine über die Plattform vermittelte Dienstleistung in Anspruch nehmen oder angebotene Güter über die Plattform beziehen. Dies können auch Akteure sein, die eine Aufgabe bzw. einen Auftrag an Dienstleister über die Plattform einstellen oder ausschreiben.

Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

Vor dem Hintergrund der herausfordernden Entwicklungen im Bereich (digitalbasierten) Plattformökonomie, wurde die Situation der Plattformarbeit auf der Ebene der Stadtgemeinde Bremen im Rahmen dieses Forschungsprojekts im Auftrag der Arbeitnehmerkammer Bremen näher beleuchtet. Der lokale Bezug machte es erforderlich, zunächst die Aktivitäten der Plattformökonomie in Bremen zu untersuchen. Das Projekt wurde in drei verschiedene Forschungsphasen unterteilt. Dabei ging es in einem ersten Schritt um die umfassende Identifizierung einer Plattformökonomie in Bremen, während in einem zweiten Schritt die Qualifizierung der ermittelten Plattformaktivitäten erfolgte. Dazu gehörte es auch, einen Überblick über die Anzahl der Erwerbstätigen der Bremer Plattformökonomie zu gewinnen. Zudem sollte der Wissensstand der Plattformökonomie von Akteuren im Lande Bremen ermittelt werden. Im zentralen dritten Modul wurden die Bedingungen und Arbeitsstrukturen von Erwerbstätigen der bremischen Plattformökonomie näher untersucht. Dazu gehörten Aspekte wie die konkrete Form der Erwerbsarbeit sowie die Wahrnehmung und Gewährleistung von Ansprüchen, Rechten und Pflichten im Kontext der Plattformarbeit. Zentral war es auch einen Eindruck über das persönliche Empfinden der Plattformarbeiter über die Arbeit in der Plattformökonomie zu erhalten.

Für den vorliegenden Bericht ist zunächst eine begriffliche Festlegung für die verschiedenen Akteure, die in der Abwicklung des Plattformgeschäfts<sup>2</sup> eingebettet sind, notwendig. Die strikte Festlegung auf Termini ist wesentlich, weil sich die Bezeichnungen - je nach Plattformkonzept und je nach der betrachteten Perspektive - überschneiden oder gar decken können.<sup>3</sup> In *Abbildung 1* wird beschrieben, welche Bezeichnungen für welchen Akteur im jeweiligen Kontext verwendet werden.

<sup>2</sup> Der Begriff „Plattformgeschäft“ zielt auf das unternehmerische, operative Geschäft (das Kerngeschäft) des Plattformbetreibers ab. Im Weiteren wird unter anderem für den selben Kontext auch das Wort „Plattformkonzept“, „Geschäftsmodell“ oder „Geschäftskonzept“ verwendet.

<sup>3</sup> So könnten zum Beispiel mit dem Begriff „Plattformnutzer“ sowohl die Anbieter einer Dienstleistung gemeint sein, als auch diejenigen Personen, die diese Leistung über die Plattform in Anspruch nehmen. Letztlich nehmen beide Parteien die Rolle des Nutzers ein. Auch der Begriff „Plattformanbieter“ kann einerseits für das Unternehmen stehen, das das Plattformkonzept entwickelt hat und die Plattform betreibt sowie für diejenigen Akteure, die über die entwickelte Plattform ihre Güter und Dienstleistungen Dritten zur Verfügung stellen.

Wie bereits angeklungen, kommt es in Debatten über die Plattformökonomie häufig zur Frage nach dem Erwerbsstatus von Erwerbstätigen in Plattformmärkten: Welcher Erwerbsstatus liegt formal vor und sollte im Sinne des Arbeitsschutzes womöglich ein anderer Status vorliegen? Warum dieser Aspekt von zentraler Relevanz ist, wird in Abschnitt 4.2 *Chancen und Risiken der Plattformarbeit* verdeutlicht. In der Literatur findet eine grundlegende Differenzierung zumeist zwischen „Selbstständigen“<sup>4</sup> und „abhängig Beschäftigten“<sup>5</sup> statt. Charakteristisch für eine abhängige Beschäftigung im vorliegenden Bericht ist das formale Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis, dass durch einen Arbeitsvertrag<sup>6</sup> zwischen diesen zwei Parteien begründet wird. Wird das Wort „Erwerbstätige“ verwendet, werden entsprechenden Kontext beide Parteien gleichermaßen berücksichtigt.

Im nachfolgenden Kapitel 2 wird ein Überblick über den Stand der Forschung gegeben. Daran anknüpfend erfolgt in Kapitel 3 die Präsentation der Forschungsfragen des vorliegenden Projekts. In Kapitel 4 werden die Hintergründe der Plattformökonomie näher beleuchtet. Dazu gehören die Formen der Plattformarbeit sowie die damit verbundenen Chancen und Risiken der Plattformarbeiter. Zum Ende des Kapitels werden Ergebnisse aus bisherigen Erhebungen und Forschungsaktivitäten zur Plattformökonomie und -arbeit vorgestellt. Kapitel 5 behandelt das methodische Vorgehen, die Auswertung und Ergebnisse der Forschungsphasen I und II. Im darauffolgenden Kapitel 6 erfolgt die Auswertung der Forschungsphase III. Zum methodischen Vorgehen gehört eine plattformspezifische Analyse im Zuge von Internet- bzw. insbesondere Website-Recherchen, eine Online-Umfrage sowie die Durchführung von Forschungsinterviews mit Erwerbstätigen der bremischen Plattformökonomie sowie Vertretern von relevanten Institutionen und Organisationen. Die wesentlichen Erkenntnisse aus dem Forschungsprojekt und dem Projektverlauf werden in Kapitel 7 abschließend zusammengefasst. Im finalen Kapitel 8 wird ein Ausblick für potenziell anknüpfende Forschungsaktivitäten im Bereich der Plattformökonomie gegeben.

Die hier vorliegende Untersuchung stellt letztlich neben anderen Forschungsarbeiten einen zusätzlichen Einstieg in die Thematik der wachsenden Bedeutung von Plattformökonomien und deren Chancen, Herausforderungen und Risiken für die Ökonomie, für Erwerbstätige und für eventuell notwendige staatliche Regulierungsaktivitäten dar. Insofern konnten einige Fragen aufgeriffen, aber sicherlich noch nicht abschließend behandelt werden. Vielmehr hat die Forschungsarbeit gezeigt, dass noch einiger Forschungsaufwand notwendig ist, um ein klares und eindeutiges Bild zu insbesondere digitalbasierten Plattformökonomien und deren ökonomische sowie wettbewerbspolitische Implikationen zu zeichnen.

---

<sup>4</sup> Im juristischen Sinne gilt es zwischen Termini wie „Selbstständigen“, „Solo-Selbstständigen“ oder „Freiberuflern“ zu unterscheiden. Im vorliegenden Bericht erfolgt hingegen keine differenzierte rechtliche Unterscheidung, da diese Begriffe im allgemeinen Sprachgebrauch häufig synonym verwendet werden. Eine spezifische Unterscheidung wird im Rahmen des Projekts als zu umfangreich bewertet.

<sup>5</sup> Neben der „abhängigen Beschäftigung“ finden in diesem Kontext zum Beispiel auch die Begriffe „Arbeitnehmer“ und „feste Anstellung“ Verwendung. Im juristischen Sinne gilt es hingegen zwischen diesen Begriffen zu unterscheiden, unter anderem weil diese Termini unterschiedlichen Gesetzesgrundlagen entstammen. Auch hier werden die Begriffe im allgemeinen Sprachgebrauch vielfach synonym verwendet. Ebenso wird auch hier eine spezifische Einordnung dieser oder ähnlicher Begriffe im Rahmen des Projekts als zu umfangreich bewertet. So bleibt die kleinteilige rechtliche Unterscheidung im vorliegenden Bericht an dieser Stelle unbeachtet.

<sup>6</sup> In §611a des BGB zum Arbeitsvertrag heißt es:

„(1) Durch den Arbeitsvertrag wird der Arbeitnehmer im Dienste eines anderen zur Leistung weisungsgebundener, fremdbestimmter Arbeit in persönlicher Abhängigkeit verpflichtet. Das Weisungsrecht kann Inhalt, Durchführung, Zeit und Ort der Tätigkeit betreffen. Weisungsgebunden ist, wer nicht im Wesentlichen frei seine Tätigkeit gestalten und seine Arbeitszeit bestimmen kann. Der Grad der persönlichen Abhängigkeit hängt dabei auch von der Eigenart der jeweiligen Tätigkeit ab. Für die Feststellung, ob ein Arbeitsvertrag vorliegt, ist eine Gesamtbetrachtung aller Umstände vorzunehmen. Zeigt die tatsächliche Durchführung des Vertragsverhältnisses, dass es sich um ein Arbeitsverhältnis handelt, kommt es auf die Bezeichnung im Vertrag nicht an.

(2) Der Arbeitgeber ist zur Zahlung der vereinbarten Vergütung verpflichtet.“



## 2 Stand der Forschung

Derzeit ist noch eine umfangreichere Definitionsleistung notwendig, um die Plattformökonomie umschreiben zu können. Veröffentlichungen, die sich dezidiert mit einer Abgrenzung verschiedener Geschäftsmodelle innerhalb der Plattformökonomie befassen sind rar gesät. Dabei ist das Spektrum an Geschäftskonzepten sehr weit aufgefächert zwischen Sharing- und kommerziellen Plattformen. Um die Geschäftsmodelle von Plattformen wie Wikipedia oder „Netflix“ und „Spotify“ von solchen wie „Deliveroo“ und „Amazon Mechanical Turk“ adäquat einordnen zu können, ist eine Differenzierung notwendig. Besonders in Bezug auf Plattformen, die Dienstleistungen vermitteln, ergeben sich Implikationen auf die Arbeitsbedingungen der Plattformarbeiter, die eines genaueren Blickes erfordern.

Zunächst gilt anzumerken, dass aufgrund der schier Fülle und Entwicklung an Plattform-Konstruktionen eine abschließende Kategorisierung bislang noch nicht möglich ist (Leist et al. 2017). Der genaueren Definition von Plattformmärkten wird hier eine Beschreibung der technischen Voraussetzungen vorangestellt, die die vorhandene Variation an verschiedenen Plattformen erklärt. *Abbildung 2* zeigt einige Beispiele für verschiedene Plattformarten.

Für alle Plattformen gilt in erster Linie prinzipiell, dass es sich bei ihnen um zweiseitige, über das Internet vermittelte Märkte handelt. In solchen Märkten werden zwei Akteurs-Seiten durch eine oder mehrere Plattformen miteinander verbunden, wofür beide Seiten in irgendeiner Form bezahlen bzw. bezahlt werden (Baums 2015). Insgesamt sind auf diesen Märkten drei Parteien involviert: Der Plattformanbieter, die Plattformkunden und die Dienstleister bzw. Plattformarbeiter. Der Plattformanbieter nimmt in der Regel eine vermittelnde Rolle ein (Schmidt 2016; Greef et al. 2017).

Infrastrukturell haben diese Plattformmärkte eine rein technische Grundlage. Ein technisches Gerät, für das externe Unternehmen eigene Ergänzungen entwickeln können, ist ein Beispiel hierfür. Im Falle eines Smartphones beispielsweise fungieren die Entwickler des jeweiligen Betriebssystems (zum Beispiel Android oder iOS) als Plattformanbieter. Das Betriebssystem ist die Plattform auf dessen Grundlage App-Entwickler Programme und Dienstleistungen entwickeln und vermarkten können. In „Apples“ „App-Store“ gehen die App-Entwickler beispielsweise ein Vertragsverhältnis mit Apple ein, um ihre App dort gegen eine Gebühr den Endkunden anbieten zu können. Dabei ist es außerdem möglich, dass App-Entwickler ebenfalls Betreiber einer Plattform sind. Jede Plattform ist der Kern einer ihn umgebenden Umwelt, die aus Kunden und Dienstleistern besteht. Ein Beispiel sind die Lieferdienstunternehmen Foodora und Deliveroo, die eigene Apps für verschiedene Smartphonebetriebssysteme anbieten und ihrerseits ebenfalls einen zweiseitigen Markt betreiben (Baums 2015).

Die Plattformanbieter bestimmen die Geschäftsbedingungen gegenüber ihren Geschäftspartnern und befinden sich somit in einer Vormachtstellung auf ihrem selbst geschaffenen Markt, sind aber auch verantwortlich dafür, dass sich ein vitales Ökosystem um die Plattform entwickelt. Bleiben beispielsweise Anreize für Dienstleistungsanbieter oder Kunden aus, die Plattform zu nutzen, dann wandern eventuell beide Parteien ab. So führte die relative Geschlossenheit des App-Stores und des iOS zur Etablierung des Android-Betriebssystems (Baums 2015). Zur Vormachtstellung der Plattformanbieter gehört darüber hinaus der je nach Plattform volle Zugang zu den Daten, die durch die Beteiligten aggregiert werden und die vom Plattformanbieter verwertet werden können (Baums 2015; Schmidt 2016). Ein Beispiel hierfür ist das soziale Netzwerk „Facebook“.

Die zentralen technischen Elemente der digitalen Plattformen sind die Kommunikation über das Internet und das algorithmische Management (Schmidt 2016). Das algorithmische Management erlaubt es, den Plattformen große Datenmengen automatisiert zu verarbeiten und auf deren Grundlage zwischen den beiden Parteien ihrer Plattform zu vermitteln (Schmidt 2016). So fließt im Falle der Plattform Amazon eine Vielzahl an durch die Plattform gesammelten Daten in die Auswahl der Produkte ein, die den individuellen Kunden zum Kauf vorgeschlagen werden. Der Algorithmus wird von den Plattformanbietern streng geheim gehalten, weil er ein wesentliches Kontrollwerkzeug über die automatisierte Datenverwaltung der Plattform darstellt. Die Möglichkeit im großen Umfang Daten von beiden Parteien zu sammeln und diese

automatisiert zu verwerten erlaubt es Plattformanbietern ihr Geschäftsmodell kostensparend zu skalieren, da kaum zusätzliche Investitionen in Personal sondern nur in technische Infrastruktur notwendig sind. Diese Skalierbarkeit in Kombination mit der Möglichkeit zentraler Akteur eines selbst geschaffenen Marktes zu sein macht Plattformanbieter attraktiv für Investoren. Dieses Potenzial wird verstärkt, wenn der Schwerpunkt des Plattformanbieters in einer disruptiven Branche liegt, also einer Branche, in der klassische Konkurrenzunternehmen im Vergleich zu den Plattformen beispielsweise in Bezug auf Personalkosten nicht wettbewerbsfähig sind (Schmidt 2016). Um in dieser Entwicklung anderen Plattformbetreibern zuvor zu kommen und als erste Plattform einen Markt etablieren und somit dominieren zu können, steht besonders für verbraucherbezogene Plattformen schnelles und starkes Wachstum vor einem kurzfristigen Profitgedanken (Baums 2015).

**Abbildung 2: Beispiele für verschiedene Plattformen**

Art	Plattformen
Desktop OS	Unix, Mac, Windows
Spielekonsolen	Wii, Xbox, Playstation
Soziale Netzwerke	Facebook, LinkedIn, Twitter
Voice over Internet Protocol (VoIP)	Skype

Quelle: Parker/Alstyne (2012) in Baums (2015).

Neben dem bereits erwähnten hohen Stellenwert der Plattformumwelt und der Skalierbarkeit unterliegen Plattformen weiteren Triebkräften. Sie fungieren als Transaktionskosten-Senker für den Austausch zwischen Anbietern und Kunden und bieten eine Grundlage für ein aktives Innovationsmanagement. Die heute bekannten Plattformen haben sich zum Teil evolutionär aus für Unternehmen schon bekannten Produktplattformen und Beschaffungsketten entwickelt. Ein verhältnismäßig neuer Trend besteht darin bestehende Plattformen in andere Industriezweige zu integrieren, wie beispielsweise die Integration von Musikplattformen in Kraftfahrzeuge (Baums 2015).

### 3 Forschungsfragen im Bremer Kontext

Auf Grundlage dieser theoretischen und wissenschaftlichen Erkenntnisse wurde das „iaw“ von der Arbeitnehmerkammer Bremen zu einer explorativen Untersuchung der Plattformökonomie der Freien Hansestadt Bremen beauftragt. Zentral für das Projekt war die Analyse der Vertragsbedingungen und Arbeitsstrukturen unter denen Erwerbstätigkeit auf oder mit den Plattformen stattfindet. Das Projekt sollte dazu beitragen, grundlegende Erkenntnisse über Existenz und Volumen einer Plattformökonomie in Bremen zu gewinnen sowie über ihre Rolle als Arbeitsmarkt innerhalb der bremischen Wirtschaft. Daher war der Forschungsprozess methodisch primär qualitativ und explorativ ausgerichtet. Das Projekt wurde in drei aufeinander aufbauende Phasen gegliedert, innerhalb derer es jeweils zwei bis drei Fragestellungen zu beantworten gab.

In einem ersten Schritt war die Identifizierung einer Plattformökonomie in Bremen vorgesehen. Dabei galt es grundsätzlich die Aktivitäten, die dem Begriff der Plattformökonomie zuzuordnen sind, zu ermitteln. Auch war beabsichtigt, in diesem Zuge die Anzahl von Plattformarbeitern in Bremen zu bestimmen. Die Forschungsfragen der Phase I lauteten wie folgt:

- a) *Welche Aktivitäten im Bereich der Plattformökonomie lassen sich im Land Bremen identifizieren?*
- b) *Wie viele Erwerbstätige arbeiten in Bremen für eine Plattform?*

Daran anknüpfend erfolgte in einem zweiten Modul eine Qualifizierung der ermittelten Plattformökonomie. Die in Bremen praktizierten plattformökonomischen Aktivitäten sollten entsprechend definitorisch erfasst

werden. Zudem sollte in dieser Forschungsphase auch der Wissensstand zum Thema Plattformökonomie von bremischen Akteuren ermittelt werden. Für diese Phase II waren die folgenden Fragen zentral:

- c) *Wie lässt sich der Begriff der Plattformökonomie für das Land Bremen definieren?*
- d) *Wie ist der Wissensstand von Akteuren im Lande Bremen über eine hier existierende Plattformökonomie?*

Die dritte Phase bildete das elementare Modul, da anknüpfend an die identifizierten Plattformen die Bedingungen und Arbeitsstrukturen von Erwerbstätigen innerhalb der Plattformökonomie näher untersucht wurden. Hierzu zählten Aspekte wie die konkrete Form der Erwerbsarbeit, die Wahrnehmung und Gewährleistung von Ansprüchen, Rechten und Pflichten seitens Plattformbetreiber und -arbeiter und deren persönliches Empfinden über die Arbeit in der Plattformökonomie. Vor diesem Hintergrund wurden in Phase III die unten aufgeführten Fragen behandelt:

- e) *In welchem Erwerbsverhältnis stehen die Plattformarbeiter? Welche Formen der Erwerbstätigkeit sind zu erfassen?*
- f) *Inwieweit werden (gesetzliche) Ansprüche, Rechte und Pflichten durch die Plattformbetreiber sowie Plattformarbeiter gewährleistet bzw. wahrgenommen?*
- g) *Wie empfinden die Erwerbstätigen das Arbeiten im Bereich der Plattformökonomie und mit welchen Problemen und/oder Vorzügen sehen sie sich konfrontiert?*

## 4 Hintergründe zur Plattformökonomie

Obwohl die Forschungsliteratur in der definitorischen Abgrenzung von verschiedenen Plattfortmtypen noch nicht eindeutig ist, können bereits unterschiedliche Typen mit unterschiedlichen Implikationen für die Arbeitswelt identifiziert werden. Zunächst kann zwischen nicht-kommerziellen Sharing-Plattformen und kommerziellen Plattformen unterschieden werden. Bei Ersteren handelt es sich um Projekte wie die Online-Enzyklopädie „Wikipedia“, das Kartierungsprojekt „Openstreetmap“ oder die Tauschplattform für Second-hand-Kleidung „Kleiderkreisel“, die in der vorliegenden Studie allerdings eine untergeordnete Rolle spielen (Schmidt 2016). Kommerzielle Plattformen lassen sich unterscheiden zwischen arbeitskraftbezogenen und nicht arbeitskraftbezogenen und zwischen verbraucherbezogenen und unternehmens-bezogenen Plattformen (Leist et al. 2017). Nicht arbeitskraftbezogene Plattformen agieren im Bereich der materiellen und immateriellen Vermietung, wie beispielsweise von Kraftfahrzeugen und Wohnungen oder Musik und Filmen, und dem Verkauf von Gütern, wie die Plattform „ebay“, sowie der Vermittlung von Crowdfunding-Projekten und als Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungsplattformen. Unter den Letzteren finden sich Plattformen wie „Facebook“, „Tinder“, „Youtube“ und „Google“ (Schmidt 2016; Leist et al. 2017). Auf arbeitskraftbezogenen Plattformen bzw. Arbeitsplattformen zur Vermittlung bezahlter Dienstleistungen (Schmidt 2016) werden konkrete Dienstleistungen an Konsumenten (On-Demand-Economy/Gig-Economy) vermittelt oder Bestandteile eines Wertschöpfungsprozesses an die Cloud bzw. Crowd<sup>7</sup> (Cloudwork/Crowdwork) ausgelagert (Leist et al. 2017). Diese Crowdsourcing-Plattformen sind in der Regel unternehmensorientiert. Unternehmen, die die Dienste von Crowdsourcing-Plattformen in Anspruch nehmen, gliedern eine konkrete Arbeitsaufgabe ihres Wertschöpfungsprozesses an eine Vielzahl von Menschen („Crowdworkern“) oder einen Selbstständigen aus und integrieren das Arbeitsprodukt anschließend wieder in ihren Wertschöpfungsprozess, ähnlich wie im klassischen Outsourcing (Leist et al. 2017). Bei den verbraucherbezogenen Geschäftsmodellen handelt es sich im Rahmen der Gig-Economy um die Vermittlung analoger Dienstleistungen, wie Fahrdiensten oder Unterstützung im Haushalt (Baums 2015). Beispiele hierfür sind

<sup>7</sup> Im Folgenden wird von „Cloudwork“ gesprochen, wenn allgemein die Auslagerung von Teilen der Wertschöpfungskette eines Unternehmens auf eine Plattform gemeint ist. Wenn explizit die Tätigkeit von klassischen Selbstständigen oder von Crowdworkern gemeint ist, wird dies explizit so benannt.

die Plattformen „Uber“, „Helpling“ und „Foodora“. Auch die Vermittlung von digitalen Dienstleistungen, wie einfache rechtliche oder medizinische Beratung fällt in diesen Teil der Plattformökonomie (Leist et al. 2017). Diese verbraucherbezogenen Geschäftsmodelle tendieren zur Oligopolbildung, da für die meisten Endnutzer der Nutzungskomfort von wenigen Plattformen höher ist (Baums 2015; Schmidt 2016). Die Zahl der Plattformen im B2B-Bereich wird dagegen wahrscheinlich zunehmen (Baums 2015).

Die gesellschaftlichen Auswirkungen dieser Plattformisierung (Baums 2015) von Arbeit sind noch nicht abschätzbar. In bislang erschienenen Beiträgen zur Plattformisierung werden die möglichen Folgen durchaus konträr beurteilt. Einerseits wird durch die Plattformisierung die Entwicklung hin zu einer postkapitalistischen Gesellschaft prophezeit, während andere Autoren die Herausbildung eines allumfassenden Hyperkapitalismus oder eines Hyperwettbewerbs befürchten, der durch eine Monopolisierung der Marktstruktur durch die Plattformanbieter und einen unbegrenzten Wettbewerb vorangetrieben wird (Baums 2015). Dolata (2018) dagegen betont, dass der aktuelle Status der Plattformisierung Ausdruck einer unbestimmten technischen Entwicklung ist, die bereits in den 1970er Jahren begonnen hat und insbesondere durch die Verbreitung technischer Möglichkeiten bestimmt wurde und bei der es sich um eine weniger aktuelle Innovation handelt als gemeinhin postuliert wird.

#### 4.1 Formen der Plattformarbeit

Ähnlich vielfältig wie die Geschäftsmodelle der existierenden Plattformen sind auch die Formen der Erwerbsarbeit in der Plattformökonomie. Dies erschwert eine endgültige Kategorisierung. Wie bereits beschrieben, können die Formen der Erwerbsarbeit auf arbeitskraftbezogenen Plattformen in zwei Typen eingeteilt werden: Gigwork und Cloudwork. Bevor detaillierter auf die unterschiedlichen Implikationen beider Typen plattformbasierter Erwerbsarbeit eingegangen wird, werden zunächst die allgemeinen Arbeitsbeziehungen in der Plattformökonomie skizziert, wie sie in der Forschungsliteratur besprochen werden.

Grundsätzlich findet die Vergabe und Ausschreibung von Tätigkeiten im Falle plattformvermittelter Arbeit internetbasiert statt. Die Plattformarbeiter und Dienstleister sind wie die Plattformkunden registrierte Nutzer der Plattform und stehen dementsprechend mit der Plattform in einem Vertragsverhältnis, das beispielsweise durch die Nutzungsbedingungen definiert wird. Besonders die Plattformarbeiter einer Crowdsourcing-Plattform konkurrieren so als (Solo-)Selbstständige um die ausgeschriebenen Arbeitsaufträge der Plattformkunden (Greef et al. 2017). Prinzipiell gilt dies auch für Gigworker, allerdings variieren die Vertragsverhältnisse hier in der Praxis und es gibt durchaus festangestellte Erwerbstätige. Beispielsweise werden Beschäftigte der Lieferdienstplattform Foodora in Deutschland nach einem festen Stundenlohn bezahlt, wie unter anderem Medienberichte andeuten.<sup>8,9,10</sup> Die zentrale Position des Plattformanbieters auf seinem eigenen Markt ist für die Plattformarbeiter (aber auch die Plattformkunden) auf den Plattformen von explizitem Nachteil, da sie sich in einer Position der Vereinzelung gegenüber dem Plattformanbieter befinden (Schmidt 2016; Greef et al. 2017). In dieser Hinsicht ist die Ausbreitung von Plattformmärkten zumindest in Deutschland Teil der umfassenden Individualisierung des Arbeitsmarktes der letzten Jahrzehnte. Diese hat ihren Ursprung in der Deregulierung des Arbeitsmarktes, durch die bereits Beschäftigungsformen, wie Leiharbeit und Werkverträge quantitativ zunehmen konnten und Stammbeschaften erodiert wurden.

Nichtsdestotrotz sind vor allem Menschen außerhalb der klassischen Kernbeschaften, wie beispielsweise Frauen und Jugendliche Betroffene dieser Entwicklung (Mückenberger 2017). In Kombination mit dieser Entwicklung fördert die Plattformisierung durch ihre Struktur Anreize zur künstlichen Erschaffung neuer Arbeitsbeziehungen. Durch die Positionierung der Plattformarbeiter als Vertragspartner ist es für

---

<sup>8</sup> Foodora und Deliveroo: Knochenjob für kleines Geld | STERN.de: <https://www.stern.de/wirtschaft/news/foodora-und-deliveroo--knochenjob-fuer-kleines-geld-7465988.html> (abgerufen am 02.07.2018).

<sup>9</sup> Ein Foodora-Fahrer erzählt von seinem Arbeitsalltag auf der Straße | Gründerszene: <https://www.gruenderszene.de/allgemein/foodora-fahrer-interview> (abgerufen am 02.07.2018).

<sup>10</sup> »Deliveroo kürzt uns einfach das Gehalt« | DIGITAL PRESENT: <http://digitalpresent.tagesspiegel.de/deliveroo-kuerzt-uns-einfach-das-gehalt> (abgerufen am 02.07.2018).

Unternehmen lohnenswert reguläre Arbeitnehmer durch mehr oder weniger selbstständige Erwerbstätige zu ersetzen und so Personalkosten zu reduzieren. Welchen Einfluss die Plattformökonomie langfristig auf den Arbeitsmarkt und Beschäftigungsverhältnisse im Allgemeinen haben wird, ist derzeit aber noch offen (Leist et al. 2017). In Wertschöpfungsprozessen im Allgemeinen spielen Plattformen zur Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen bisher eine noch vergleichsweise kleine Rolle. Hier liegt der Schwerpunkt eher auf Plattformen zur Vermietung und zum Verkauf von Gütern, wie Netflix, Amazon und Spotify (Greef et al. 2017).

Die Formen plattformvermittelter Arbeit lassen sich je nach Ortsgebundenheit bzw. Ortsungebundenheit der auszuführenden Tätigkeit unterscheiden. Während im Bereich der Cloudwork generell nicht ortsgebundene Tätigkeiten vermittelt werden, wie das Transkribieren eines Interviews oder die Gestaltung eines Firmenlogos, werden im Bereich der Gigwork ortsgebundene Tätigkeiten vermittelt. Das sind beispielsweise einzelne Personenbeförderungen oder Reinigungsaufträge (Schmidt 2016; Maier et al. 2017). Darüber hinaus können die Aufgaben am Grad ihrer Komplexität bzw. am Niveau notwendiger Qualifikationen unterschieden werden (Maier et al. 2017; Greef et al. 2017). So lassen sich die komplexen Aufgaben klassischer Freelancer auf Cloudworking-Plattformen und von Handwerkern auf Plattformen zur Vermittlung bezahlter Dienstleistungen unterscheiden von den weniger komplexen Aufgaben von Crowdworkern und Lieferdienstfahrern (Leist et al. 2017; Greef et al. 2017; Maier et al. 2017).

Auch innerhalb der geschilderten Kategorien können die jeweiligen Beschäftigungskonditionen variieren (Maier et al. 2017). So deutet sich in Medienberichten an, dass Lieferdienstfahrer der Plattform Deliveroo als Selbstständige beschäftigt werden während ihre Kollegen, die für die Plattform Foodora tätig sind, nach einem bestimmten Stundenlohn bezahlt werden. Selbst zwischen den Plattformen derselben Branche können die Konditionen demnach variieren. Allgemeine empirische Erkenntnisse über die Arbeitsbedingungen in der Plattformökonomie liegen derzeit eher in geringer Zahl vor. Der Wissensstand der Forschungsliteratur über plattformbasierte Erwerbsarbeit ist bislang relativ fragmentiert. Erkenntnisse aus Erhebungen zur Plattformökonomie allgemein und im Bezug auf Erwerbstätigkeit werden in *4.3 Erhebungen zu Plattformökonomie und -arbeit* vorgestellt.

#### 4.1.1 Cloudwork und Crowdwork

Von Cloudwork wird gesprochen, wenn ein einzelner bestimmter Arbeitsprozess eines Unternehmens einmalig an einen externen Dienstleister abgegeben und durch eine Plattform vermittelt wird. Die Arbeit wird praktisch an die Cloud bzw. Crowd abgegeben. Schmidt (2016) unterscheidet hier zwischen Kreativwettbewerben und Microtasks. Kreativwettbewerbe drehen sich um einzelne Designaufgaben, wie die Gestaltung eines Unternehmenslogos. In Unterscheidung zu klassischen (Solo-)Selbstständigen (siehe Abschnitt *4.1.3 (Solo-)Selbstständige*), die teilweise ebenfalls auf Plattformen aktiv sind, werden Kreative hier nicht dezidiert ausgewählt, sondern diese können sich mit einer eigenen Arbeit (zum Beispiel einem Designentwurf) auf einen ausgeschriebenen Arbeitsauftrag bewerben. Der ausschreibende Plattformkunde (bzw. Auftraggeber) entscheidet anschließend welches Angebot er annimmt und schließlich bezahlt. Microtasks (oder auch Microwork, Micro Labour, Clickworking, Cognitive Piecework oder Human Computing) beschreiben Tätigkeiten, die sich aus der Aufspaltung komplexer Arbeitsprozesse in eine Vielzahl einfacher Arbeitsschritte ergeben (Leist et al. 2017). Bei dieser Tätigkeit werden kleinste und repetitive Aufgaben an nicht gesondert ausgebildete und ersetzbare Plattformarbeiter vermittelt. Viele dieser Aufgaben bewegen sich im Rahmen der Datenverarbeitung, die derzeit noch nicht automatisierbar sind. Das Markieren von Menschen auf Fotos wird so beispielsweise organisiert wie klassische Fließbandarbeit. Die Arbeitsschritte werden den Crowdworkern automatisiert durch einen Algorithmus zugeteilt bzw. vorgeschlagen, der seine Entscheidungen unter anderem auf Grundlage der Zufriedenheit durch vorherige Plattformkunden trifft. Wird ein Arbeitsschritt ausgeführt entscheidet der Auftraggeber, ob die Aufgabe zufriedenstellend ausgeführt wurde, bezahlt diese und bewertet die Ausführung (Schmidt 2016).

Cloudwork kann darüber hinaus unterschieden werden zwischen internem und externem Cloudworking. Bei externem Cloudworking werden Tätigkeiten an Personen vermittelt, die nicht dem Unternehmen

angehören. Dies geschieht entweder durch selbst eingerichtete Plattformen ("Direct Crowdsourcing") oder eine externe Plattform ("Indirect Crowdsourcing"). Bei indirektem Crowdsourcing kann die Plattform eine reine Vermittlungsfunktion innehaben, wobei alle beteiligten Parteien in einem Vertragsverhältnis zueinanderstehen, oder als zentraler Akteur auftreten. Im letzten Fall besteht von Kunden und Crowd-workern lediglich ein Rechtsverhältnis zur Plattform und keines zwischen ihnen. Die Plattform als reiner Vermittler tritt vor allem in der Vermittlung klassischer Freelancer in Erscheinung. Im Falle von internem Cloudworking werden Beschäftigte aus der Stammbesellschaft innerhalb eines Unternehmens für bestimmte Tätigkeiten vermittelt. Diese Form des Cloudworking ähnelt im Prinzip der Tätigkeit von Springern. Interne und externe Cloudworking-Plattformen können potenziell auch in einer Mischform auftreten. Beispielsweise entwickelte sich Amazon Mechanical Turk (MTurk) aus einer Amazon-internen Plattform (Leist et al. 2017).

Die Plattformanbieter von Cloudworking-Plattformen stellen Kunden einen Pool an Plattformarbeitern zur Verfügung, die angetrieben durch eine ausgeprägte Konkurrenzsituation ähnlich zuverlässig arbeiten und Kundenanfragen bearbeiten, wie „traditionell“ Beschäftigte. Gleichzeitig können sie auf definierende Momente eines Arbeitsverhältnisses nach deutschem Recht verzichten wie dem Weisungsrecht und vorgegebenen Arbeitszeiten (Leist et al. 2017). Für die Crowdworker bedeutet diese Situation ein doppeltes Abhängigkeitsverhältnis gegenüber der Plattform und den Auftraggebern (Greef et al. 2017).

#### 4.1.2 Gigwork

Wie bereits eingangs beschrieben unterscheidet sich Gigwork durch ihren ortsbezogenen Charakter von der Cloudwork. Bei diesen bezahlten Dienstleistungen handelt es sich vor allem um Tätigkeiten wie Personenbeförderungen, Lieferdienste und Reinigungsaufgaben, die prinzipiell einmalig ausgeführt werden. Diese Form der Vermittlung von Tätigkeiten wird in der Forschungsliteratur auch als Work on Demand oder als ICT-based Mobile Work bezeichnet. Zum Teil wird auch zwischen Online Crowdwork und Offline Crowdwork unterschieden (Leist et al. 2017). Einzelne Gigworker<sup>11</sup> registrieren sich auf der entsprechenden Plattform und werden über die Plattform an Plattformkunden vermittelt. Exemplarisch für die Arbeitsverhältnisse in der Gigwork ist die Personenbeförderungsplattform Uber. Die Beschäftigten registrieren sich auf der Plattform, stimmen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen<sup>12</sup> zu, die sie zu Vertragspartnern mit Uber macht. Über ihr Smartphone und die Uber-App bzw. den Algorithmus des Plattformanbieters werden den Fahrern die Anfragen von Kunden vermittelt. Außerdem werden sie im Anschluss an jeden Auftrag von den Kunden bewertet, was wiederum in den Algorithmus zur Vermittlung neuer Anfragen einfließt. Da die Fahrer von Uber als Selbstständige angesehen werden, müssen sie ihre Arbeitswerkzeuge (also Smartphone, Telefonarief und Kraftfahrzeug) selber einbringen und unterhalten (Schmidt 2016). Wie die Arbeitsbedingungen jeweils im Detail aussehen hängt allerdings von der jeweiligen Branche ab, in der die Plattform tätig ist bzw. von der jeweiligen Plattform. Während sich die Bezahlung der Arbeitnehmer des Essensbringdienstes Foodora in der Regel nach einem Stundenlohn richtet, sind die Lieferfahrer bei Deliveroo als Selbstständige organisiert und werden nach einem Stücklohn<sup>13</sup> bezahlt. Ähnlich funktioniert auch die Plattform Homebell, sie verhandelt und vermittelt Aufträge an selbstständige Handwerker oder

---

<sup>11</sup> Einige Plattformen zur Vermittlung bezahlter Dienstleistungen vermitteln auch kleinere Unternehmen, wie Handwerksdienstleister, an ihre Endkunden. In diesem Fall geht das Handwerksunternehmen einen Kooperationsvertrag mit der Plattform ein.

<sup>12</sup> In §305 Abs. 1 S.1 BGB sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen wie folgt definiert: „Allgemeine Geschäftsbedingungen sind alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (Verwender) der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrags stellt.“

<sup>13</sup> Die ZEIT berichtete beispielsweise von einer Umstellung des Beschäftigungsmodells von Deliveroo, dass vermehrt auf den Einsatz von Selbstständigen anstatt von festangestellten Lieferfahrern setzt: <https://www.zeit.de/arbeit/2018-06/lieferdienste-deliveroo-foodora-arbeitsminister-betriebsrat-gruendung-vertraege/seite-2> (abgerufen am 17.07.2018)

Handwerksbetriebe, mit denen sie eigene Kooperationsverträge abgeschlossen hat.<sup>14</sup> Außerdem spielen die rechtlichen Rahmenbedingungen eines Landes eine Rolle darin, wie die Erwerbsbedingungen ausgestaltet sind.<sup>15</sup>

### 4.1.3 (Solo-)Selbstständige

Selbstständige und klassische Freelancer, wie etwa Medienschaffende, IT-Dienstleister oder Handwerker unterliegen in der Plattformökonomie einer Sonderrolle. Im Gegensatz zu einfachen Cloudworkern oder Gigworkern wie Lieferfahrern werden sie in der Regel nicht für einen einzelnen Arbeitsschritt engagiert, sondern für eine umfassendere Projektarbeit. Für diese Aufgaben ist ihr individuelles Qualifikationsniveau entscheidend, dass für die Plattformkunden eine ausschlaggebende Rolle spielt ihnen einen Auftrag zukommen zu lassen (Schmidt 2016). Die Veränderung der Arbeitsbeziehungen, wie sie für Cloudworker und Gigworker gilt, spielt für sie eine untergeordnete Rolle, da viele Risiken für sie bereits vor der Plattformisierung existent waren. Durch die Vermittlung ihrer Tätigkeiten über digitale Plattformen sind sie potenziell aber einem größeren Pool an Konkurrenten ausgesetzt (Schmidt 2016). Dieses Potenzial hängt allerdings auch von der Ortsgebundenheit ihrer Tätigkeit ab. Im Gegensatz zu IT-Dienstleistern und Medienschaffenden, die vornehmlich digitale Dienstleistungen anbieten, kann beispielsweise angenommen werden, dass die Konkurrenzsituation von Handwerkern durch ihre ortsgebundene Tätigkeit wesentlich eingeschränkter ausfallen wird.

## 4.2 Chancen und Risiken der Plattformarbeit

Nach der Differenzierung verschiedener Formen der Plattformarbeit wird in diesem Abschnitt auf die Chancen und Risiken eingegangen, die Plattformarbeiter nutzen können bzw. denen sie ausgesetzt sind. Da die Forschungsliteratur in der Ausarbeitung dieser Chancen und Risiken in vielen Fällen nicht zwischen den verschiedenen Typen der Plattformarbeit differenziert, werden diese an dieser Stelle allgemein behandelt.

### 4.2.1 Flexibilität, Arbeitsmarktzugang und Netzwerkeffekte

Die Vorteile bzw. Chancen, die die Plattformökonomie in Bezug auf Erwerbstätige mit sich bringt, konzentrieren sich in der Forschungsliteratur insbesondere auf die hohe Flexibilität der Tätigkeit für eine Plattform. Es zeigte sich beispielsweise, dass Plattformarbeiter die Möglichkeit ihre Arbeit von von ihrer Wohnung zu verrichten sehr wertschätzen (Berg 2016). Besonders für Menschen mit individuellen Einschränkungen stellt diese Flexibilität eine Chance dar, erwerbstätig zu werden. Hierzu gehören beispielsweise Menschen, die Angehörige pflegen oder solche mit körperlichen Einschränkungen, aber auch Studenten. Für sie steigen die Chancen einen Zugang zum Arbeitsmarkt über Plattformarbeit zu finden anstatt über den regulären Arbeitsmarkt (De Stefano 2015). So erlaubt es die Plattformarbeit Langzeitarbeitslosen Zugang zum Arbeitsmarkt zu finden, aber auch regulären Arbeitnehmern die Möglichkeit zusätzliches Einkommen zu generieren (Berg 2016). Des Weiteren fungiert Plattformarbeit teilweise als Brückenbeschäftigung im Übergang zwischen zwei Tätigkeiten (Donovan et al. 2016, Torpey/Hogan 2016). Der niedrighschwellige Einstieg

---

<sup>14</sup> Homebell - Partner portal: <https://de.homebell.com/partner> (abgerufen am 17.02.2019). Hier ist eine Abgrenzung zu Plattformen wie „MyHammer.de“ oder „Work5“ notwendig. Im Gegensatz zu Homebell vermitteln diese Plattformen lediglich den Kontakt zwischen Kunden und Handwerksdienstleistern bzw. stellen ein Portal bereit auf dem diese ein Angebot einstellen können. Hiermit können sie eher zu den Vergleichsplattformen gezählt werden als zu Plattformen zur Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen. Ähnlich gestaltet sich der Vergleich von Plattformen wie Foodora und „pizza.de“ (o.ä.). Beide vermitteln zwischen Endkunden und Dienstleistern, jedoch nimmt Foodora in diesem Prozess eine zentrale Funktion ein und nimmt Restaurantbetreibern alle Aufgaben der Auslieferung ab, während pizza.de zwischen verschiedenen Lieferdiensten und Kunden vermittelt. Auch hier ist der Übergang zu Vergleichsportalen fließend.

<sup>15</sup> Diese führten bislang beispielsweise dazu, dass das Uber-Modell in Europa nur teilweise Fuß fassen konnte. So berichtet beispielsweise die taz am 09.06.2016 über eine Klage der Taxigenossenschaft Taxi Deutschland gegen Uber, der durch das Oberlandesgericht Frankfurt am Main stattgegeben wurde. Uber fehlen in Deutschland die entsprechenden Lizenzen, um einen Personenbeförderungsdienst anzubieten: <http://www.taz.de/!5308763/> (abgerufen am 11.07.2018).

– oft durch eine simple Registrierung auf der Plattform – wird darüber hinaus gestützt durch die Reputation, die von den Plattformen bereits etabliert wurde. Müssen sich Menschen, die sich selbstständig machen zunächst einen eigenen Kundenstamm aufbauen, so sind Plattformen in der Regel bereits am Markt etabliert und können den Plattformarbeitern ihre Kontakte zugänglich machen, sie können also Netzwerkeffekte nutzen (Donovan et al. 2016). Denn: je höher die Anzahl der Plattformnutzer, desto größer die Attraktivität der Plattform für alle außen-stehenden Akteure (Baums 2015). Außerdem deutet sich an, dass mit der Flexibilität einhergehende Abwechslung und die hohe Identifikation mit der Tätigkeit – und damit erhöhte berufliche Leidenschaft - aus Sicht von Plattformarbeitern zu den Vorteilen der Tätigkeit für Plattformen zählen (Torpey/Hogan 2016).

Den Vorteilen der erhöhten Flexibilität der Plattformarbeit gegenüber stehen Risiken für Plattformarbeiter, die teilweise mit diesen Vorteilen einhergehen. Bei diesen Risiken handelt es sich unter anderem um ungesichertes Einkommen, die Anonymität, Überwachung und mangelnden Datenschutz, Gamification und fehlende Aufstiegsperspektiven.

#### 4.2.2 Unternehmerisches Risiko, Versicherungsschutz und Einkommen

Ein fundamentales Risiko beginnt für Plattformarbeiter bereits mit der strittigen Klassifizierung als „selbstständig“, wodurch ihnen grundlegende Arbeitnehmerrechte verwehrt werden können (De Stefano 2015), auch wenn ihr Status nach deutscher Rechtsprechung nicht eindeutig ist. So verschiebt sich das unternehmerische Risiko der Auftraggeber bzw. der Plattformbetreiber auf die einzelnen Plattform-arbeiter, womit Sozialversicherungsschutz, Mindestlohn, Lohnfortzahlung im Krankheitsfall, Urlaubsansprüche und Antidiskriminierungsregelungen unterlaufen werden (De Stefano 2015). Entsprechend der Verschiebung von unternehmerischen Risiken müssen Plattformarbeiter der Plattform Über beispielsweise die Betriebs- und Instandhaltungskosten ihres Fahrzeugs, zusätzliche Investitionen in ihr Fahrzeug, Steuern und Versicherungsbeiträge ausschließlich selber tragen (Schmidt 2016). Dass dieser Umstand zumindest umstritten ist, zeigen Positionen des DGB (2018). Dem DGB zufolge könnten den Plattformen durchaus Arbeitgeberfunktionen zugewiesen werden, da sie aus den Diensten der Plattformarbeiter ihre Umsätze und Gewinne generieren würden. Allerdings sind Plattformarbeiter häufig nicht an klassische Gewerkschaften oder andere Institutionen angebunden, was eine Organisation im Sinne ihrer wirtschaftlichen Interessen und damit auch die Etablierung von adäquaten Schutzmechanismen behindert (Animento et al. 2017).

Die Relevanz eines ausreichenden Versicherungsschutzes zeigt sich am Beispiel der Lieferkuriere, die sich einem erhöhten Unfallrisiko ausgesetzt sehen (Drahokoupil/Piasna 2017). Allerdings stellen sich bezüglich des Versicherungsschutzes auch Fragen in Bezug auf Haftungsansprüche. Es ist unklar, ob etwa die Versicherung des Plattformbetreibers, des Auftraggebers oder des Plattformarbeiters haftet, wenn beispielsweise bei Erbringung der Dienstleistung Schaden entsteht oder sich der Plattformarbeiter in diesem Rahmen verletzt (Huws et al. 2016). Insbesondere für den Dienstleister sind diese Umstände in vielen Fällen nicht transparent und weichen darüber hinaus häufig von den gesetzlichen Standards ab, die für abhängig Beschäftigte gelten (Munkøe 2017). Die „Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung“ fordert dementsprechend Solo-Selbstständige in der gesetzlichen Unfallversicherung zu berücksichtigen (DGUV 2018).

Grundsätzlich ist es möglich, dass Plattformarbeit eine große Einkommensspanne abdecken kann. So können sowohl IT-Berater und Businessconsultants, deren Arbeit ein hohes individuelles Qualifikationsniveau erfordert, auf einer Plattform tätig sein als auch Pflegeassistenten und Landschaftspfleger, deren Arbeit ein vergleichsweise niedriges Qualifikationsniveau voraussetzt (Friedmann 2014). Nichtsdestotrotz verdienen Plattformarbeiter weniger als ähnlich qualifizierte regulär beschäftigte Arbeitnehmer (Friedmann 2014) und viele von ihnen bestreiten einen Großteil ihres Haushaltseinkommens durch die Plattformarbeit (Berg 2016). Dieser Umstand sowie das niedrigere Einkommen setzen sie einem erhöhten finanziellen Risiko und fehlendem Versicherungsschutz aus (Berg 2016). Erschwerend kommt hinzu, dass Microtasks im Bereich der Crowdwork beispielsweise nur separat, also nach einem Stücklohn, bezahlt werden (Schmidt 2016).



### 4.2.3 Überwachung und Kontrolle

Ein weiteres potenzielles Risiko liegt für Plattformarbeiter in der Nutzung einer Mischung aus Bewertungssystemen, Tracking und Gamification durch die Plattformbetreiber. Nutzt eine Plattform ein internes Bewertungssystem, dann haben die Plattformkunden bzw. Auftraggeber nach jeder erledigten Aufgabe die Gelegenheit den Plattformarbeiter zu bewerten. Nach und nach entsteht so ein Portfolio aus Bewertungen jedes Plattformarbeiters, das durch potenzielle Auftraggeber einsehbar ist. Schlechte Bewertungen können so dauerhaft zu einer Einschränkung der möglichen Arbeitsaufträge führen, die durch den betroffenen Plattformarbeiter ausgeführt werden können (De Stefano 2015, Schmidt 2016) oder dazu, dass ihm der Zugang zur Plattform verweigert wird (Aloisi 2015). Selbst positive Bewertungen erhöhen die Abhängigkeit der Plattformarbeiter von der jeweiligen Plattform, da es ihnen nicht möglich ist ihr Bewertungsportfolio auf eine andere Plattform zu übertragen (Aloisi 2015). Für Bewertungssysteme existieren kaum Regularien, die es beispielsweise ermöglichen, dass schlechte Bewertungen durch Plattformarbeiter angefochten werden können. Beim (Standort-)Tracking handelt es sich um die systematische Aufzeichnung aller Daten, die während der Tätigkeit auf der Plattform anfallen. Es ermöglicht den Plattformbetreibern, jeden Schritt der Plattformarbeiter zu kontrollieren und damit abweichendes Verhalten zu sanktionieren. Nutzt eine Plattform Elemente der Gamification, also die Integration spielerischer Elemente in die Abwicklung der Tätigkeit, die die Effizienz der Plattformarbeiter erhöhen sollen, so werden Bewertungssysteme und Tracking kombiniert. Beispielsweise wird die Vergabe von Awards für ein bestimmtes Verhalten genutzt, um die Produktivität der Plattformarbeiter zu steigern. So besteht die Gefahr einer Auflösung der Grenze zwischen Arbeit und Freizeit (Schmidt 2016).

### 4.2.4 Besonderheiten von Cloud- und Crowdwork

Ein gesondertes Risiko für Cloudworker ist ihre hohe Anonymität und geografische Verteilung, die mit der weltweiten Konkurrenz um Microtasks zu einer Abwärtsspirale in der Bezahlung ihrer Arbeit, entgrenzter Arbeitszeit und zu einer sehr geringen Verhandlungsmacht führen kann (und nicht selten auch führt). Dies gilt insbesondere für Crowdworker (Graham et al 2017, De Stefano 2015, Torpey/Hogan 2016). Abgedeckt wird diese mögliche Abwärtsspirale lediglich durch das Qualifikationsniveau und die Kompetenzen der Cloudworker. Das gilt insbesondere für Selbstständige, die ihre besonderen Fähigkeiten ergänzend zu ihren üblichen Netzwerken über Plattformen anbieten (Schmidt 2016). Darüber hinaus führt die hohe Anonymität zwischen Crowdworkern und Auftraggeber sowie die geringe Bezahlung für kleinteilige Aufgaben zu einem geringeren Verantwortungsgefühl sowohl für die sorgfältige Ausführung der Tätigkeit als auch ihrer Bezahlung. So spricht Schmidt (2016) von zweiseitiger Verantwortungslosigkeit, die entsteht, wenn relativ anonyme Plattformarbeiter eine Tätigkeit aufnehmen und abrechnen können, wann sie möchten und Auftraggeber die Bezahlung einer Tätigkeit ohne tiefere Begründung vorenthalten können. Ein Phänomen, das Graham et al. (2017) beobachten konnten, ist das der „Intermediated Value Chains“ (etwa: „Zwischenvermittelten Wertschöpfungsketten“). So führten Bewertungssysteme und der durch sie hierarchisierte Zugang zu Arbeitsaufträgen dazu, dass Plattformarbeiter mit einem besser eingestuften Profil die höherrangigen Arbeitsaufträge, zu denen sie Zugang hatten, an Crowdworker mit niedriger eingestuften Profilen weitergaben und dabei einen Teil des Lohns für diese Aufgaben und die jeweilige Bewertung ein-behielten. Dieses Phänomen schränkt zumindest die niedrighschwelligen Zugangshürden der Plattformarbeit ein.

### 4.2.5 Zwischenfazit

Es lässt sich zusammenfassen, dass zu den positiven Aspekten der Plattformarbeit in der Forschungsliteratur besonders die Flexibilität gehört. Diese ermöglicht es Menschen, die aus unterschiedlichen Gründen Schwierigkeiten haben einen Zugang zum klassischen Arbeitsmarkt zu finden, einen alternativen Einstieg in die Erwerbstätigkeit. Dabei können sie unter anderem auf Netzwerkeffekte bauen, da sie an die Reputation der Plattform gegenüber möglichen Auftraggebern anknüpfen können und somit keinen eigenen Kundenstamm aufbauen müssen. Darüber hinaus kann Plattformarbeit als Brücken-beschäftigung im Übergang zwischen zwei traditionellen Arbeitsverhältnissen fungieren. Andererseits geht mit der

Plattformarbeit prinzipiell auch eine Verschiebung des unternehmerischen Risikos auf die Plattformarbeiter einher. Dies wird begleitet durch einen potenziell entgrenzten Wettbewerb, mangelnde Verhandlungsmacht, entgrenzte Arbeitszeiten, eingeschränkten Sozialversicherungsschutz und den Verlust klassischer Arbeitnehmerrechte, da der rechtliche Status dieser Arbeit noch nicht endgültig geklärt ist. Auch wenn es kein Mindestlohniveau zu geben scheint, stellt die individuelle Qualifikation gerade für klassische Selbstständige, die ihre Tätigkeit auf einer Plattform anbieten eine gewisse Garantie für ein Mindesteinkommen pro Arbeitsauftrag dar. Das algorithmische Management der Plattformen setzt die Plattformarbeiter zusätzlich ausgeprägten Überwachungsmaßnahmen durch Bewertungsprofile, (Standort-)Tracking und Gamification aus. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, dass die mit den Bewertungsprofilen einhergehende Hierarchisierung des Zugangs zur Plattformtätigkeit zu einer informellen Hierarchiebildung zwischen Plattformarbeitern kommen kann. Zuletzt kann die relativ hohe Anonymität zwischen Crowdworkern und ihren Auftraggebern zu einer Situation gegenseitiger Verantwortungslosigkeit und Entfremdung führen.

Diese geschilderten Aspekte der Plattformarbeit stellen Chancen und Risiken für Plattformarbeiter dar. Es ist anzumerken, dass diese Chancen und Risiken nicht zwangsläufig für alle Beziehungen zwischen Plattformunternehmen, Plattformkunden und Plattformarbeitern zutreffen müssen, da bereits die vorangegangene Definition der Plattformökonomie und Plattformarbeit auf ein relativ breites Feld verschiedener Plattformkonzepte hindeutet.

### 4.3 Erhebungen zu Plattformökonomie und –arbeit

Die empirische Forschung im Bereich der Plattformökonomie basiert bislang auf einer Vielfalt von Datenquellen und methodischen Vorgehensweisen und konzentriert sich auf die USA. Für Europa existieren bisher nur relativ wenige Studien. Darüber hinaus finden sich in amtlichen Statistiken und umfassenden repräsentativen Umfragen nur wenige Verweise auf die Erwerbsarbeit in der Plattform-ökonomie (Maier et al. 2017). Auf die Erkenntnisse aus unterschiedlichen Erhebungen - zur Plattformökonomie allgemein und im Erwerbskontext - wird nachfolgend eingegangen. Dabei werden Ergebnisse zunächst auf europäischer und der bundesstaatlichen Ebene abgebildet. Anschließend werden Erkenntnisse aus Forschungsaktivitäten auf Ebene der Bundesländer, Städte und Kommunen behandelt. Dabei wird insbesondere ein näherer Blick auf die Aktivitäten in Bremen gerichtet. Vorab ist anzumerken, dass sich die bisher vorliegenden Erhebungen nicht nur auf unterschiedliche Begrifflichkeiten stützen - wie Crowdworking oder Sharing Economy - sondern sich auch die methodischen Ansätze und Perspektiven unterscheiden. Beispielsweise können analysierte Branchen je nach Studie anders definiert und bewertet werden. Daher sind Ergebnisse aus diesen Erhebungen nicht unmittelbar miteinander vergleichbar, dennoch erlauben sie einen ersten Eindruck über die Existenz der Plattformökonomie und ihre Bedeutung hierzulande.

#### 4.3.1 Erhebungen auf der europäischen Ebene

Im Vergleich ist die Entwicklung der Plattformökonomie in anderen Teilen der Welt – wie in den USA und China – bis dato fortgeschrittener als in Europa. Winter (2017) sieht die Notwendigkeit für Europa im Bereich der Plattformökonomie präsenter aufzutreten, um global im Wettbewerb bestehen zu können. Die Dringlichkeit ist den starken Skalen- und Netzwerkeffekten geschuldet, die digitale Plattformen mitbringen können. Für Europa als Wettbewerber wird es zunehmend schwierig einen eigenen wachstumsstarken Nutzerkreis zu generieren (Winter 2017). Auch Haucap (2018) gibt zu bedenken, dass die Plattform-„Giganten“ ihren Sitz heutzutage in den Vereinigten Staaten oder im asiatischen Raum hätten - nicht in Europa und schon gar nicht in Deutschland. Er kritisiert dabei, dass das Unternehmen „SAP“<sup>16</sup> schon seit nunmehr

---

<sup>16</sup> Das Unternehmen SAP SE ist einer der größten Softwarehersteller der Welt und belegt (2019) als derzeit größtes deutsches Unternehmen mit dem größten Unternehmenswert Platz 58 im PWC-Ranking „Global Top 100 by Market Capitalization“. Der Hauptsitz der Firma liegt in der rund 16.000-Einwohner-Gemeinde Walldorf (Baden-Württemberg, Deutschland).

dreißig Jahren als Innovationserfolg für Europa angeführt würde. An diesen weltweiten Erfolg hätte seitdem keine Internetfirma anknüpfen können. Obwohl die Aktivitäten im globalen Vergleich im Bereich der Plattformökonomie geringer ausfallen, wurde bereits im Jahr 2015 für die „kollaborative“ Plattformwirtschaft branchenspezifisch eine bedeutende Zunahme erwartet. Der Bruttoumsatz innerhalb der Europäischen Union ist im entsprechenden Jahr mit 28 Mrd. Euro bewertet worden<sup>17</sup> (Europäische Kommission 2016). Wesentlich in den EU-politischen Diskussionen ist die Frage nach dem Erwerbsstatus von Plattform-arbeitern, da sich hiernach gesetzliche Bestimmungen richten. Damit sind Ansprüche wie Urlaub, Mindestlöhne und andere Formen der sozialen Absicherung verknüpft (Pesole et al. 2018: 5-8). Ergebnisse einer Länderanalyse von sieben EU-Staaten von Lenaerts et al. (2017) bestätigen, dass es kein gemeinsames Verständnis oder ein Konzept gibt, das den Status der Erwerbstätigen in der Plattformökonomie ermitteln oder bestimmen kann. Dieses sei den heterogenen Strukturen der verschiedenen Plattformen geschuldet, die sich durch die Diversität in ihren Tätigkeiten und Aufgaben, in dem erforderlichen Qualifikationsgrad und der verschiedenartigen, intransparenten Akteursbeziehungen kennzeichnen.

Im Jahr 2018 publizierte die Europäische Kommission in einem Bericht Ergebnisse einer Umfrage zur Arbeit auf digitalen Plattformen in Europa. Von den etwa 32.400 befragten Erwachsenen aus insgesamt 14 Mitgliedstaaten<sup>18</sup> der EU nutzten etwa zehn Prozent der Befragten bereits eine Plattform zum Anbieten einer Dienstleistung. Etwa zwei Prozent sind dabei über 20 Stunden in der Woche durch ihre angebotene Arbeit via Plattformen tätig oder sie erzielen durch diese Tätigkeit minimal die Hälfte ihres gesamten Einkommens (Pesole et al. 2018: 3).

Der Groteil<sup>19</sup> der Befragten gab in Bezug auf die eigene aktuelle Beschäftigungssituation an, sich in einer „Anstellung“ zu befinden. Diesem Befund liegen zwei Annahmen zugrunde: Es besteht Unsicherheit über den Erwerbsstatus. Die Plattformarbeiter selbst sehen sich eher als Beschäftigte an, anstatt sich als Selbstständige zu definieren. Eine zu berücksichtigende Möglichkeit ist aber auch, dass sie die Plattformttigkeit zusätzlich zu einem Dienstverhältnis ausführen (Pesole et al. 2018: 4). Laut Pesole et al. (2018) sei diese Angabe überraschend, denn oftmals sind diejenigen, die ihre Dienstleistungen über Plattformen anbieten ohne Anstellungsverhältnis zur Plattform und damit Selbstständige. Dieser Sachverhalt reflektiere hingegen auch die bestehende Intransparenz und Unsicherheit in Bezug auf den tatsächlichen Erwerbsttigenstatus. Pesole et al. (2018) kommen in ihrem Bericht zur folgenden Erkenntnis: Trotz der bisher begrenzten Größe der Plattformökonomie in Europa, würden die Ergebnisse auf ein Phänomen mit zunehmender Relevanz hindeuten. Wenn die Größe der Plattformökonomie zunimmt - wie aus einem globalkonomischen Blickwinkel empfohlen - muss auch die europapolitische lösungsorientierte Auseinandersetzung mit den Arbeitsmärkten ambitionierter werden. Womöglich erfordere dieses sogar die bestehenden Arbeitsmarktinstitutionen und -systeme grundlegend zu überdenken.

#### 4.3.2 Erhebungen auf der Bundesebene

Auf Grundlage einer repräsentativen Umfrage unter dem Stichwort „Share Economy“ prognostizierte das Beratungsunternehmen PwC eine Zunahme des deutschen Marktvolumens auf circa 24 Milliarden Euro für das Jahr 2018. Im Vergleich zum Vorjahr entsprach dieses einer Umsatzsteigerung von über fünf Prozent. Diese Ergebnisse basieren auf Konsumentenbefragungen, die zum einen die ermittelte Zunahme der

---

<sup>17</sup> Die Zahlen basieren auf den Ergebnissen einer Studie der „PwC Consulting“. Die Europäische Kommission ist Auftraggeber dieser Studie. Zu den untersuchten Branchen gehören folgende: „Unterkunft“, „Personenbeförderung“, „Dienstleistungen für private Haushalte“, „freiberufliche und technische Dienstleistungen“, „Crowdfunding“ (Europäische Kommission 2016: 2).

<sup>18</sup> Zu diesen 14 in der Umfrage berücksichtigten Mitgliedstaaten gehört auch Deutschland.

<sup>19</sup> 75,7% der Plattformarbeiter gaben bei ihrer aktuellen Arbeitssituation an entweder angestellt („employee“) oder selbstständig („self-employed“) zu sein. Die Angabe „employee“ macht dabei einen prozentualen Anteil von 68,1% aus, während es bei der Angabe „self-employed“ nur 7,6% sind (Pesole et al. 2018: 4).

Nachfrage an Sharing-Diensten widerspiegelt und zum anderen die Ausweitung der Angebote von Sharing-Diensten (PwC 2018).<sup>20</sup>

Zudem befasst sich eine Studie, gefördert vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales, mit dem Umfang der Arbeit auf Plattformen in Deutschland. Die Ergebnisse aus dem Jahr 2018 deuten darauf hin, dass das Ausmaß der Plattformarbeit in Deutschland entgegen vorheriger Erwartungen höher ausfällt. Fast fünf Prozent der Erwachsenen in Deutschland sind auf Plattformen tätig, die dem Gig-, Click- oder Crowdfunding-Bereich zugerechnet werden. Von diesen fünf Prozent erwirtschaften etwa 70% einen finanziellen Erwerb, der in den meisten Fällen ein Nebeneinkommen darstellt. Darüber hinaus wurde in der Studie eine Zahl von 10,7% ermittelt, die für den erwachsenen Bevölkerungsanteil ein gesteigertes Interesse an Crowdfunding belegen kann. Diese Zahl basiert neben der aktuellen Anzahl aktiver Crowdfunder, auf einem Anteil ehemaliger Crowdfunder und solchen, die eine Plattformarbeit zukünftig in Betracht ziehen (Serfling 2018; BMAS 2018).

Diese Studie ist jedoch einer von wenigen wissenschaftlichen Befunden, die zum Ausmaß der Plattformökonomie auf Bundesebene vorliegen. Mit Blick auf die Anzahl an Crowdfundern in Deutschland lassen sich laut Mrass und Peters (2017) bisher lediglich Tendenzen feststellen. Dies gelte nicht nur für die Summe der Erwerbstätigen im Crowdfunding-Bereich. Ihre Anfrage beim Statistischen Bundesamt zeige auch, dass im Hinblick auf die Anzahl der Plattformangebote sowie für das Volumen ihrer Wirtschaftskraft keine weiteren Angaben vorliegen. Nach Pongratz und Bormann (2017) sind amtliche Erfassungen zum Umfang der Online-Arbeit auch deswegen schwierig, weil die Abwicklung der Arbeit über das Internet international ausgerichtet sei. Der Ort der Durchführung der Aufgaben sei nicht zwangsläufig auf die deutschen Landesgrenzen beschränkt. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2018) sieht im Weiteren das rapide Tempo, mit dem sich digitale Geschäftsmodelle entwickeln, sowie die Heterogenität der Plattformgeschäfte als verantwortlich für die bis dato „dünne“ empirische Datenlage.<sup>21</sup>

Mrass und Peters (2017) verweisen zudem auf den „Start-up-Charakter“, den neuartige Plattformmodelle zumeist besitzen und damit auch häufig einer Schnellebigkeit, Zusammenschlüssen oder raschen Veränderungen (zum Beispiel in ihrem Geschäftskonzept) unterliegen. Im Weiteren handele es sich oft um kleine Betriebe, die gesetzlich nicht zur Kundgebung von Kennzahlen verpflichtet wären. Das solche Zahlen durch die Unternehmen aus freien Stücken für die Außenwelt publiziert werden, halten Mrass und Peters (2017) für unwahrscheinlich.

### 4.3.3 Erhebungen auf der Ebene der Bundesländer, Städte und Kommunen

Unter Berücksichtigung der geringen Datenbasis zum Thema Plattformökonomie auf nationaler Ebene, ist die Publikationslage folglich auch auf Ebene der Bundesländer, Städte und Kommunen bis dato begrenzt. Schmidt und Kathmann (2017) stellen fest, dass Gigwork im Verhältnis zum angelsächsischen Raum in Deutschland bisher in eingeschränktem Maße auftritt, in der Stadt Berlin sei eine stärkere Präsenz von Plattformangeboten jedoch spürbar. Im Jahr 2017 haben Schmidt und Kathmann Ergebnisse aus dem Projekt „Joboption Berlin“ veröffentlicht, welches sich mit in Berlin vermittelten Dienstleistungen der Gigwork befasst. Neben der Analyse von internationalen Studien und der begrifflichen Zuordnungen gibt diese Veröffentlichung einen branchenspezifischen Überblick über die in Berlin agierenden Gigwork-Plattformen. Anknüpfend an diese Erfassung sind unter anderem Gespräche mit verschiedenen Akteuren wie

---

<sup>20</sup> PwC (2018) hat die Umfrage in sechs verschiedenen Ländern durchgeführt. Neben Deutschland gehören zu diesen Staaten Belgien, die Niederlande, Österreich, die Schweiz sowie die Türkei. Insgesamt 4.500 Konsumenten wurden befragt, davon in Deutschland 2.000 Personen. In dieser Studie bildet Deutschland den größten Share-Economy-Markt. Die Untersuchung ist sektorenspezifisch verlaufen. Die Segmente lauten wie folgt: „Hotels und Unterkünfte“, „Medien und Unterhaltung“, „Mobilität“, „Handels- und Konsumgüter“, „Dienstleistungen“, „Finanzen“ und „Maschinen“.

<sup>21</sup> Das BMWi (2018) bezieht sich in seiner Publikation auf den Begriff „Sharing Economy“. Der „Mobilitätssektor“, „Unterkunftssektor“ und der „Sektor Alltagsgegenstände“ wurden in dieser Publikation näher analysiert.

Wissenschaftlern und Gewerkschaften geführt worden, die bereits auf (erste) Erfahrungswerte mit der genannten Erwerbsform blicken können<sup>22</sup> (Schmidt/Kathmann 2017). Zudem wird Berlin hier als „Gründertauptstadt“ für Start-up-Firmen beschrieben. Dieses sei unter anderem einer vorteilhaften Infrastruktur sowie einer hohen Einwohneranzahl geschuldet. Nationale wie internationale Plattformunternehmer sehen Berlin im deutschen Raum als attraktiven Gründungsort, um ihre Geschäftsidee am Markt zunächst auf den Prüfstand stellen zu können. Es ist jedoch keine Seltenheit, dass sich Berliner Start-ups auf lange Sicht nicht am Markt behaupten können und die Unternehmen bereits nach wenigen Jahren in die Insolvenz gehen (Schmidt/Kathmann 2017). Dass Berlin auch international als attraktiver deutscher Standort für Start-ups gilt, zeigt eine Rangliste<sup>23</sup>, die Berlin von 85 Metropolen weltweit auf den vierten Platz stellt. Hamburg gehört ebenfalls unter die „Top Ten“ in diesem Ranking. Unter den ersten 40 Plätzen sind an deutschen Städten zudem München, Stuttgart, Frankfurt am Main, Düsseldorf, Köln und Leipzig vertreten (Voss 2017). Im Weiteren existiert eine Kurzstudie vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln zu den Auswirkungen der Sharing-Economy im Bundesland Nordrhein-Westfalen, in der sechs verschiedene Sektoren näher untersucht werden, darunter die Bereiche Unterkunft, Mobilität und Finanzdienstleistungen. Hier wird zum Beispiel die Häufigkeit der Google-Suchanfragen nach bestimmten Plattformen wie Airbnb, BlaBlaCar oder Auxmoney nach Bundesländern entsprechend aufgeschlüsselt (Demary et al. 2016).

Im Rahmen des Innovationsprogramms 2020 hatte sich Bremen zur Aufgabe gemacht, die regionale Wettbewerbsfähigkeit weiterhin zu fördern und strebt(e) an eine der besten zehn Technologieregionen in Deutschland zu werden (Der Senator für Wirtschaft und Häfen 2010: 13). Einzelne Unternehmen soll(t)en zum Beispiel durch „(...) passgenaue Finanzierungsinstrumente (...)“ und ein „(...) verstärktes Angebot an Wagniskapital (...)“ gezielter unterstützt werden (Der Senator für Wirtschaft und Häfen 2010: 13).

Inwieweit Plattformunternehmen von solchen Unterstützungsmaßnahmen betroffen sind, bleibt in diesem Rahmen unklar. Bezug nehmend auf eine Mitteilung des Senats von 2015 zum „Masterplan Industrie Bremen“ spiegelt sich für den bremischen Arbeitsmarkt im Zusammenhang mit der Digitalisierung ein Problembewusstsein wider. Hier wird auf die herausfordernden Entwicklungen der Digitalisierung verwiesen, die mit der Zukunft humaner Arbeit und neuen Konzepten im Bereich Arbeitsteilung wie -gestaltung zusammenhängen. Genannt werden Aspekte wie Veränderungen in den beruflichen Anforderungsprofilen sowie eine unscharfe Trennung zwischen den Akteursrollen (Produzent, Arbeitnehmer, Kunde). Auch die Neu- oder Umgestaltung von Tarifsystemen wird als künftige Aufgabe gesehen (Bremische Bürgerschaft 2015: 15-16).

Im Maßnahmenpaket „Bremen Digital 2019-2021“ von 2018 werden ebenfalls Veränderungen der bremischen Arbeitswelt im Zuge der Digitalisierung erkannt, die eine unternehmerische Anpassung erforderlich machen. Unter dem Stichwort „Arbeit 4.0“ liegt der Schwerpunkt darauf, die technologischen Fortschritte im Sinne adäquater und attraktiver Arbeit einsetzen und nutzen zu können und entsprechend damit umzugehen (Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen 2018: 4-5).

Potenzial für verstärkte Aktivitäten im Bereich der Plattformökonomie zeichnet sich in der bremischen Mobilitätsbranche ab. Im Zuge des „Verkehrsentwicklungsplans 2025“ wird beispielsweise darauf verwiesen, dass mit der „VerkehrsManagementZentrale Bremen“<sup>24</sup> (VMZ) ein umfangreicher Datenpool zu

---

<sup>22</sup> Die methodische Herangehensweise im Projekt „Joboption Berlin“ deckt sich stark mit der Vorgehensweise des vorliegenden Forschungsprojekts. Auch in der Untersuchung von Mrass und Peters (2017) zu Crowdfunding-Plattformen wurde methodisch ähnlich vorgegangen. In dieser wurden insgesamt 32 Plattformen mit Sitz oder Standort im deutschen Raum ermittelt. Auf 14 Plattformen wurde sich fokussiert, indem umfangreiche Interviews mit der Geschäftsleitung geführt wurden. Insgesamt konnten von zwei Dritteln der 32 Plattformen überhaupt Daten gewonnen werden (Mrass/Peters 2017: 11 - 13).

<sup>23</sup> Die Rangliste basiert auf der Auswertung verschiedener Statistiken. Eine Bewertung fand in folgenden fünf Kategorien statt: „Anzahl von Start-ups und Investoren“, „Gehälter“, „Steuern und Soziales“, „Lebensqualität“, „Bezahlbarkeit der Stadt“ (Voss 2017).

<sup>24</sup> Die „VerkehrsManagementZentrale Bremen“ setzt sich mit jeglichen Verkehrsangelegenheiten auseinander. Sie ist ein Teilgebiet des Referates „Straßenverkehrstechnische Angelegenheiten“ im Amt für Straßen und Verkehr (ASV): <https://vmz.bremen.de/ueber-uns/die-vmz/?L=0> (abgerufen am 17.02.2019).

Verkehrsaufkommen und -lage in Bremen vorhanden sei. Dieser Pool solle Dritten bereitgestellt werden, „(...)um einen Anreiz zur Entwicklung von Webdiensten und Apps zu schaffen, welche von der Bevölkerung über Smartphones oder Navigationsgeräte genutzt werden können“ (Der Senator für Umwelt, Bau und Verkehr 2014: 172).

Auf politischer Ebene lässt sich in Bremen eine eher allgemeine Auseinandersetzung mit Digitalisierungsprozessen feststellen, die mehr oder minder ausgeprägt konkrete Berührungspunkte zu digitalen Plattformen aufweisen. Hiermit zusammenhängende Herausforderungen für den Bremer Arbeitsmarkt werden an dieser Stelle wahrgenommen, konkrete Forschungsaktivitäten oder Handlungsstrategien sind in diesem Zuge hingegen nicht identifiziert worden.

## 5 Phase I und II: Identifizierung und Qualifizierung einer Plattformökonomie in Bremen

Nachdem die Forschungsfragen für die Untersuchung bremischer Plattformökonomie vorgestellt und die Hintergründe der Plattformökonomie näher beleuchtet wurden (siehe *Abschnitt 3 Forschungsfragen im Bremer Kontext*), wird im vorliegenden Kapitel auf die Identifizierung und Qualifizierung der Plattformökonomie in Bremen eingegangen. Forschungsphase I konzentrierte sich auf eine Bestandsaufnahme von ermittelten Aktivitäten im Bereich der Plattformökonomie, die auf Recherchearbeiten basierte. In der zweiten Forschungsphase wurden die ermittelten Plattformaktivitäten anhand der Forschungsliteratur kategorisiert. Zudem war eine Kontaktaufnahme zu bremischen Institutionen Bestandteil dieser Projektphase. Zunächst wird auf das methodische Vorgehen eingegangen, anschließend folgen die Ergebnisse und Schlussfolgerungen.

### 5.1 Methodik

Im Zuge des ersten Arbeitspaketes ist eine Bestandsaufnahme der Plattformökonomie in Bremen bzw. eine Identifikation von Aktivitäten in diesem Bereich erfolgt. In den Recherchen wurde sich auf ausgewählte Branchen beschränkt, die im Kontext der Plattformökonomie besonders häufig thematisiert werden und in ihrer Funktion als Vermittler von Erwerbsarbeit zum Teil in der Kritik stehen (siehe *Abschnitt 4 Hintergründe zur Plattformökonomie*). Die Beschränkung auf spezifische Branchen ist der umfangreichen Bandbreite und Vielfältigkeit von digitalen Plattformen geschuldet. Von einem vorherigen Ausschluss der Formen von Plattformkonzepten wurde abgesehen, um eine umfassende Bestandsaufnahme in den als relevant beurteilten Branchen zu erhalten. Die in Phase I ausgewählten Branchen sind wie folgt aufgeführt:

- Markt für Personenbeförderung
- Gastgewerbe
- Lieferdienste
- Betreuungs- und Pflegedienstleistungen
- Reinigungsdienstleistungen
- Handwerksdienste
- Finanzmarkt und Crowdfunding
- Jobvermittlungen
- Weitere Dienstleistungen<sup>25</sup>

Die Recherche nach Plattformen, deren Angebote und Dienste in Bremen zugänglich sind bzw. abgewickelt werden, ist mittels Internetrecherche und Nutzung der jeweiligen Apps der ermittelten Plattformen erfolgt. Entscheidend für die Erfassung war das Kriterium, ein Produkt oder eine Dienstleistung in Bremen über eine App oder einen Webauftritt kaufen, buchen bzw. beziehen zu können. In diesem Zusammenhang

---

<sup>25</sup> Bei „Weiteren Dienstleistungen“ handelt es sich um Plattformaktivitäten, bei denen eine eigenständige Branchen-Gruppierung als nicht sinnvoll erachtet wurde.

wurde zu jedem in den Bestand aufgenommenen Plattformunternehmen der Sitz des Unternehmens recherchiert. Durch die beschriebene Vorgehensweise sollten die Fragestellungen a) und b) beantwortet werden. Neben den Plattformaktivitäten in Bremen wurde sich von diesem Vorgehen auch versprochen, einen Überblick über die Anzahl an Erwerbstätigen in diesem Bereich zu erhalten.

Anknüpfend an Phase I hat in der zweiten Forschungsphase eine Kategorisierung der ermittelten Plattformen stattgefunden. Die ermittelten Plattformen sollten mit den in der Literatur genannten Merkmalen der Plattformökonomie in Verbindung gebracht werden, um den Begriff im bremischen Kontext definitorisch erfassen zu können. Als Grundlage für die Zuordnung diente eine Veröffentlichung der Friedrich-Ebert-Stiftung (Schmidt 2016), in der eine Kategorisierung von digitalen Plattformen vorgenommen wurde. In dieser Veröffentlichung spielen Aspekte wie die Struktur und Funktion von Plattformen oder der Ort der Erbringung einer Dienstleistung eine entscheidende Rolle. Die Kategorisierung bezieht sich auf Forschungsfrage c), die entsprechend auf eine Definition der Plattformökonomie im bremischen Kontext abzielt. Zudem wurde unter Berücksichtigung von Forschungsfrage d) Kontakt zu bremischen Institutionen und Behörden aufgenommen, um so einen Eindruck über den Wissensstand der Akteure über eine hier existierende Plattformökonomie zu erhalten. Zu den kontaktierten Institutionen zählte „Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen der Freien Hansestadt Bremen“, die „Handelskammer Bremen“ und das „Statistische Landesamt Bremen“. Gleichzeitig war mit den Kontaktaufnahmen die Absicht verbunden, ergänzende Hinweise zur Definition einer bremischen Plattformökonomie aus der Sicht der Praxis zu erhalten.

## 5.2 Identifizierte Plattformen

Innerhalb der gewählten Branchen konnte eine Vielzahl einzelner Plattformen identifiziert werden, deren Dienste über einen Internetbrowser oder eine App abrufbar sind und von Bremer Bürgern in Anspruch genommen werden können. Diese ermittelten Aktivitäten (Bezug nehmend auf Forschungsfrage a.) *Welche Aktivitäten im Bereich der Plattformökonomie lassen sich im Land Bremen identifizieren?*) werden im Kontext einer definitorischen und kategorischen Einordnung (Forschungsfrage c.) *Wie lässt sich der Begriff Plattformökonomie für das Land Bremen definieren?*) exemplarisch dargestellt (siehe *Abbildung 3*).<sup>26</sup>

Eine spezifische Klassifizierung des Begriffs Plattformökonomie für das Land Bremen ist bis dato noch nicht möglich. Bislang konnten Plattformen im Bereich der Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen, der Kommunikation, Information und Unterhaltung, des Crowdfunding, der Vergleichsportale und für Vermietung und Verkauf von Gütern ausgemacht werden. In der Forschungsliteratur existieren derzeit mehrere mehr oder weniger trennscharfe Definitionsansätze, die jeweils für sich jedoch noch nicht ausreichen für eine endgültige Definition (siehe Abschnitt 4 *Hintergründe zur Plattformökonomie*). Dies liegt mitunter auch an der relativ hohen Innovationsfähigkeit der Plattformökonomie, die langfristige Einschätzungen erschwert. Nichtsdestotrotz lässt sich der aktuelle Entwicklungsstand der Plattformökonomie typisieren und ihre Ausprägungen erfassen.

Allgemein lässt sich festhalten, dass diejenigen definitorischen Merkmale, die sich in globaler Hinsicht für die Plattformökonomie in der Literatur haben identifizieren lassen, auch für die bremische Plattformökonomie Anwendung finden. Darüber hinaus geltende spezifisch bremische Kriterien haben sich nicht ermitteln lassen. Eine individuelle Qualifizierung des Begriffs ist für Bremen an dieser Stelle nicht möglich.

Wie bereits bekannt, ist die Verfügbarkeit eines Plattformdienstes nicht an die Existenz einer lokalen Unternehmensniederlassung gebunden und lokale Dienstleister müssen lediglich im Falle des Erbringens lokaler Dienstleistungen auf lokalen Plattformen registriert sein. So können potenzielle Kunden aus Bremen eine Vielzahl von ebenfalls bundesweit oder international verfügbaren Plattformen nutzen. Die Erfassung der in Bremen zur Verfügung stehenden Plattformen aus *Abbildung 3* deutet nicht darauf hin, dass die Plattformökonomie in Bremen auf bestimmte Branchen beschränkt ist. Mit Blick auf die Definition der

---

<sup>26</sup> Aufgrund des Umfangs zu identifizierender Plattformunternehmen wurde sich im Sinne der Übersichtlichkeit für eine exemplarische Auswahl der ermittelten Plattformen entschieden. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit.

bremischen Plattformökonomie lassen sich demnach auch keine branchenspezifischen Eingrenzungen vornehmen.

**Abbildung 3: Exemplarische Einordnung der in Bremen identifizierten Plattformen mit Ortsangabe ihres Sitzes**

<b>Arbeitsplattformen zur Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen</b>	<b>Gigwork</b>	<b>Personenbeförderung</b>	Bettertaxi (München) Taxi.de (Hamburg) Taxi Deutschland (Frankfurt am Main) BlaBlaCar (Paris) MyTaxi (Hamburg) Flinn (Darmstadt)
		<b>Lieferdienste</b>	Foodora (Berlin) Lieferheld (Berlin) Pizza.de (Berlin) pizza-taxi.de (Essen) Lieferando (Berlin) bringbutler.de (Wachtendonk)
		<b>Putzdienstleister</b>	Die Haushaltsjobbörse Helping (Berlin) Haushelden (Köln) Betreat.de (Berlin)
		<b>Betreuungs- und Pflegedienstleister</b>	Pflegehilfe.org (Mainz) Pflegeplattform24 (Wien) Pfligix (Witten)
		<b>Handwerksdienste</b>	Homebell (Berlin)
		<b>Weitere Dienstleistungen</b>	Meet'n'learn (Trnava) Wellnow (Berlin) Mila (Zürich)
	<b>Cloudwork</b>	<b>Crowdwork</b>	Amazon Mechanical Turk* (Seattle)
		<b>Kreativwettbewerbe</b>	99designs* (San Francisco)
<b>Kommunikation, Information, Unterhaltung</b>			Youtube* (San Bruno) Facebook* (Menlo Park) Instagram* (Menlo Park)
<b>Geld</b>	<b>Crowdfunding</b>		Schotterweg (Bremen) Viele Schaffen Mehr* (Berlin)
<b>Vergleichsportale</b>	<b>Gastgewerbe bzw. Wohnungen/Vermietung</b>		Hotels.com (Dallas) Amoma.com (Genf) Expedia.de (Bellevue) Getaroom (Dallas) Agoda (Singapur) HRS – Hotel Reservation Service (Köln)
	<b>Personenbeförderung</b>		Mobility Map (Düsseldorf) Billiger-mietwagen.de (Freiburg) moovel (Stuttgart) Qixxit (Berlin)
	<b>Handwerksdienste</b>		MyHammer (Berlin) undertool.de (Mannheim) bluarbeit.de (Köln) Weissmaler (Berlin) Work5 (Berlin)
<b>Vermietung/Verkauf</b>	<b>Vermietung, immateriell</b>		Netflix* (Los Gatos) Spotify* (Stockholm)
	<b>Vermietung, materiell</b>		Airbnb (Dublin) Wimdu (Augsburg) Booking.com (Amsterdam) Casamundo (Hamburg) Gloveler (Berlin) 9flats (Singapur)
	<b>Verkauf, materiell</b>		eBay* (San José)

Quelle: Eigene Darstellung nach Schmidt (2016).



Im Zuge der Identifikation von Plattformen in Bremen ist aufgefallen, dass von kaum einer dieser Plattformen die Betreiber in Bremen ansässig sind. Ein wesentlicher Anteil der ermittelten Plattformen hat ihren Sitz in Berlin oder in anderen Großstädten wie Hamburg, München oder Köln. Hinzu kommen internationale Standorte wie Paris, Amsterdam, Singapur oder Städte in den USA. Lediglich das Crowdfunding Unternehmen „Schotterweg“ von der Bremer Aufbau-Bank GmbH sowie zwei zunächst identifizierte Anbieter aus dem Bereich Personenbeförderung („Cambio Carsharing“ und „Move About“) haben in Bremen ihren Sitz<sup>27</sup>. Es ist zu vermuten, dass besonders innovative oder junge Plattformen im Gigworking-Bereich ihren Service erst dann auf Bremen ausdehnen, nachdem sie bereits in Städte wie Hamburg oder Frankfurt am Main bzw. international expandiert haben (siehe 4.3.3 *Auf Ebene der Bundesländer, Städte und Kommunen*).

Im Rahmen der Kontaktaufnahmen zu bremischen Institutionen ließ sich bereits in Forschungsphase II ein Interviewpartner akquirieren. Zwei weitere zu diesem Zeitpunkt kontaktierte Institutionen gaben an mit der Thematik des Forschungsprojekts nicht ausreichend vertraut zu sein, signalisierten aber ein hohes Interesse. Diese Rückmeldungen in einer relativ frühen Phase der Untersuchung führten zu der Einschätzung, dass der Wissensstand über Ausprägungen der Plattformökonomie in Bremen relativ gering ist und die Aufmerksamkeit sich bislang eher punktuell auf dieses Thema richtete (Forschungsfrage d)). Diese ersten Erkenntnisse decken sich mit den vorausgegangenen Recherchen, die bisher auf keine expliziten Forschungsaktivitäten in diesem Bereich schließen ließen.

Mit Blick auf die Anzahl der Erwerbstätigen in der Plattformökonomie in Bremen (Forschungsfrage b)) haben sich über alle Plattformtypen hinweg durch die reine Begutachtung des browser- oder app-basierten Auftritts keine belastbaren Zahlen ermitteln lassen. Dieser Erkenntnis deckt sich mit anfänglichen Vermutungen, die auf Abschnitt 4.3 *Erhebungen zu Plattformökonomie und -arbeit* basieren. Daher müsste sich in der Ermittlung der Gesamtzahl der Plattformarbeiter vorrangig auf Angaben der einzelnen Plattformbetreiber verlassen werden. Entsprechende Zahlen ließen sich allerdings seitens der Plattformanbieter nicht ermitteln. Nachfragen blieben unbeantwortet. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass die Zahl der registrierten Dienstleister einer Plattform keine endgültigen Informationen über die tatsächlich aktive Ausübung entsprechender Leistungen vermittelt. Die Registrierung auf einer Plattform zur Vermittlung bezahlter Dienstleistungen alleine verpflichtet nicht zwangsläufig zur regelmäßigen Aus-führung von Arbeitsaufträgen.

Im Zuge des weiteren Projektverlaufs wurde die Möglichkeit gesehen, durch eine tiefer gehende Auseinandersetzung mit einzelnen Plattformen einen Eindruck über die Anzahl an Erwerbstätigen in der bremischen Plattformökonomie gewinnen zu können. Auch durch den Austausch mit Experten und Plattformarbeitern in der dritten Forschungsphase wurde eine Verdichtung der Erkenntnisse als realisierbar bewertet. Diesen ersten Eindruck zum Wissensstand galt es ebenfalls im Zuge der persönlichen Interviews einer fundierten Prüfung zu unterziehen. Die Identifizierung von Plattformaktivitäten sowie die Qualifizierung des Begriffs der Plattformökonomie wurde mit Beendigung der Phasen I und II als abgeschlossen bewertet.

### 5.3 Zwischenfazit

In Rahmen der Forschungsphasen I und II war es möglich, die ermittelten Plattformaktivitäten zu typisieren und zu kategorisieren. Die Plattformökonomie in Bremen scheint dabei nicht auf bestimmte Branchen beschränkt zu sein. Die Kategorie „Arbeitsplattformen zur Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen“ (Schmidt 2016) wurde für die Untersuchung der Situation von Plattformarbeitern als die relevante Rubrik bewertet. In dieser Kategorie ließen sich die Plattformen eingruppierten, die persönliche Dienstleistungen vermitteln und deren Rolle in diesem Prozess sich nicht auf die einer Vergleichsplattform beschränkte. Eine branchenspezifische Eingrenzung oder individuelle Qualifizierung des Begriffs der Plattformökonomie ist

---

<sup>27</sup> Sowohl Cambio Carsharing als auch Move About mussten nach der ersten groben Erhebung allerdings aus dem Kreis der berücksichtigten Plattformen gestrichen werden. Daher werden sie in *Abbildung 3* nicht aufgeführt. Beide Unternehmen vermitteln lediglich ihren eigenen Fuhrpark über ihre Internetpräsenz zur Nutzung durch ihre Kunden. Ein wesentliches Merkmal der Plattformökonomie ist allerdings, dass die Plattformen eine Vermittlungsfunktion zwischen Dienstleistern und Kunden einnehmen. Die Nutzung des Internets als Vertriebsweg der eigenen Dienstleistung reicht nicht aus, um als Unternehmen als Teil der Plattformökonomie betrachtet werden zu können.

für Bremen bis dato nicht möglich. Für Bremen gelten die definitorischen Merkmale, die sich auch auf globaler Ebene identifizieren lassen. Konkrete Erwerbstätigenzahlen der bremischen Plattformökonomie konnten an dieser Stelle nicht ermittelt werden. Von den ermittelten Plattformdienstleistern hat so gut wie keiner seinen Sitz in Bremen. Trotz des bisher begrenzten Wissensstandes über die Bremer Plattformökonomie wurde seitens der bremischen Institutionen großes Interesse am vorliegenden Forschungsprojekt geäußert.

## **6 Phase III: Quantifizierung von Erwerbstätigen in der bremischen Plattformökonomie**

Im Rahmen von Forschungsphase III war der Blick auf die Erwerbstätigen zu richten, die innerhalb der für Bremen ermittelten Plattformökonomie einer Arbeit nachgehen. Dabei standen insbesondere die Strukturen der Erwerbstätigkeit, die Beziehungen zu anderen Akteuren und mit der Erwerbsstruktur zusammenhängende gesetzliche Rechte und Pflichten im Fokus des Forschungsmoduls. Eine besonders große Rolle spielte dabei das persönliche Empfinden über die Arbeit in der Plattformökonomie. Hierfür erfolgt in Abschnitt 6.1 eine plattformspezifische Analyse. Ausgewählte Plattformen der Kategorie „Arbeitsplattformen zur Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen“ wurden durch Internetrecherchen (insbesondere auf ihrer jeweiligen Internetpräsenz) auf bestimmte Kriterien hin untersucht. Daran anschließend wird in 6.2 die Auswertung der Online-Umfrage behandelt, die der Durchführung von Interviews zwischengeschaltet wurde. Sie diente zum einen der Akquise potenzieller Interviewpartner und zum anderen der Erhebung von Daten. Im Weiteren liegt das Hauptaugenmerk auf der Durchführung und Auswertung der Interviews mit Erwerbstätigen und Experten (Abschnitte 6.3 bis 6.5).

### **6.1 Plattformspezifische Untersuchung**

Im vorliegenden Abschnitt wird die gezielte Untersuchung ausgewählter Plattformen behandelt. Zunächst wird die Auswahl der Plattformen entsprechend begründet, ihr Kernkonzept sowie die Kriterien, die für die Analyse eine Rolle spielten, vorgestellt. Daran anknüpfend erfolgt die Auswertung. Dieser Abschnitt schließt mit der Zusammenfassung des Erkenntnisgewinns.

#### **6.1.1 Auswahl exemplarischer Plattformen**

Unter Berücksichtigung der kategorischen Einordnung wurde die Rubrik „Arbeitsplattformen zur Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen“ für die spezifische Analyse von Arbeitsbedingungen als die entscheidende Kategorie bewertet. Mit Ausnahme der „Weiteren Dienstleistungen“ wurde aus jeder Branche jeweils eine Plattform - und damit insgesamt sieben Plattformen - für eine intensive Untersuchung berücksichtigt. Für dieses Vorgehen wurde sich entschieden, um einer intensiven Analyse der Strukturen aufgrund des weiten Spektrums ermittelter Plattformen gerecht zu werden. Aufgrund der sehr hohen Anzahl sich in Details unterscheidender Plattformkonzepte schien diese Einschränkung notwendig. Die Auswahl der einzelnen Plattformen ist dabei per Zufallsprinzip erfolgt.

Die ausgewählten ortsgebundenen und ortsunabhängigen Plattformunternehmen sowie das Geschäftskonzept des Plattformbetreibers werden im Folgenden dargestellt und beschrieben.

- Foodora bietet einen Bestell- und Lieferservice von Speisen und Getränken an. Über die Onlineplattform können Restaurants Kunden ihre Gerichte anbieten. Foodora vermittelt dabei die geordnete Anfrage zwischen Restaurant und Kunde. Für die Abholung der Ware beim Restaurant und

die Auslieferung der Bestellung zum Kunden werden Lieferkuriere eingesetzt, die die Lieferung in der Regel per Fahrrad<sup>28</sup> ausführen. Foodora bezeichnet seine Kuriere auch als „Rider“.<sup>29,30</sup>

- Pflegix vermittelt sogenannte „Helfer“<sup>31</sup> (Einzelpersonen) an „Familien“ in den Bereichen Haushalt, Betreuung, Begleitung oder Grundpflege in selbstständiger, gewerblicher Tätigkeit (zum Beispiel können dies Alltagshelfer, Seniorenbetreuer oder examinierte Pflegekräfte sein).<sup>32</sup>
- Helpling ist ein Online-Marktplatz zur Vermittlung von selbstständigen Reinigungskräften. Eine Reinigungskraft kann mittels Browser oder App gebucht werden. Die Plattform vermittelt zudem auch andere haushaltsnahe Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen.<sup>33</sup>
- Homebell vermittelt seine handwerklichen Partner an Kunden, die Handwerksleistungen in Anspruch nehmen möchten. Partner der Plattform können sowohl Einzelpersonen sowie Handwerksbetriebe sein.<sup>34,35</sup> Kunden sind vorrangig private Haushalte.
- Taxi.de beabsichtigt zur mühelosen Bestellung eines Taxis beizutragen. Aus Sicht von Taxifahrern bzw. Personenbeförderern ermöglicht Taxi.de das zustande kommen von Beförderungsverträgen mit Fahrgästen. Auf Taxi.de können sich sowohl einzelne Taxifahrer als auch Taxiunternehmen registrieren.<sup>36</sup>
- Amazon Mechanical Turk (MTurk) beschreibt sich als „Crowdsourcing-Marktplatz“, auf dem Prozesse und Aufgaben an eine Gruppe von Menschen ausgelagert werden können. Die Bearbeitung dieser Aufgaben erfolgt online. Dabei kann es sich zum Beispiel um Datenrecherche oder um die Teilnahme an Umfragen handeln. Diejenigen, die Aufgaben ausführen werden als „Worker“ bezeichnet, während diejenigen, die Aufgaben anbieten „Requester“ genannt werden. Die Arbeitsaufträge der Requester werden „Human Intelligence Tasks“ („HIT“) genannt.<sup>37, 38</sup>
- 99designs ist eine Plattform innerhalb der Kreativbranche. Die Plattform vermittelt Designer an diejenigen, die Interesse an einem Design haben. Die Designer können ihre Werke zur Verfügung stellen, während Interessierte ein entworfenen Design kaufen können. Sie werden als „Kunden“ bezeichnet. Der Vergabeprozess läuft in Form eines Wettbewerbs ab, bei dem der Kunde einen Auftrag ausschreibt, während die Designer einen Entwurf anfertigen und einreichen

<sup>28</sup> Die Auslieferung ist aber beispielsweise auch mit dem Auto oder Motorroller möglich.

<sup>29</sup> Der Begriff „Rider“ wird im weiteren Verlauf des Berichts im entsprechenden Kontext verwendet.

<sup>30</sup> Die Informationen entstammen der Website von <https://www.foodora.de/> sowie den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) <https://www.foodora.de/contents/terms-and-conditions.htm>, (abgerufen am 17.02.2019)

<sup>31</sup> Der Begriff "Helfer" wird im weiteren Verlauf des Berichts im entsprechenden Kontext verwendet.

<sup>32</sup> Die Informationen entstammen der Website von Pflegix, <https://www.pflegix.de/>, sowie den Nutzungsbedingungen bzw. Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), <https://www.pflegix.de/nutzungsbedingungen/agb> (abgerufen am 09.02.2019)

<sup>33</sup> Die Informationen entstammen der Website von Helpling, <https://www.helpling.de/> (abgerufen am 30.01.2019)

<sup>34</sup> Nachfolgend wird pauschal von „Handwerkern“ gesprochen. Damit sind sowohl handwerklich tätige Einzelpersonen als auch betriebliche Vertreter gemeint.

<sup>35</sup> Die Informationen entstammen der Website von Homebell, <https://de.homebell.com/>, sowie den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB): <https://de.homebell.com/homebell/agb> (abgerufen am 09.02.2019). Manche der hier ermittelten Aspekte und Sachverhalte werden nicht wortwörtlich auf der Website genannt, sind aber aus dem Aufbau der Seite oder aus dem Kontext zu erschließen.

<sup>36</sup> Die Informationen entstammen der Website von Taxi.de, <https://www.taxi.de/>, sowie den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Nutzung von Taxi.de (AGB) (Für Fahrer): <https://www.taxi.de/agb/> (abgerufen am 10.02.2019). Manche der hier ermittelten Aspekte und Sachverhalte werden nicht wortwörtlich auf der Website genannt, sind aber aus dem Aufbau der Seite oder aus dem Kontext zu erschließen.

<sup>37</sup> Die Begriffe „Worker“, „Requester“ und „HIT“ werden im weiteren Verlauf des Berichts im entsprechenden Kontext verwendet.

<sup>38</sup> Die Informationen entstammen der Website von Amazon Mechanical Turk, <https://www.mturk.com/>, sowie der „Participation Agreement“ vom 17.10.2017: <https://www.mturk.com/worker/participation-agreement> (abgerufen am 25.02.2019)

können. Bei den Designs kann es sich zum Beispiel um Logos, Websites oder Verpackungen handeln.<sup>39</sup>

In ihrer Funktion als Vermittler von Dienstleistungen ist für diese sieben Plattformen eine Untersuchung im Hinblick auf die nachfolgenden Kriterien relevant. Die Kriterien nehmen Bezug auf die im Kapitel 2 *Stand der Forschung* angesprochene Intransparenz bzw. auf Herausforderungen der Plattformökonomie, insbesondere die in Punkt 4.2 genannten Chancen und Risiken:

- Status der Erwerbstätigkeit (Beschäftigungsverhältnis, Selbstständigkeit)
- Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs (Bezahlung, Provisionen)
- Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen (Versicherung, Haftung, Urlaub, Steuern, etc.)
- Rolle der Plattformen im Kontext der Aufgabenbearbeitung bzw. Auftragsabwicklung bzw. Rolle des Plattformarbeiters
- Gewährleistung von Qualität gegenüber den Plattformkunden und Plattformarbeitern.

Im ersten Schritt war eine Internetrecherche erforderlich. Neben den allgemeinen Informationen, die Interessierten (sowohl Plattformkunden als auch Plattformarbeitern) beim Aufrufen einer Plattform kommuniziert werden, sind auch formale Dokumente wie die AGB nach spezifischen Hinweisen, die auf die oben genannten Kriterien Bezug nehmen, überprüft worden. In einem zweiten Schritt sind Registrierungs- bzw. Bewerbungsprozesse mithilfe eines fiktiven Charakters bzw. einer fiktiven Profil-Seite (um anonym zu bleiben) bei den jeweiligen Plattformen simuliert worden. Dieses Vorgehen hat zum einen dazu beigetragen weitere Kenntnisse über die Plattformstrukturen zu gewinnen und offene Fragen zu beantworten, die im Zuge der Recherche offengeblieben waren. Zum anderen sind durch diesen Prozess Potenziale und Hürden in der Ansprache und Akquise potenzieller Interviewpartner ersichtlich geworden. Je nach Plattform waren individuelle Kontaktaufnahmen vorzunehmen.

### 6.1.2 Auswertung

Die plattformspezifische Untersuchung erfolgte in Bezug auf die in Abschnitt 2 aufgeführten Aspekte, die im Zusammenhang mit dem Arbeitsmarkt eine Rolle spielen. Die ermittelten Informationen zu den einzelnen Plattformen sind detailliert und in kategorischer Zuordnung tabellarisch aufgeführt im Anhang zu finden (siehe *V Tabellenverzeichnis*). Anzumerken ist hierbei, dass es sich um eine exemplarische Darstellung handelt und damit kein Anspruch auf Vollständigkeit besteht (wie zum Beispiel bei den „Arbeitsrechtlichen Ansprüchen, Pflichten und Schutzmaßnahmen“). Eine andere Zuordnung der ermittelten Informationen zu den Kriterien ist denkbar, da diese teilweise mehrere Kriterien zugleich abdecken oder berühren können. Inhaltliche Überschneidungspunkte sind entsprechend möglich. Gemeinsamkeiten und Unterschiede aus der plattformspezifischen Analyse werden nachfolgend besprochen.

### 6.1.3 Status der Erwerbstätigkeit und der Rolle von Plattform und Plattformarbeiter

Im Bereich des Erwerbsstatus haben sich für fast alle untersuchten Plattformkonzepte (Solo-) Selbständigkeiten ermitteln lassen. Foodora bildet hier mit seinem formalen Arbeitnehmer-Arbeitgeberverhältnis eine Ausnahme. In Summe zeigen sich jedoch erhebliche Unterschiede in der Präsenz und Funktion, die die Plattform in der Zusammenführung von Dienstleister und Kunden einnimmt. Auch wenn die Plattformen stets eine Vermittlungsfunktion innehaben (wie in der Analyse noch einmal deutlich geworden ist), ist entscheidend inwieweit Abhängigkeiten zum Plattformbetreiber bestehen, ob und welche Aufgaben diese übernimmt. Die Plattformkonzepte und die Rolle des Betreibers ähneln sich bei Helpling und Pflegix stark. Hier können Privatpersonen mit privaten Haushalten bzw. anderen Personen zusammengebracht werden, während eine branchenspezifische Ausbildung oder Fachkenntnis keine Voraussetzung für eine

---

<sup>39</sup> Die Informationen entstammender Website von 99designs, <https://99designs.de/>, sowie den Nutzungsbedingungen vom September 2017: <https://99designs.de/legal/terms-of-use>, (abgerufen am 25.02.2019)

erfolgreiche Registrierung auf der Plattform darstellt. Im Gegensatz zu Homebell oder Taxi.de, für deren Plattformgebrauch zum Beispiel Zulassungen oder nachgewiesene Fachkenntnis erforderlich ist, liegt die Ausübung laienhafter Dienstleistungen nahe.

So weisen auch die Konzepte von Homebell und Taxi.de in diesem Punkt eine Similarität auf. Die Plattformbetreiber lassen die Nutzung des Plattformdienstes lediglich durch professionelle Handwerker sowie lizenzierte Taxifahrer zu. Diese Plattformen bieten für die Handwerker und Taxifahrer einen zusätzlichen Akquise- und Vermarktungskanal.<sup>40</sup> Im Konzept von Homebell nimmt der Betreiber im Vergleich zu Taxi.de in der Vermittlung eine zentrale Präsenz ein, da Homebell zum Beispiel Festverträge aushandelt und die Kommunikation zum Kunden übernimmt. Bei Amazon Mechanical Turk fällt auf, dass potenziell zwei Akteure Arbeitgeberfunktionen einnehmen könnten - entweder das Plattformunternehmen oder aber der Auftraggeber einer gewünschten Leistung. De facto besteht mit keiner dieser Parteien ein Arbeitsvertrag. Im Falle dieser Plattform ist allgemein die starke Distanz zur Verantwortungsübernahme seitens der Plattform aufgefallen. Die Plattform 99designs stellt die Infrastruktur und mittels der Nutzungsbedingungen einen Rahmen bereit auf deren Grundlage die Kommunikation der Plattform-arbeiter und -kunden stattfindet. Darüber hinaus übernimmt 99designs weitere Funktionen, zum Beispiel ist die Plattform in die Zahlungsabwicklung involviert und nimmt eine kategorische Einordnung der Designer nach ihrem Qualifikationsniveau und ihren Fähigkeiten vor.

#### 6.1.4 Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs

Die Erwerbsstrukturen der analysierten Plattformkonzepte sind unterschiedlich, was mitunter auch mit dem Status der Erwerbstätigkeit zusammenhängt. So werden die Kuriere von Foodora als Arbeitnehmer nach einem festgelegten Stundenlohn bezahlt. Hier ist von der Einhaltung des gesetzlichen Mindestlohns auszugehen. Darüber hinaus kann der finanzielle Erwerb nach Stundenlohn durch Bonussysteme und Trinkgeld aufgestockt werden. Der Preis der Dienstleistung kann bei Helpling und Pflegix individuell durch den Plattformarbeiter festgelegt werden, von dem eine Provisionszahlung an den jeweiligen Plattformbetreiber geht. Eine Provisionszahlung ist bei Taxi.de nicht relevant. Insgesamt ist die Inanspruchnahme dieses Dienstes für Taxifahrer und Betriebe kostenlos, abgesehen von bestimmten Sonderleistungen, auf die Gebühren anfallen können. Entsprechend muss der Taxifahrer von seinen generierten Einnahmen keine Zahlungen an den Plattformbetreiber abtreten. Bei Homebell wird sich auf Festpreise für die Kunden verständigt. Für die Handwerker ist die Inanspruchnahme des Plattformdienstes kostenlos. Auch an Amazon Mechanical Turk sind Gebühren zu entrichten – aber nicht vom Worker, sondern vom Requester, der für seine Aufträge für MTurk in Vorkasse gehen muss. Bei der Erwerbsstruktur haben sich Aspekte wie eine schlechte Bezahlung im Rahmen dieser ersten Analyse auf den meisten Plattformen nicht oder nicht explizit feststellen lassen. In manchen der untersuchten Fälle können die Plattform-arbeiter selbst darüber entscheiden, ob sie einen Auftrag annehmen möchten oder welchen Preis sie für eine Dienstleistung festsetzen (Pflegix, Helpling, Homebell). Es ist davon auszugehen, dass höher qualifizierte Plattformarbeiter nur dann Anfragen annehmen, wenn sich dieser als monetär attraktiv erweist.

Problematische Tendenzen zeichnen sich insbesondere bei MTurk ab, weil der Requester über die Lohnauszahlung erst entscheidet, nachdem eine Leistung bereits erbracht wurde. Auch wenn die Ablehnung eines ausgeführten Auftrags nur unter einer nachvollziehbaren Begründung erfolgen darf, distanziert sich MTurk an dieser Stelle eindeutig von jedweder Verantwortungsübernahme. So erscheint der Plattformarbeiter diesem Sachverhalt im Zweifel ausgeliefert. Für 99designs hat sich folgende Situation ermitteln lassen: Die Bezahlung eines Designers erfolgt erst nach einem erarbeiteten Entwurf und auch nur unter der Voraussetzung, dass sich der Kunde für diesen entscheidet. Diese Situation ist im Gegensatz zu MTurk

---

<sup>40</sup> Auch für die Plattformen Helpling und Pflegix ist dieser Aspekt nicht pauschal auszuschließen. Bei den angemeldeten Plattformarbeitern kann es sich ebenso um ausgebildete bzw. professionell tätige Reinigungs- oder Pflegekräfte handeln, die die Plattform lediglich als zusätzlichen Akquisekanal neben der eigentlichen beruflichen Ausübung in diesem Bereich nutzen. Diese individuellen Situationen sind im Verhältnis zu Homebell und Taxi.de jedoch zu vernachlässigen, da sie keine Voraussetzung für die Inanspruchnahme der Plattform darstellen.

anders zu bewerten, da die Bezahlung als ein Preisgeld zu verstehen ist. Alle Beteiligten sind sich über den vorliegenden Wettbewerbscharakter bewusst - der Erwerbsprozess unterliegt klar definierten Regeln. Solche transparenten Strukturen sind bei MTurk auf den ersten Blick nicht erkennbar.

### 6.1.5 Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen

Im Bereich der arbeitsrechtlichen Ansprüche sind für die Plattformen verschiedene Aspekte ermittelt worden, die je nach Plattformkonzept für den Plattformarbeiter und -betreiber variieren können. Es wird aber auch deutlich, dass bei ähnlichen Geschäftskonzepten, auch die Ausgestaltung der bestehenden Ansprüche und Pflichten der beiden Parteien entsprechende Similarität aufweist.

Während durch die formale Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehung bei Foodora davon auszugehen ist, dass zu einem Mindestmaß eine gesetzliche soziale Absicherung vorliegt (wie auf der Internetpräsenz der Plattform mit einem „Sozialversicherung-Paket“ beworben), sind behördliche Abgaben zum Beispiel bei Pflegix, Helpling, MTurk sowie 99designs eigenständig durch den Plattformarbeiter zu leisten und sicherzustellen. Darüber hinaus bieten Pflegix und Helpling eine Haftpflichtversicherung für Schadensfälle an. Bei Homebell und Taxi.de sind keinerlei arbeitnehmerähnliche Ansprüche für den Plattformarbeiter identifiziert worden. Dies ist plausibel, wenn berücksichtigt wird, dass der originäre Geschäftsbetrieb unabhängig vom Gebrauch der Plattformen Homebell oder Taxi.de erfolgt. Vielmehr ergeben sich aus dem Vertragsverhältnis mit Homebell Verpflichtungen seitens des Handwerkers, wie entsprechende Meldepflichten. Es ist zudem nachzuweisen, dass über eine Betriebshaftpflichtversicherung sowie ergänzende Umwelthaftpflichtversicherung verfügt wird. Ähnlich wird für Taxi.de ein gültiger Personenbeförderungsschein benötigt und der Fahrer darf Fahraufträge lediglich in konzessionierten Gebieten annehmen. Bei Missachtung geltenden Rechts können Taxifahrer an der Inanspruchnahme des Dienstes gehindert werden.

MTurk distanziert sich auch an dieser Stelle deutlich von potenziellen Aufgaben und Verpflichtungen. Die Plattform verweist darauf, dass sich der Worker selbst um die Einhaltung von Gesetzen oder Arbeitszeiterregelungen zu kümmern habe. Auf Aspekte wie Urlaubszahlungen und Lohnfortzahlung im Krankheitsfall bestehe kein Anspruch. Solche Ansprüche sind auch gegenüber den Requestern nicht geltend zu machen. Im Weiteren sind plattformspezifische Ansprüche zu nennen, wie beispielsweise der Vergütungsanspruch bei einer Stornierung (Helpling, Pflegix) oder das Recht am eigenen Design bis zur erfolgreichen Teilnahme an einem Wettbewerb (99designs).

### 6.1.6 Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformkunden und Plattformarbeitern

Für Registrierungs- oder Bewerbungsprozesse zur Nutzung einer Plattform sind in einem gewissen Umfang formelle Nachweise und Dokumente - wie ein Personalausweis oder Gewerbeschein - für eine erfolgreiche Verifizierung eines Nutzerkontos erforderlich. Dennoch kann der Vorgang in einigen der vorliegenden Fälle als niedrigschwellig bewertet werden, da der Zugang zu diesen Dokumenten mit keinem oder nur geringem Aufwand verbunden ist. Auch vermeintlich fachliche Befragungen, wie bei Foodora oder Helpling, sind eher als anspruchslos einzuordnen. In beiden Fällen kann auch das Erbringen von Probedienstleistungen erforderlich sein. Wie im oberen Abschnitt 6.1.2.1 bereits angesprochen, ist es für die Zusammenarbeit mit den Plattformen Homebell und Taxi.de erforderlich, die individuelle Qualifikation nachzuweisen. Zur Registrierung auf der Plattform MTurk sind Angaben wie Name, Geburtsdatum und E-Mail-Adresse erforderlich.

Abschließend lässt sich schlussfolgern, dass die Existenz von Fake-Kontos auf den entsprechenden Plattformen durch die Validierungsschritte im Registrierungsvorgang weitgehend ausgeschlossen ist. Trotz dieser Plausibilitäts- oder Realitätsprüfung sind keinerlei Qualitätsgarantien für die Durchführung der Tätigkeit gegeben, was für den Kunden problematisch werden kann. Dies gilt gerade für Plattformen wie Helpling und Pflegix. Für die Ausübung von Pflege- und Reinigungstätigkeiten kann ein höheres Anspruchsniveau bzw. ein höherer Anspruch in das individuelle Vertrauen in die Plattformarbeiter unterstellt werden, im Gegensatz zu den Microtasks, die auf MTurk ausgeschrieben werden. Qualitätsmängel lassen sich bei dieser Form der Arbeit womöglich nicht identifizieren. Zudem besteht für den Requester insofern ein geringes

Risiko, da er geleistete Arbeit monetär nicht zwangsläufig anerkennen muss. Ein ähnlich geringes Risiko für den Auftraggeber zeichnet sich in den Kreativwettbewerben ab.

### 6.1.7 Weiteres

Bei der hier durchgeführten Methodik zur Gewinnung von Daten und Informationen ist zu beachten, dass die Angaben auf den Internetauftritten und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen eine vorrangig einseitige Interessenwahrnehmung widerspiegeln. Die Plattformen müssen durch die Gestaltung ihres Internetauftritts nicht nur Plattformkunden ansprechen – für ihr Geschäftskonzept müssen sie auch Plattformarbeiter akquirieren. So werden scheinbar attraktive Konditionen beworben, wie zum Beispiel ein Versicherungsschutz. Fehlende Schutzmechanismen und Ansprüche sowie unattraktive Bedingungen werden hingegen nicht benannt oder sie sind erst im Zuge der Lektüre von Dokumenten wie den AGB ersichtlich. An dieser Stelle wird die Relevanz der Erwerbstätigeninterviews deutlich, durch die das persönliche Empfinden der Plattformarbeiter über ihre Tätigkeit wahrgenommen werden sollte.

Eigene Registrierungs- und Bewerbungsprozesse auf den Plattformen waren im Rahmen des Projekts oftmals nicht oder nur bedingt durchführbar, weil zum Beispiel Zahlungsmodalitäten anzugeben oder formale Dokumente wie Ausweise oder Gewerbescheine gefordert wurden. Dies war zum Beispiel bei Pflegix, Helpling oder Homebell der Fall. Dabei war die Registrierung bei Pflegix insoweit möglich, dass ein Konto zunächst erstellt werden konnte. Bei der Plattform MTurk wurde die Registrierung nach Prüfung durch die Plattform ohne Angabe von Gründen abgelehnt. Einen erklärbaren Anhaltspunkt für die Ablehnung gab es hier nicht. Hier lässt sich eine gewisse Machtposition des Plattformbetreibers feststellen. Die Registrierung auf der Plattform 99designs unterlag hingegen keinerlei Einschränkungen. Bei Foodora war die Anmeldung auf der Plattform zwar zunächst durchführbar, allerdings wäre im nächsten Schritt eine Probefahrt erforderlich gewesen.<sup>41</sup> Im Zuge des methodischen Vorgehens wurden plattformspezifische Besonderheiten ermittelt, die eine individuelle Akquise potenzieller Interviewpartner erforderlich machte. Vor diesem Hintergrund wurde die Erstellung und der Einsatz einer Online-Umfrage als ein zentrales Akquisemittel angesehen.

### 6.1.8 Zwischenfazit

Es hat sich gezeigt, dass trotz des Vermittlungscharakters aller untersuchten Plattformkonzepte, erhebliche Unterschiede in der Präsenz und Funktion bestehen, die die Plattform in der Zusammenführung von Dienstleister und Kunden einnimmt. Auch die Erwerbsstrukturen der analysierten Plattformkonzepte sind unterschiedlich, da sie mitunter auch vom Status der Erwerbstätigkeit abhängen können. Mit Blick auf den Erwerbsstatus wurden mit Ausnahme von Foodora unabhängige Erwerbsverhältnisse identifiziert. Auf den meisten Plattformen haben sich - vor dem Hintergrund der freien Auftragsannahme - Aspekte wie eine schlechte Bezahlung nicht (explizit) oder zumindest nicht als Resultat der Regelungen der AGB feststellen lassen. Je nach Plattformkonzept variieren bestehende Ansprüche, Rechte und Pflichten von Plattformarbeitern oder Plattformbetreibern. Deutlich ist auch geworden, dass bei ähnlichen Geschäftskonzepten, auch die Ausgestaltung der bestehenden Ansprüche und Pflichten von den beiden Plattformakteuren eine Similarität aufweist.

In Bezug auf den Zugang zur Plattform ist der Registrierungsprozess als Barriere eher gering einzu-stufen. Im Fall der Reinigungs- und Pflegebranche müssen Plattformen wie Helpling und Pflegix im Hinblick auf die Qualität der Dienstleistung kritisch bewertet werden. Eine Betrachtung von Gigworking- und Cloudworking-Konzepten lässt aufgrund der uneinheitlichen Plattformkonzepte keine ver-allgemeinernden Aussagen

---

<sup>41</sup> Nach der Registrierung bei der Plattform wurde mehrmals zu einem Termin für eine Probefahrt aufgefordert, um den Bewerbungsprozess fortführen zu können. Nach einigen Wochen wurde dieser Schritt für die weitere erfolgreiche Bewerbung erlassen. Dieser Aspekt könnte mit unternehmerischen Umstrukturierungen zu tun haben oder aber mit einem Mangel an Bewerbern. An dieser Stelle ist nochmal auf den niedrighschwelligen Einstieg, als Plattformarbeiter tätig werden zu können, hinzuweisen. Später wurde der Bewerbung eine Ablehnung erteilt.

zu. Die individuelle Ansprache potenzieller Interviewteilnehmer in den einzelnen Branchen wurde aufgrund von Plattformspezifika als Erfordernis ermittelt. Eine Online-Umfrage als Akquisemittel über verschiedene Kommunikations- und Verbreitungskanäle zu streuen wurde in diesem Kontext als adäquat bewertet.

## 6.2 Online-Umfrage

Wie bereits angemerkt, diene die Online-Umfrage in erster Linie als Mittel potenzielle Interviewteilnehmer akquirieren zu können. Teilnehmer der Umfrage sollten in diesem Kontext ihre potenzielle Bereitschaft für ein Interview angeben können. Außerdem sollte so zusätzliches empirisches Material generiert werden, das neben den Erwerbstätigen- und Experteninterviews zum Erkenntnisgewinn beitragen sollte. Im Fokus stand dabei, das subjektive Empfinden der Plattformarbeiter über die Arbeit in der bremischen Plattformökonomie ermitteln zu können. Aufgrund des explorativen Charakters dieser Untersuchung erhebt dieses Ansinnen allerdings keinen Anspruch auf Repräsentativität. Es sollte vielmehr erste Anhaltspunkte für weitere Forschungen liefern. Im Nachfolgenden wird auf die Kommunikations- und Verbreitungskanäle der Umfrage für die einzelnen Plattformen eingegangen. Weiterhin wird die Konstruktion der Umfrage beschrieben und danach die Auswertungsergebnisse vorgestellt. Auf die Wege, die Umfrage zu verbreiten bzw. Interviewpartner akquirieren zu können, wird in Abschnitt 6.3 *Vorbereitung der geplanten Interviews* näher eingegangen.

### 6.2.1 Verbreitung der Online-Umfrage

Die Online-Umfrage wurde mittels folgender Kanäle und Methoden verbreitet:

- Foodora: Persönliche Ansprache eines Kuriers von Foodora; Verbreitung der Online-Umfrage über einen einen Messaging-Dienst (Whatsapp) der Foodora-Rider; Verbreitung der Umfrage über (Online-)Anzeigen.
- Pflegix: Kontaktaufnahme zu Dienstleistern über die Plattform; Kontaktaufnahme zum Plattformunternehmen Pflegix; Verbreitung der Umfrage über (Online-)Anzeigen; Vermittlungsanfragen an Institutionen bezüglich Kontakten zu Dienstleistern aus der Pflegebranche.
- Helpling: Kontaktaufnahme zur Plattform; Verbreitung der Umfrage über (Online-)Anzeigen.
- Homebell: Kontaktaufnahme zur Plattform; Vermittlungsanfrage an Handwerksverbände in Bremen bezüglich Kontakten zu Handwerksdienstleistern; Verbreitung der Umfrage über (Online-)Anzeigen.
- Taxi.de: Vermittlungsanfrage an Taxiverbände in Bremen bezüglich Kontakten zu Taxidienstleistern; Verbreitung der Umfrage über (Online-)Anzeigen.
- 99designs: Vermittlungsanfrage an Selbstständigenverbände bezüglich Kontakten zu Selbstständigen; Verbreitung der Umfrage über (Online-) Anzeigen.<sup>42,43</sup>

Das Geschäftsfeld von Solo-Selbstständigen und Kleinunternehmen der Kreativbranche und von Handwerksdienstleistern weist beispielsweise vielfach Überschneidungen zwischen dem über Plattformen vermittelten Kontakt zu Kunden und dem klassischen Kontakt zu Kunden auf. Häufig werden beide Vermittlungskanäle genutzt. Während es kaum bis gar nicht möglich ist die Betroffenen über die Plattformen zu kontaktieren, besteht durch den genannten Umstand aber die Möglichkeit sie über klassische (Online-)Verzeichnisse ausfindig zu machen. Auch Selbstständigenverbände fungierten in diesem Fall als Vermittler bzw. unter Umständen als mögliche Interviewpartner bezüglich der Auswirkungen der Plattformökonomie auf ihre Mitglieder. Eine ähnliche Funktion können Gewerkschaften bzw. Gewerkschaftsfunktionäre

---

<sup>42</sup> Die Vermittlungsanfragen (mit der Bitte um Weiterleitung der Umfrage an die Mitglieder) an die verschiedenen Institutionen wie Verbände wurde parallel auch als Möglichkeit der Akquise von Experteninterviews gesehen.

<sup>43</sup> Zur Verbreitung der Umfrage wurde zum Beispiel die Plattform „Stud.IP“ verwendet sowie die Website des iaw Bremen. Auf die Verbreitung der Umfrage und die hierüber gewonnenen Interviewpartner wird in Punkt 6.2 und Punkt 6.3 weiterhin eingegangen.



erfüllen. Dies gilt besonders für Plattformarbeiter, die nicht in den Wirtschaftsbereichen klassischer Selbstständiger arbeiten.

Anzumerken ist, dass die Verbreitung der Umfrage über ursprünglich angedachte Wege teilweise nicht durchführbar oder nicht erfolgreich war. Bei Helpling konnte auch aus Kundensicht kein Kontakt zu Reinigungskräften aufgenommen werden, ohne einen verbindlichen Arbeitsauftrag zu erteilen. Eine weitere Problematik ergab sich für die Plattform Pflegix. Nachdem die Umfrage über ein Kontaktfeld an in Bremen tätige „Helfer“ versendet wurde, war die Nachricht einige Zeit später nicht mehr existent bzw. schien gelöscht.<sup>44</sup> Demnach ist nicht davon auszugehen, dass in diesem Zuge Umfrageteilnehmer gewonnen werden konnten.

### 6.2.2 Konstruktion der Online-Umfrage

Im Vorfeld der Konstruktion der Online-Umfrage wurde angenommen, dass sich unter den Mitgliedern der kontaktierten Organisationen Plattformarbeiter befinden. Dementsprechend wurde davon ausgegangen, dass die Organisationen ihre Mitglieder auf Anfrage auf die Erhebung verweisen können. Darüber hinaus wurde ein Verweis auf die Umfrage auf einer Unterseite der Webseite des iaw platziert. Die Schwächen, die Online-Umfragen zugrunde liegen, wie beispielsweise mangelnde Repräsentativität oder die untergeordnete Erfassung von Teilnehmern ohne Internetzugang (Jacob et al. 2013: 114), ließen sich in dieser Erhebung vernachlässigen. Zum einen handelte es sich um eine explorative Erhebung, mit der erstmals eine Übersicht zur Grundgesamtheit der Plattformarbeiter auf lokaler Ebene geschaffen werden sollte. Zum anderen war anzunehmen, dass Plattformarbeiter aufgrund ihrer Tätigkeit über einen eigenen Internetzugang verfügen.

Die Umfrage wurde in fünf Abschnitte gegliedert: „*Persönliche Angaben*“, „*Beginn der Tätigkeit für eine Plattform*“, „*Einkommen bzw. Umsatz*“, „*Unternehmenskultur*“ und „*Bereitschaft für ein persönliches Gespräch*“ (siehe Anhang VI *Umfrage: Plattformökonomie in Bremen*). Der Ausgestaltung des Fragebogens wurden die Regeln zur Fragestellung von Jacob et al. (2013: 121-129) zugrunde gelegt. Im Abschnitt „*Persönliches*“ wurden demografische Angaben nach Geschlecht, Alter und dem höchsten Bildungsabschluss der Teilnehmer erfragt. Bei diesen Angaben handelte es sich um Pflichtangaben. Die erste Frage des Abschnitts „*Beginn der Tätigkeit für eine Plattform*“, mit der die Plattformzugehörigkeit der Teilnehmer abgefragt wurde, war ebenfalls eine Pflichtangabe.

Hierdurch sollte die Möglichkeit geboten werden, aus diesen Angaben eine Kategorisierung bzw. Typisierung der bremischen Plattformarbeiter ableiten zu können. Die übrigen Angaben der Umfrage waren freiwillig. Hiermit sollte verhindert werden, dass Teilnehmer die Umfrage unter Umständen vorzeitig abbrechen (Jacob 2013: 112).

### 6.2.3 Auswertung

Die Online-Umfrage war zwischen dem 27.09.2018 und 18.12.2018 für Teilnehmer zugänglich. Sie erreichte eine Gesamtzahl von insgesamt 65 Teilnehmern. Nach der Bereinigung des Datensatzes blieben noch 26 Fälle übrig, von diesen wurden in 20 Fällen alle Fragen durch die Teilnehmer beantwortet. Aus dem Datensatz wurden alle Fälle entfernt, die keine Angaben zu Alter, Geschlecht und Bildungsabschluss enthielten und in denen keine konkrete Plattformzugehörigkeit angegeben wurde.

---

<sup>44</sup> Es wird vermutet, dass die Anfragen durch den Plattformbetreiber entfernt wurden. Der beschriebene Sachverhalt zeigt, welche Rolle die Plattform Pflegix bei der Auftragsvermittlung einnehmen kann.

## 6.2.4 Plattformzugehörigkeit

In den Angaben über die Plattformzugehörigkeit spiegelt sich wider, welche Plattformarbeiter mittels der gewählten Herangehensweise an das Sampling dieses Forschungsvorhabens erreichen konnten und welchen Unwegsamkeiten quantitative Erhebungen von Plattformarbeit gemeinhin unterliegen (siehe *Abbildung 4*). Über den Umweg über etablierten Institutionen und Akteuren in Bremen ließen sich verhältnismäßig wenige Plattformarbeiter erreichen. Der angeschriebene Fachverband für das Taxigewerbe in Bremen leitete die Online-Umfrage zeitlich versetzt zweifach an Fahrer weiter und erreichte somit gemessen an der kleinen Stichprobe viele Teilnehmer. Er stellt hiermit eine Ausnahme im Vergleich zu anderen „klassischen“ Institutionen dar. Da er über direkten Kontakt zu Plattformarbeitern verfügt. Insgesamt repräsentieren von den 26 Fällen der Erhebung 17 Fälle Taxifahrer, die für die Plattformen Taxi.de, Taxi Deutschland und MyTaxi tätig sind.<sup>45</sup> Sie machen damit 65% der Teilnehmer der Umfrage aus. Bis auf eine Ausnahme sind die acht Plattformarbeiter, die mit Taxi.de assoziiert sind männlichen Geschlechts und im Durchschnitt 57 Jahre alt (Median: 57,5). Die Bildungsabschlüsse sind unter den Beteiligten relativ gleichmäßig verteilt zwischen einem Masterabschluss am oberen und einem Hauptschulabschluss am unteren Ende. 37,5%, und damit die Mehrheit in dieser Gruppe, haben Abitur.

Eine genauere Betrachtung der Plattformen für Personenbeförderungen, die in den Antworten der Teilnehmer genannt wurden, deutet an, dass sich die Taxibranche in einem Zwischenraum zwischen „klassischer“ Wirtschaft und Plattformökonomie befindet. Die Taxi Deutschland App, ein Produkt der Genossenschaft der Taxirufzentralen in Deutschland, vermittelt den mit ihr assoziierten Taxiunternehmern Aufträge<sup>46</sup> und erweitert damit prinzipiell lediglich die klassische Fahrtenvermittlung per Telefon um eine digitale Neuerung. Bei den Plattformen Taxi.de und MyTaxi handelt es sich dagegen um Onlineplattformen im engeren Sinne. Auf ihnen können sich Solo-Selbstständige und Taxiunternehmer, inklusive ihrer Fahrer, registrieren und sich in ihrem Konzessionsbereich Aufträge vermitteln lassen. Die Plattform MyTaxi gehört seit 2014 zur Daimler Mobility Service GmbH und kooperiert mit der ebenfalls zur Daimler AG gehörenden Plattform „moovel“.<sup>47</sup>

Die zweite größere Personengruppe, die sich an der Umfrage beteiligte, besteht aus den Lieferfahrern der Plattform Foodora. 27% der Teilnehmer gaben an, für die Plattform tätig zu sein (siehe *Abbildung 4*).

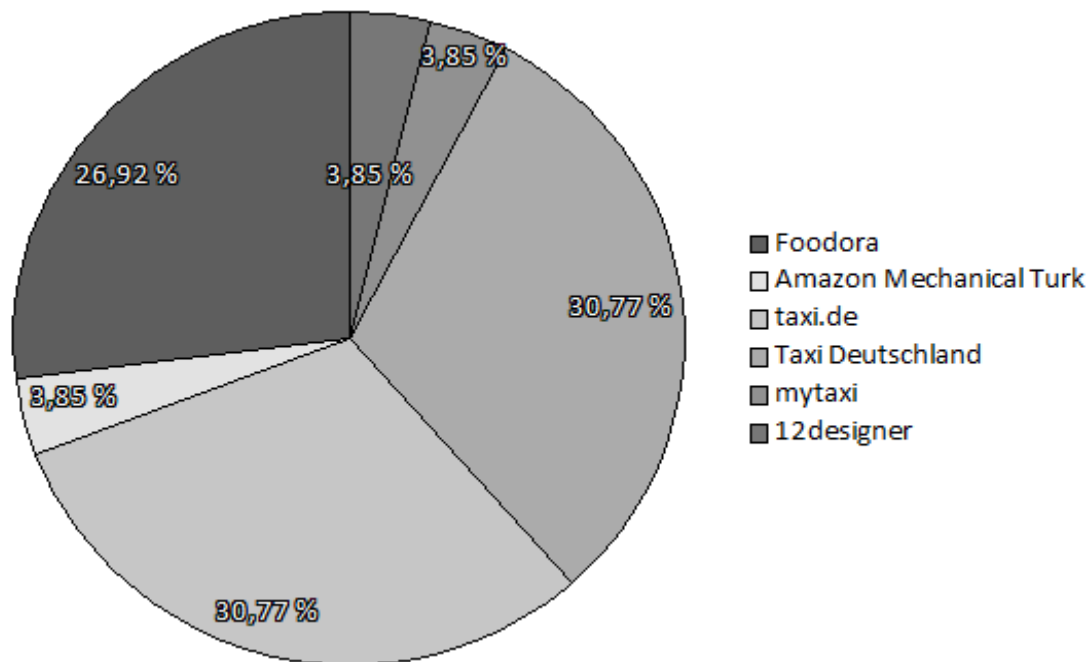
---

<sup>45</sup> Anders als im Falle von Taxi.de handelte es sich bei den Antworten „Taxi Deutschland/Taxi Ruf“ und „Mytaxi“ nicht um vorgegebene Antwortfelder, sondern um Antworten, die in das freie Antwortfeld „Eine andere Plattform, nämlich:“ der Frage 4. „Für welche der folgenden Plattformen sind Sie tätig bzw. im Auftrag welcher Plattform arbeiten Sie?“ eingetragen wurden. Diese Antworten ließen sich deshalb in der Auswertung mit LimeSurvey nicht weiter filtern. So kann leider nicht nachvollzogen werden, welche Antworten die Teilnehmer im Verlauf der Umfrage gaben, die angegeben haben, für die nicht aufgeführten Plattformen zu arbeiten. Dies gilt auch für den Teilnehmer, der „12designer“ als Plattform angegeben hat.

<sup>46</sup> Die Taxi Deutschland eG, mit der auch „Taxi Ruf Bremen“ assoziiert ist, gibt auf ihrer Internetpräsenz an, die Belange der Ruftaxis in Deutschland zu vertreten. Im Jahr 2010 startete die Taxi Deutschland eG die „Taxi Deutschland App“: <https://taxi-deutschland.net/ueber-uns/> (abgerufen am 21.01.2019). Im Rahmen der Erhebung wurden Taxi Deutschland und Taxi-Ruf Bremen jeweils als Antworten angegeben, aufgrund der Zusammengehörigkeit wurden beide Plattformen hier zusammengezählt.

<sup>47</sup> moovel ist eine Mobilitätsplattform zur Verbindung von Mobilitätsdienstleistern und dem öffentlichen Nahverkehr und befindet sich im Besitz der Daimler AG: <https://www.moovel.com/de/partner/mobility-services-partners#mytaxi> (abgerufen am 21.01.2019).

**Abbildung 4: Darstellung der Ergebnisse der Frage "Für welche der folgenden Plattformen sind Sie tätig bzw. im Auftrag welcher Plattform arbeiten Sie?"**



Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

Die Foodora-Fahrer, die sich an der Umfrage beteiligt haben, sind mit 26 Jahren im Durchschnitt erheblich jünger als die Plattformarbeiter von Taxi.de (Median: 28). Dieser Umstand lässt sich möglicherweise mit der Körperlichkeit der Arbeit von Fahrradlieferdiensten erklären. Unter den sieben Teilnehmern waren zwei weiblich. Die Mehrheit (57,14%) der Fahrer gab an Abitur zu haben, 28,57% hatten bereits einen Bachelorabschluss. Bis auf einen Teilnehmer, der angab einen Hauptschulabschluss zu haben, kam kein anderer Abschluss unter den Antworten der Foodora-Fahrer vor. Diese Ergebnisse lassen den Schluss zu, dass die Tätigkeit für die Plattform vermehrt eine Nebenerwerbstätigkeit vor oder während des Studiums darstellt.

Die restlichen und sonstigen Plattformen Amazon Mechanical Turk und „12designer“<sup>48</sup> (je ein Teilnehmer) kommen in der Stichprobe kaum oder wie die Plattformen 99designs, Pflegix, Helping und Homebell gar nicht vor. Infolgedessen werden diese Plattformen in den nachfolgenden Auswertungsschritten nicht gesondert betrachtet.

### 6.2.5 Selbstständigkeit

Die Hälfte der Teilnehmer der Umfrage hat angegeben, auf ihrer jeweiligen Plattform angestellt beschäftigt zu sein. Während sich dieser Umstand unter den Lieferkurierern von Foodora nachvollziehen lässt, ist dies bei den anderen Plattformarbeitern weniger nachvollziehbar. Beispielsweise haben auch Taxifahrer angegeben bei ihrer jeweiligen Plattform (Taxi.de, Taxi Deutschland/Taxi Ruf, MyTaxi) angestellt beschäftigt zu sein. Allerdings stellen diese Plattformen keine Plattformarbeiter direkt an. Es ist möglich, dass Teilnehmer angegeben haben, dass sie bei einer Plattform angestellt sind, da ihr Taxiunternehmen, für welches sie tätig sind, mit einer Plattform zusammenarbeitet. Taxifahrer, die beispielsweise „Taxi Deutschland“ als „ihre“ Plattform angegeben haben, sind entweder (solo-)selbstständige Taxiunternehmer, die Mitglieder des „Taxi Ruf Bremen“ sind, oder sind Beschäftigte eines Taxiunternehmens, das in dieser Vereinigung Mitglied ist. Dieser Schluss liegt nahe, da andere Teilnehmer, die nach eigenen Angaben selbstständig

<sup>48</sup> 12designer gehört seit 2012 zu 99designs.

arbeiten und mit Plattformen kooperieren, eigene Angestellte beschäftigen. Dieser Umstand ähnelt dem Phänomen der in der Forschungsliteratur beschriebenen Intermediated Value Chains (siehe Abschnitt 4.2 *Chancen und Risiken der Plattformarbeit*). Außerdem wurde der Verweis auf die Online-Umfrage von dem kontaktierten Taxiverband möglicherweise in einem allgemeinen Newsletter an alle assoziierten Taxifahrer versendet, unabhängig davon, ob es sich um Selbstständige handelt oder Beschäftigte eines Taxiunternehmens. Für die Auswertung dieser Umfrage bedeutet dies allerdings, dass ein Vergleich zwischen Selbstständigen und Angestellten in der Plattformökonomie nur bedingt gezogen werden kann.

Von den selbstständigen Plattformarbeitern haben mit 42% fast die Hälfte keine eigenen Angestellten. Die Plattformarbeiter mit eigenen Angestellten haben größtenteils einen bis fünf eigene Beschäftigte (42%). Jeweils einer der Teilnehmer hat 11 bis 20 und mehr als 21 Angestellte.

### 6.2.6 Motivation

Von den Teilnehmern, die auf einer Plattform angestellt sind, sind fast die Hälfte (40%) aufgrund des unkomplizierten Einstiegs für die Plattform tätig. Darauf folgen die Begründungen „zeitliche Flexibilität“ (28%) und die mit der Arbeit auf der Plattform eine Zusatzeinkunft zu erzielen (24%). Ein Teilnehmer gab die körperliche Aktivität während der Arbeit (Foodora) als Motivation für ihre Tätigkeit an und ein weiterer Teilnehmer gab an, dass die Plattform firmenintern zusätzlich zur regulären Fahrtenvermittlung genutzt wird. Von den selbstständigen Plattformarbeitern wurde vor allem die vereinfachte Vermittlung von Aufträgen und damit einhergehende Umsatzsteigerungen durch die Zusammenarbeit mit der Plattform als Grund für die Kooperation genannt. Außerdem wurde die Notwendigkeit neue Vertriebswege zu nutzen genannt als auch die eigene Verbandszugehörigkeit. Letztere Aussage wurde offensichtlich durch einen Taxifahrer geäußert.

### 6.2.7 Dauer der Tätigkeit

Mit 73% arbeiten bzw. kooperieren fast drei Viertel der befragten Plattformarbeiter bereits länger als ein Jahr für bzw. mit ihrer jeweiligen Plattform. Insgesamt 84% der befragten Plattformarbeiter arbeiten mehr als ein halbes Jahr mit ihrer jeweiligen Plattform zusammen. Werden die beiden größeren Fraktionen der Plattformarbeiter in der Stichprobe miteinander verglichen, so zeichnet sich allerdings ab, dass diese langfristige Zusammenarbeit mit der Plattform in der Stichprobe durch den hohen Anteil der Taxifahrer verursacht wird. Bei einem Vergleich der Taxifahrer von Taxi.de mit der Gruppe der Foodora-Fahrer zeigt sich, dass die Foodora-Fahrer zum Zeitpunkt der Befragung vermehrt (noch) nicht lange für die Plattform arbeiten. Während die sieben Plattformarbeiter der Plattform Taxi.de bis auf einen Befragten angaben länger als ein Jahr für die Plattform tätig zu sein, verteilten sich die Antworten der beteiligten Foodora-Fahrer mehr auf das komplette Spektrum möglicher Antworten. Während diese Angaben zwar nicht direkt auf die Dauer der Zusammenarbeit mit der Plattform schließen lassen, so zeigt sich dennoch ein Unterschied zwischen den verschiedenen Plattformen.

### 6.2.8 Häufigkeit der Tätigkeit/Zusammenarbeit

73% der Befragten sind mindestens ein Mal pro Woche für die Plattform tätig bzw. werden ihnen mindestens einmal pro Woche Arbeitsaufträge durch Plattformen vermittelt. Unterscheidet man die Plattformarbeiter zwischen Angestellten der Plattform und selbstständigen Kooperationspartnern der Plattformen, zeigt sich, dass die Tätigkeit für die Plattform besonders für die festangestellten Plattformarbeiter regelmäßig stattfindet. Selbstständige sind zwar auch regelmäßig für die Plattform aktiv, allerdings deutet sich hier an, dass ihnen andere Möglichkeiten der Auftragsakquise offen stehen und die Bindung an die Plattform möglicherweise geringer ist. Alle (13) angestellten Plattformarbeiter gaben an mindestens einmal pro Woche für ihre jeweilige Plattform tätig zu sein. Währenddessen haben von den zehn selbstständigen Plattformarbeitern, die an der entsprechenden Teilfrage teilgenommen haben, sechs angegeben mindestens ein Mal pro Woche für die Plattform zu arbeiten während jeweils zwei andere Angaben auch seltener, also

mindestens einmal pro Monat, oder noch seltener tätig zu sein. Möglicherweise ist die Tätigkeit für die Plattform für die Betroffenen ein Zusatzverdienst zu anderen Vermittlungsformen.

### 6.2.9 **Arbeitserleichterung durch die Plattform bzw. Anspruchsniveau der Plattformarbeit**

Die Antworten zu den Fragen zu einer möglichen Arbeitserleichterung, mit denen ermittelt werden sollte, ob die Kooperation mit einer Plattform eine Arbeitserleichterung ist bzw. die das empfundene Anspruchsniveau der Arbeit für die Plattform ermitteln sollte, werden durch zwei Faktoren verzerrt. Erstens durch den Umstand, dass der Plattformbegriff für Plattformarbeiter in der Taxibranche nachvollziehbarerweise schwammig ist, denn Taxirufzentralen können auch als Plattformen aufgefasst werden. Zweitens unterscheidet sich die konkrete Tätigkeit von festangestellten Plattformarbeitern wenig von denen ähnlicher Tätigkeiten außerhalb der Plattformökonomie. Für Taxifahrer ist der Unterschied zwischen der Tätigkeit für eine Plattform oder eine Taxirufzentrale deswegen unter Umständen nicht eindeutig.

Es lassen sich deshalb nur eingeschränkte Aussagen dazu treffen, inwiefern die Kooperation mit Plattformen für Selbstständige, in dieser Erhebung hauptsächlich selbstständige Taxifahrer, eine Arbeitserleichterung darstellt. In dieser Frage sind die Umfrageteilnehmer relativ gespalten. Während 34% kaum eine Arbeitserleichterung spüren beurteilen 25% bis 33% die Arbeitserleichterung als mittelmäßig (3) bis hilfreich (4). 33% der Befragten wiederum beurteilen die Arbeitserleichterung durch die Kooperation mit der Plattform als sehr hilfreich. Es ist also eine leicht positive Konnotation zwischen Plattformarbeit und einer subjektiv-empfundene Arbeitserleichterung für Selbstständige im Rahmen dieser Erhebung feststellbar.

In Bezug auf die Auswertung der Frage zum subjektiv empfundenen Anspruch der Tätigkeit lässt sich feststellen, dass die Beurteilung dieser Frage durch die befragten Plattformarbeiter sehr ausgeglichen ausfällt. 46% der Befragten empfanden ihre Tätigkeit als gar nicht bis wenig anspruchsvoll. Demgegenüber stehen 39% die ihre Tätigkeit als anspruchsvoll bis sehr anspruchsvoll empfinden. An dieser Stelle wäre es grundsätzlich sinnvoll die Auswertung nach Branchen aufzuteilen, allerdings würden die Stichproben in diesem Fall zu klein ausfallen, sodass keine aussagekräftigen Schlüsse gezogen werden könnten. Es deutet sich in der Auswertung lediglich an, dass Fahrer der Plattform Foodora ihre Tätigkeit tendenziell als weniger anspruchsvoll empfinden als Taxifahrer von Taxi.de.

### 6.2.10 **Einkommen**

Die Selbstständigen und angestellt Beschäftigten von Plattformen sind tendenziell eher unzufrieden mit der Höhe ihres Einkommen bzw. dem Umfang in dem die Kooperation mit der Plattform zusätzliche Einnahmen generiert. Im Durchschnitt empfanden die Befragten ihr Einkommen als niedrig bis annähernd ausreichend. Den Umfrageergebnissen ist zu entnehmen, dass die große Mehrheit (62%) der Befragten ihre Einnahmen aus der Tätigkeit für niedrig (33%) bis zu niedrig (29%) hielt. Lediglich 21% empfanden ihr (zusätzliches) Einkommen als angemessen (8%) bzw. mehr als angemessen (13%), während 17% ihre Erträge bzw. ihr Einkommen als ausreichend bewerteten. Für 58% der befragten festangestellten Plattformarbeiter macht ihr Einkommen dabei mindestens einen Großteil ihres Einkommens aus. Für 17% ist es das einzige Einkommen. Für die restlichen 42% macht die Tätigkeit einen kleinen Teil ihres monatlichen Einkommens aus. Plattformarbeiter, die auf der Plattform direkt angestellt waren, waren im Durchschnitt mit ihrem Einkommen unzufriedener (2) als Selbstständige mit ihrem durch die Plattform generierten zusätzlichem Verdienst (2,83). Eingeschränkt wird die Aussagekraft durch die sachgemäß unterschiedliche Formulierung der Fragestellung an beide Befragtengruppen. Während die Festangestellten nach der empfundenen Angemessenheit ihres Einkommens gefragt wurden, wurden die Selbstständigen nach der subjektiv empfundenen Angemessenheit des zusätzlichen Umsatzes aus der Kooperation mit der Plattform gefragt. Möglicherweise hat die Spezifikation der Formulierung „zusätzliches Einkommen“ dazu geführt, dass die Wichtigkeit des Einkommens durch die einzelne Plattform nicht mehr eine so hohe Bedeutung beigemessen wurde, was dazu geführt hat, dass die Selbstständigen im Schnitt zufriedener waren als die Festangestellten. Außerdem ist es möglich, dass dem einzelnen Zusatzeinkommen durch selbstständige Plattformarbeiter ein

geringerer Stellenwert beigemessen wurde, als bei den festangestellten Plattformarbeitern, weil sie noch mehr Chancen haben weitere Auftraggeber oder Kunden zu finden.

### 6.2.11 Unternehmenskultur

Mit 69% ist eine Mehrheit der Plattformarbeiter mindestens zufrieden mit ihrer Arbeitssituation bzw. mit der Kooperation mit ihrer Plattform. Knapp ein Viertel (26%) der Befragten ist darüber hinaus sehr zufrieden. 32% sind eher unzufrieden, davon die Hälfte (16%) sehr. Mit dem Verhalten der Plattform eher unzufrieden sind 40% der befragten Plattformarbeiter, von jenen sind 20% sehr unzufrieden. 30% bzw. 35% sind sehr zufrieden bzw. eher zufrieden mit dem Verhalten der Plattform, 25% sind zufrieden mit dem Verhalten der Plattform. Die Hälfte der Befragten (50%) empfindet den Umgang der Plattformen mit ihren persönlichen Daten als störend bis sehr störend (25%). Für 40% ist der empfundene Umgang mit den persönlichen Daten dagegen eher in Ordnung bis unproblematisch (15%).

Die Frage nach dem Gefühl der Kontrolle und Überwachung durch die Plattform verneinte eine Mehrheit der Befragten (58%). 80% fühlten sich darüber hinaus nicht abhängig von der Plattform, für die sie tätig waren oder mit der sie kooperierten. Beiden Einzelfragen folgte jeweils noch eine vertiefende Frage nach der gefühlten Intensität von Überwachung und Abhängigkeit. Diese Bewertungen können hier allerdings nicht mehr berücksichtigt werden, da die Fallzahl zu gering ausgefallen ist.

Befragt nach den besonderen Vorzügen, die sich für sie durch die Partnerschaft mit Taxi.de ergeben, äußerten an der Umfrage beteiligte Taxifahrer, in dem freien Antwortfeld der Frage 27. "Was gefällt Ihnen an der Tätigkeit für die Plattform besonders", dass die App technisch anspruchslos und leicht bedienbar sei, die Arbeit flexibel und eigenständig wäre und Auftragsprovisionen rein freiwillig seien. Einzelne Foodora-Fahrer schätzten die Unabhängigkeit und die Arbeit an der frischen Luft. Die Plattformarbeiter der restlichen Plattformen schätzten in Einzeläußerungen die vielseitigen Projekte, die Wirtschaftlichkeit und die Art der Fahrtenvermittlung. Kritisch äußerten sich einzelne Taxifahrer von Taxi.de über fehlende Konfigurationsmöglichkeiten der App, einer ausbaufähigen Kommunikation und Fake-Bestellungen. Auch ein Foodora-Fahrer gab eine schlechte Kommunikationskultur seitens der Plattform an. Die Plattformarbeiter der restlichen Plattformanbieter kritisieren zu niedriges Einkommen und Dumping-Preise und die Anonymität auf der Plattform.

### 6.2.12 Zwischenfazit

Aufgrund der Vielfalt von potenziell betroffenen Branchen und damit grundlegend unterschiedlichen Arbeitsrealitäten sind verallgemeinernde Aussagen über die Arbeitsbedingungen in der Plattform-ökonomie schwer zu treffen. In der vorliegenden Erhebung wird dieses Ansinnen zudem durch die relativ geringe Fallzahl von 26 Teilnehmern erschwert. Dieser Umstand liegt vor allem in zwei Faktoren begründet. Einerseits an der methodischen Herangehensweise an das Sampling und an der Annahme über die Kontakte der angefragten Institutionen und Organisationen zu Plattformarbeitern in Bremen. Es hat sich gezeigt, dass die angefragten Institutionen und Organisationen nicht in dem Maße über Kontakte zu Plattformarbeitern verfügten, wie ursprünglich angenommen wurde. Eine Ausnahme bildete der Fachverband Personenverkehr, der die eigenen Mitglieder in einem Newsletter mehrfach auf die Erhebung verwies. Die Ansprache eines Foodora-Fahrers in seinem Arbeitsalltag und den Effekt, den dies auf die Anzahl der Foodora-Fahrer in der Stichprobe hatte, deutet an, dass eine alternative Herangehensweise nötig ist, um Plattformarbeiter adäquat zu erreichen. Es liegt nahe, dass Plattformarbeiter eher über die Ansprache in ihrem Alltag erreichbar sind. So wären beispielsweise Anzeigen in (Online-)Zeitungen und sozialen Medien oder sogar Werbung im öffentlichen Raum eine geeignete aber auch kostenintensivere Herangehensweise an die Gewinnung von Umfrageteilnehmern. Der Crowd-working-Monitor (Serfling 2018) stellt hierfür in seiner Methodik ein gutes Beispiel dar. Es lässt sich allerdings nicht vollends ausschließen, dass Plattformarbeit in Bremen quantitativ zum Erhebungszeitpunkt eine eher untergeordnete Rolle spielte.

Die zwei mehrheitlich vertretenen Gruppen von Plattformarbeitern der Taxifahrer und Lieferfahrer der Plattform Foodora unterscheiden sich auffallend voneinander. Die relativ junge Alterszusammensetzung und

der erhöhte Anteil von Abiturienten unter den Foodora-Fahrern legen nahe, dass es sich für diese Plattformarbeiter bei ihrer Tätigkeit vor allem um einen Nebenverdienst vor oder nach Aufnahme eines Studiums handelt. Darüber hinaus zeigt das Beispiel der Taxibranche, dass Arbeit in der Plattform-ökonomie nicht nur Solo-Selbstständige und Festangestellte von Plattformen betrifft, sondern auch (Klein-)Unternehmer. Es ist noch zu untersuchen, ob und inwiefern die Chancen und Risiken der Plattform-ökonomie auch auf die Unternehmen und ihre Arbeitnehmerschaft ähnlich auswirken, wie auf die „klassischen“ Plattformarbeiter. Es zeigt sich hier auch, dass die traditionelle Taxibranche nicht eindeutig von Personenbeförderungsdienstleistungen in der Plattformökonomie trennbar ist.

Trotz dieser ersten Ergebnisse bleibt die Haupteckdaten dieser Erhebung, dass die eingeschränkte institutionelle Anbindung von Plattformarbeitern eine andere Herangehensweise an ihre empirische Erschließung notwendig macht. Unter anderem könnten Methoden der Feldforschung hier erfolgreich sein.

### **6.3 Vorbereitung der geplanten Interviews**

In den vorherigen Abschnitten dieses Kapitels wurde zum einen die Auswertung der plattformspezifischen Untersuchung und zum anderen die Auswertung der Online-Umfrage behandelt. Des Weiteren liegt das Augenmerk auf der Auswertung der geführten Interviews, wofür vorab einige notwendige Vorbereitungen für die Interviewdurchführung zu beschreiben sind. Dazu gehört zum Beispiel die Begründung des gewählten Interviewprozesses, die Beschreibung, wie Interviewteilnehmer gewonnen werden konnten sowie die Konzeption der Interviewleitfäden für die einzelnen Gespräche.

#### **6.3.1 Gewinnung der Interviewteilnehmer**

Die Interviewpartner für die Erwerbstätigeninterviews sollten mit einer Mischung aus Freiwilligensampling und Verfügbarkeitssampling (Becker/Bryman 2004) identifiziert werden. Dagegen sollten die Experten aus bremschen Institutionen durch die Nutzung eigener Netzwerke und mithilfe des Verfügbarkeits-samplings (Littig 2011; Rockman 2011) ermittelt werden.

In dieser Untersuchung wurden dazu mit den Plattformanbietern und den Institutionen verschiedene Akteure kontaktiert. Die Kontaktaufnahme mit den Institutionen, wie Verbänden und Gewerkschaften erfüllte in dem Ermittlungsprozess von Interviewpartnern eine Doppelrolle. Sie wurden einerseits nach ihren Kontakten zu Plattformarbeitern und andererseits nach ihrer Kenntnisstand zum Untersuchungsgegenstand aus Akteursperspektive angefragt. Die Suche nach Interviewpartnern unter den Plattformarbeitern wurde ergänzt um das Freiwilligensampling. Mithilfe einer Online-Anzeige und der Online-Umfrage sollte zusätzliche Aufmerksamkeit auf die Suche nach Interviewpartnern gelenkt werden (Becker/Bryman 2004), da angenommen werden konnte, dass Plattformarbeiter möglicherweise nicht mit klassischen Institutionen assoziiert sind. So wurde zum Beispiel mittels einer Anzeige auf der Plattform „Stud.IP“, die von bremschen Hochschulen genutzt wird, nach Interviewpartnern gesucht. Die Online-Umfrage wurde den Kontaktanfragen an die Institutionen mit Bitte um Weiterleitung angehängt und im Rahmen der Online-Anzeige vermerkt.

#### **6.3.2 Experten- und Interviewkonzeption**

Die Interviews mit Experten und Plattformarbeitern wurden durch einen Leitfaden unterstützt. Der Stil der Fragen wandelt sich von generellen eher unspezifischeren Fragen am Anfang des Leitfadens zu spezifischen Fragen am Schluss (Beamer 2002; Leech 2002). Diese Gestaltungsmuster wurden in der Konstruktion des Leitfadens für beide Befragtengruppen verwendet. Wie sich die beiden Befragtengruppen konstituieren, und wie sich dies auf den Stil der Fragestellung auswirken wird, wird im Folgenden dargelegt.

Experten sind in erster Linie Informanten, deren Wissen nicht allgemein zugänglich ist. Sie können Personen sein, die eine besondere institutionelle Rolle in einer Organisation spielen (Rockman 2011) oder ihr Expertenstatus kann sich durch ihre Bedeutung im Untersuchungskontext ableiten (Meuser/Nagel 2009; Bogner/Menz 2009). Neben den verschiedenen Rollen von Experten müssen mögliche Interaktionseffekte berücksichtigt werden, wie beispielsweise gesellschaftliche Normen und empfundene oder reale

Hierarchiegefälle. Diese Interaktionseffekte wirken sich auf den Verlauf des Interviews aus und damit auch auf die Informationen, die die Expertin oder der Experte preisgibt (Littig 2011).

Das zu erschließende Wissen der beiden Expertengruppen ist zu unterscheiden. So bezog sich das zu erschließende Wissen der Plattformarbeiter in erster Linie auf ihre unmittelbaren subjektiven Eindrücke ihres Arbeitsalltages und ihre hypothetischen Einschätzungen. Hierdurch definierte sich ebenso ihre Expertenrolle. Die Vertreter der kontaktierten Institutionen und Organisationen fungierten dagegen als Experten im eigentlichen Sinne. Die Positionen, die durch sie vertretenen Institutionen sollten gesammelt werden ebenso wie umfangreichere und detailliertere Einschätzungen zum Untersuchungsgegenstand. Gegenüber der Gruppe der „klassischen“ Experten wurde davon ausgegangen, dass sie die Forschenden als Co-Experten in Fragen zur Plattformökonomie mit tendenziell theoretischerem Bezug und somit quasi als Experten eines anderen Fachgebiets betrachteten, zumindest in Abgrenzung zu ihren praktischen Positionen und Erfahrungen. Aus diesem Grund wurde davon ausgegangen, dass die Experten den Forschenden in dem ihnen gegebenen Umfang Auskunft zu ihren Interviewfragen geben könnten.

### 6.3.3 Konstruktion der Interviewleitfäden

Die konkrete Konstruktion der einzelnen Interviewleitfäden erfolgte erst, nachdem Interviewpartner gewonnen werden konnten. Dennoch folgten alle Interviewleitfäden für beide Gruppen einem ähnlichen Muster. Die Ausrichtungen der endgültigen Leitfäden werden aus diesem Grund im nachfolgenden Abschnitt (siehe Punkt 6.3.4) näher erläutert. Die Leitfäden, die für die Erhebung von Erfahrungen und Einschätzungen von Plattformarbeitern genutzt wurden, sind jeweils zweigeteilt.

Zunächst wurde nach persönlichen Hintergründen, wie den individuellen Motivationen zur Arbeit auf bzw. mit den Plattformen und dem individuellen Vertragsverhältnis zur Plattform gefragt. Im zweiten inhaltlichen Abschnitt wurden die Plattformarbeiter nach ihren Arbeitsabläufen, Arbeitsintensität, Informationspolitik und Führungsstil des Plattformanbieters befragt, sowie nach dem Verhältnis zu den Kollegen bzw. zu anderen Plattformarbeitern, die für das identische Plattformunternehmen tätig sind. Nach diesen Angaben wurde unter Rückgriff auf unterschiedliche Formulierungen gefragt. Dies erschien notwendig, da es sich bei den Befragten dieser Kategorie sowohl um Plattformarbeiter handelt, die mittels eines festen Arbeitsvertrages für das Plattformunternehmen tätig sind als auch um solche, die Dienstleistungen und Aufgaben als Selbstständige ausüben. In Kontrast hierzu wurden die Leitfäden für die Gespräche mit den Experten den jeweiligen Institutionen angepasst, da sich institutions- bzw. organisationspezifische Besonderheiten in den einzelnen Fragestellungen ergeben konnten. Eingebettet wurden die beiden inhaltlichen Abschnitte der Interviews in je einen einleitenden Abschnitt mit einer Anwärfrage und einem abschließenden Abschnitt, der offengebliebene Punkte klären sollte.

### 6.3.4 Akquirierung von Interviewpartnern und Spezifizierung der Interviewleitfäden

Wie bereits weiter oben geschildert wurden zur Akquirierung von Interviewpartnern die Sampling-strategien des Freiwilligkeits- und Verfügbarkeitssamplings angewandt. Es wurden systematisch Verbände, Gewerkschaften und behördliche Institutionen kontaktiert und über öffentliche Kommunikationskanäle im Rahmen der zur Verfügung stehenden Mittel auf das Forschungsvorhaben aufmerksam gemacht<sup>49</sup>.

Im Laufe der Kontaktforderungen wurden zwischen September und Dezember 2018 20 Institutionen und Organisationen in Bremen per E-Mail und teilweise telefonisch kontaktiert. Darunter Gewerkschaften und die Handwerkskammer Bremen. Bereits in Forschungsphase II wurden außerdem Vertreter von drei

---

<sup>49</sup> Im Vorfeld der Vortragsveranstaltung „Plattformökonomie in Bremen - Hintergründe und ökonomische Perspektiven „moderner“ Erwerbstätigkeit“ am 09. Oktober 2018 erschien unter anderem in der taz.bremen ein Interview mit einem Mitglied der Forschungsgruppe. Im Interview enthalten war ein Hinweis auf die Erhebung im Rahmen des Forschungsprojekts: <http://www.taz.de/!5538282/> (abgerufen am 10.02.2019).



Institutionen<sup>50</sup> angesprochen. Darüber hinaus gab es zu vier Akteuren auf Bundesebene Kontaktver-suche, wenn auf lokaler Ebene keine Interviewpartner akquiriert werden konnten. Darunter waren Sozialversiche-rungen und Gewerkschaftsvertreter. Außerdem wurden in Deutschland ansässige Plattformanbieter kon-taktiert. Bei diesen handelte es sich stellvertretend für die ausgewählten Branchen um die Plattformen Foodora, Pflegix, Helpling, Homebell, Taxi.de, Jovoto und clickworker.de.<sup>51</sup> Die Kontaktaufnahmen blieben überwiegend ohne Reaktion - oder aber die angesprochenen Verantwort-lichen fühlten sich für ein Inter-view mit der Thematik nicht (ausreichend) vertraut, wie es sich bereits in Phase II des Projekts angedeutet hat. Trotzdem wurde oftmals die Relevanz und das Interesse an der vorliegenden Thematik betont. Dieser Umstand deutet auf eine hohe Bedeutung hin, die dem Forschungsthema beigemessen wird.

Neben einem Vertreter des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, erklärte sich für ein Forschungsint-erview auf Expertenebene auch ein Vertreter der Handwerkskammer bereit. Von den Akteuren auf bun-desweiter Ebene konnten Vertreter des DGB für ein Gespräch gewonnen werden. Nachdem die jeweiligen Gesprächspartner verschiedener Organisationen bekannt waren, wurde die jeweilige Ausrichtung der For-schungsgespräche konkretisiert. Die Interviewleitfäden der Gespräche mit den Vertretern der Institutionen aus Bremen orientierten sich dabei an (hypothetischen) Fragen zur Plattformökonomie im Allgemeinen und zu Onlineplattformen in Bezug auf den bremischen Arbeitsmarkt und die Wirtschaft. Die Gesprächsleitfäden der beiden Vertreter des DGB konzentrierten sich auf die allgemeinen Positionen des DGB und (juristische) Forderungen des Gewerkschaftsbundes an die Politik, um die Risiken der Plattformarbeit einzudämmen.

Auf Seiten der Plattformarbeiter konnten drei Erwerbstätige für die geplanten Forschungsinterviews ge-wonnen werden. Wie in Abschnitt 6.1.3 *Zwischenfazit* angemerkt, wurde ein Foodora-Rider auf während seiner Tätigkeit angesprochen. Dieser erklärte sich auch für die Teilnahme an einem Forschungsinterview bereit. Die Kontakte zu den Plattformarbeitern der Plattformen 99designs und Taxi.de waren Ergebnis der Kontaktanfragen, die an die Fachvereinigung Personenverkehr (FVP)<sup>52</sup> und die Allianz deutscher Designer (AGD) gesendet wurden. Diese Verbände leiteten einen Verweis auf die Online-Erhebung an ihre Mitglieder weiter. Die Leitfäden der Gespräche bedienten die bereits in Abschnitt 6.3.3 definierten Themenfelder.

## 6.4 Auswertung der Erwerbstätigeninterviews

Im vorliegenden Abschnitt werden die durchgeführten Erwerbstätigeninterviews ausgewertet. Die folgen-den Ergebnisse und Schlussfolgerungen beruhen auf den Erzählungen und Aussagen der Interviewpartner. Ihr Kenntnisstand und ihre Erfahrungswerte beziehen sich überwiegend auf den Zeitpunkt, in dem sie für eine Plattform tätig waren bzw. sie genutzt haben. Mögliche zwischenzeitliche Änderungen im Geschäfts-konzept oder Anpassungen von Arbeitsprozessen durch den Plattformbetreiber (oder sonstige Akteure) sind demnach nicht auszuschließen. Im Zuge der Interviews hat sich insbesondere für Foodora herausge-stellt, dass die Strukturen als sehr schnelllebig betrachtet werden können. Darüber hinaus ist anzumerken, dass es bei den Antworten und Ergebnissen zu inhaltlichen Überschneidungen kommen kann. Auch eine andere inhaltliche Zuordnung zu den einzelnen Teilen und Kategorien ist nicht auszuschließen. Da der Interviewpartner aus dem Taxigewerbe mehr über seine Erfahrungen mit der Plattform MyTaxi anstatt zur Plattform Taxi.de (wie ursprünglich vorgesehen) berichten konnte, werden die Erfahrungswerte mit dieser Plattform in gleicher Weise in den Auswertungen berücksichtigt.

---

<sup>50</sup> In Phase II wurden bereits der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, die Handelskammer Bremen sowie das Statistische Landesamt Bremen angesprochen.

<sup>51</sup> Die Plattformen jovoto und clickworker.de wurden ausgewählt, da sie ihren Sitz in Deutschland haben und deswe-gen die Wahrscheinlichkeit, dass sie auf die Anfrage reagieren als höher eingeschätzt wurde im Vergleich zu einer Plattform mit Sitz im Ausland.

<sup>52</sup> Vollständige Bezeichnung: Fachvereinigung Personenverkehr, Verband für das Personenverkehrsgewerbe Lan-desverband Bremen e.V.

### 6.4.1 Persönliches und Aufnahme der Plattformarbeit

Die drei Interviewteilnehmer waren männlich. Das Alter der Interviewpartner variierte zwischen 20 und 30 Jahren auf der einen Seite und um die 60 Jahre auf der anderen. Die beiden jüngeren Interviewpartner nutzten die Plattformen Foodora und 99designs als Erwerbsquelle während ihres Studiums. Der älteste der drei Interviewpartner nutzt die Plattform Taxi.de.

Die Plattformarbeit bzw. die Nutzung der Plattform stellt(e) für keinen der Befragten den beruflichen Fokus, sondern eher eine zusätzliche Einkommensquelle dar. Je nach Plattform sei dem Interviewteilnehmer bei Aufnahme der Tätigkeit bewusst gewesen, dass diese für ihn keine langfristige Berufsperspektive biete. Die Tätigkeit wurde zum Beispiel als Nebenerwerbsquelle zum Studium gesehen. Die Nutzung der Taxi-App steht zudem nicht in einem direkten Zusammenhang mit der grundlegenden Ausübung des Taxi-Berufs.

Mit der Nutzung der Plattform Taxi.de strebe der Taxifahrer an seine Auftragslage zu verbessern und dadurch einen höheren Umsatz zu generieren. Neben dem monetären Anreiz wurden von den Interviewpartnern auch weitere Aspekte für die Aufnahme der Plattformarbeit genannt. Für den Rider von Foodora hätte unter anderem der sportliche Anreiz<sup>53</sup> zur Aufnahme der Plattfortmätigkeit geführt. Außerdem wurde der Jobeinstieg als niedrigschwellig bewertet.<sup>54</sup> Hier spiegelt sich ein Aspekt der in Abschnitt 4.2 *Chancen und Risiken der Plattformarbeit* genannten Potenziale der Plattformarbeit wider. In der Arbeit auf der Plattform 99designs wurde die Möglichkeit gesehen, das eigene Können im Wettbewerb auf die Probe zu stellen und dabei Referenzen zu sammeln. Die genannten Aspekte führen zu der Annahme, dass die Ausübung der Plattformarbeit in Bremen durch einen stark zeitlich begrenzten Charakter gekennzeichnet ist. Dieses deutet auch auf eine Fluktuation und Schnellebigkeit der Plattformarbeit hin.

### 6.4.2 Rahmenbedingungen

Bei dem Unternehmen Foodora basierte die Beziehung zwischen dem Plattformarbeiter und der Plattform auf einem formalen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverhältnis. Im vorliegenden Fall war der Interviewpartner im Rahmen eines Werkstudentenverhältnisses tätig (durchschnittlich arbeitete er etwa 60 Stunden im Monat). Für die Aktivität auf den Plattformen Taxi.de und 99designs gilt, dass Aufträge frei angenommen oder abgelehnt werden können und konnten. Im Zuge des Gebrauchs von Taxi.de ist anzuführen, dass dem befragten Taxifahrer die konkreten Nutzungsbedingungen nicht bekannt seien.<sup>55</sup>

Bei allen Befragten hat sich gezeigt, dass sich die Dauer der Plattformarbeit bzw. Plattformnutzung in einem zeitlichen Rahmen von unter einem bis zu zwei Jahren bewegt. Zum Zeitpunkt des Interviews ist der Taxifahrer als Einziger der Befragten für eine Plattform tätig. Anzumerken ist, dass der Interviewpartner Taxi.de erst seit etwa einem Jahr nutze, während er die ähnliche Plattform MyTaxi bereits vor etwa sechs Jahren in Anspruch genommen habe.<sup>56</sup> Der ehemalige Kurier von Foodora und der befragte Designer übten ihre

---

<sup>53</sup> Der ehemalige Foodora-Rider berichtete im Interview, dass es sich bei der Lieferantentätigkeit um körperlich anstrengende Arbeit handeln würde. Neben dem Fahrradfahren an sich, läge dieses an dem schweren Transportrucksack. Seinen Angaben nach wäre er während einer Arbeitsstunde im Durchschnitt circa zehn Kilometer gefahren. Abseits der körperlichen Anstrengung habe er die Arbeit jedoch nicht als anspruchsvoll empfunden.

<sup>54</sup> Im Interview wurde zudem geäußert, dass das Unternehmen Foodora durch die Rider im Bremer Stadtbild aufgefallen sei.

<sup>55</sup> Nach Angaben des Interviewteilnehmers seien die Bedingungen zur Nutzung der App teilweise intransparent und würden nicht nachvollziehbar kommuniziert.

<sup>56</sup> Die Nutzung der App MyTaxi sei in etwa zeitgleich mit der von den Plattformbetreibern angestrebten Etablierung der App in Bremen verlaufen. Dies soll nach Angaben des Gesprächspartners im Jahr 2011 gewesen sein. Zuvor hätte sie sich am Hamburger Markt etablieren können. Nach Einschätzung des Interviewpartners habe die App MyTaxi bisher das größte Potenzial unter den Taxi-Apps mitgebracht, sich in Bremen durchsetzen zu können. Grundsätzlich ist im Gespräch die Herausforderung für entsprechende Plattformkonzepte deutlich geworden, sich im Bremer Taxigewerbe durchsetzen zu können. Dieses sei primär der Wahrung traditioneller Strukturen geschuldet. Demnach sei der Taxiruf per Telefon nach wie vor die gängigste Form der Taxibestellung am Standort Bremen.

Tätigkeit zum Interviewzeitpunkt nicht mehr aus. Während der Rider von Foodora die Plattformarbeit seinerseits erst kürzlich vor dem Gespräch offiziell beendet habe, liegt die Tätigkeit seitens des Designers zum Interviewzeitpunkt bereits mehrere Jahre zurück.

Sowohl für den befragten Taxifahrer als auch für den Designer gilt, dass der Eingang von Anfragen oder die Ausübung von Aufträgen in unregelmäßigen zeitlichen Intervallen erfolgt(e). Wie bereits angesprochen, biete die Plattform eine Möglichkeit für den Taxifahrer die Auftragslage zu verbessern und damit den Umsatz zu erhöhen. Die Tätigkeit werde leistungsbezogen bezahlt. Neben üblichen und regelmäßigen Fahrten<sup>57</sup> solle durch die App insbesondere Leerlauf im Arbeitsalltag vermieden werden. In Summe würden sich in Bremen jedoch sehr wenig Aufträge über die Plattform Taxi.de generieren lassen.<sup>58</sup> Die Bearbeitung von Aufträgen des befragten Designers sei in Abhängigkeit von dem individuellen Interesse an dem ausgeschriebenen Auftrag erfolgt. Dieser habe von den formulierten Erwartungen des Auftraggebers abgehungen sowie von den eigenen Ideen für eine potenzielle Umsetzung des Auftrags. Grundsätzlich habe für den Designer keinerlei Druck oder die Verpflichtung zur Auftragsannahme seitens der Plattform bestanden. Auch die Bezahlung wurde als einflussnehmender Aspekt angegeben. Der Fahrradkurier von Foodora habe 15 bis 20 Stunden pro Woche gearbeitet. Dabei habe er seine wöchentlich vorgegebene Mindeststundenanzahl (hier 14,7) erfüllen müssen. Im Schnitt sei er pro Schicht auf zweieinhalb ausgelieferte Bestellungen gekommen. Die Schichtvergabe sei über ein algorithmisches Managementsystem erfolgt.<sup>59,60</sup>

Der Taxifahrer merkte an, dass er für die Nutzung jeglicher Plattformen - die zur Stärkung der Auftragslage beitragen - offen sei. Eine parallele Nutzung mehrerer Taxi-Plattformen wäre laut seiner Aussage sowohl technisch als auch rechtlich gesehen möglich. Der befragte Designer wäre zwar auch auf anderen Plattformen aktiv gewesen, sein Fokus habe jedoch auf 99designs gelegen.

Die Interviews in Bezug auf die drei Plattformen haben die in Abschnitt 4.1 bereits recherchierten Erwerbsformen bestätigt. Neben dem formalen Arbeitnehmerverhältnis, das im Rahmen der Tätigkeit für Foodora bestand, ist der Designer als Selbstständiger auf 99designs tätig gewesen. Bei der Plattform Taxi.de handelt es sich zwischen der Plattform und dem Taxifahrer nicht um ein Beschäftigtenverhältnis. Taxi.de fungiere lediglich als Vermittler von Fahrgästen. Die heterogenen Beziehungen zwischen Erwerbstätigen und Plattformen wurden bereits in Abschnitt 6.1 identifiziert.

Die Beendigung der Tätigkeiten für Foodora und auf 99designs legt erneut dar, dass die Arbeit in der Plattformökonomie nicht als langfristige Berufsperspektive wahrgenommen wird. Die Annahme aus Abschnitt 6.4.1 *Persönliches und Aufnahme der Plattformarbeit*, dass sich die Plattformarbeit in Bremen aktuell durch einen zeitlich begrenzten Charakter kennzeichnet, wird durch die Tatsache bekräftigt, dass Aktivitäten

---

<sup>57</sup> Hierbei handele es sich beispielsweise um Krankentransporte wie von Dialysepatienten oder die Beförderung Geschäftspersonen.

<sup>58</sup> Der Eindruck des Interviewpartners war, dass die App MyTaxi im Bremer Raum bekannter sei als die App Taxi.de. Zum Nutzungszeitpunkt habe der Taxifahrer die App MyTaxi insbesondere am Wochenende bedient, da in der Woche bereits mehrere Fahrten fest gebucht gewesen wären. Drei bis vier Anfragen seien über die App rein gekommen. Diese hätten in der Regel auch bedient werden können.

<sup>59</sup> Laut dem Gesprächspartner habe sich das System zur Schichtvergabe während seiner Plattformarbeit verändert. Zu Beginn der Tätigkeit hätten sich Rider auf Schichten bewerben können. Es hätten zudem Schichten abgelehnt werden können. Im weiteren Verlauf wäre das System auf ein internes Rating-Verfahren umgestellt worden. Beliebte Schichten wären insbesondere an diejenigen Rider vergeben worden, die durch das Rating höher eingestuft worden waren. Beliebte wären Schichten gewesen, wenn sie in den Abendstunden gelegen hätten. Bei Auslieferungen vor den Abendstunden habe es sich oftmals um Lieferungen an Büros gehandelt, bei denen das Trinkgeld in der Regel geringer ausgefallen wäre.

<sup>60</sup> Darüber hinaus habe es Systeme gegeben, nach denen die Rider zusätzlichen Verdienst hätten generieren können. Die Verfahren hätten einer permanenten Veränderung oder Weiterentwicklung unterlegen. Zum Beispiel habe ein weiterer Euro Stundenlohn erzielt werden können, wenn im Monat eine bestimmte durchschnittliche Anzahl an Lieferungen pro Stunde erreicht worden war. Im Weiteren wären Boni ausbezahlt worden, die sich nach der Geschwindigkeit des Riders bei den Auslieferungen gerichtet hätten. Auch wären weitere Vorteile danach gewährt worden, wie die individuelle Zuverlässigkeit des Lieferanten bewertet worden war.

teilweise auch auf anderen Plattformen stattfinden oder stattgefunden haben. Der befragte Taxifahrer nutzt trotz der geringen Generierung von Aufträgen weiterhin Taxi.de. Dieser Aspekt ist insofern nachvollziehbar, da er keinen weiteren Schaden oder Nachteil aus der Registrierung zieht.<sup>61</sup> Vorgaben zur Annahme von Aufträgen durch den Plattformbetreiber bestehen oder bestanden weder für den Interviewpartner aus dem Taxigewerbe noch aus dem Designbereich. Zwar lässt sich solch eine Verpflichtung zur Ausübung von Tätigkeiten bei Foodora feststellen, jedoch ist diese im Rahmen des Beschäftigungsverhältnisses anders zu bewerten. Die geringe Auftragslage via Taxi.de in Bremen, lässt sich durch eine mangelnde Ausprägung von Netzwerkeffekten<sup>62</sup> erklären.

### 6.4.3 Arbeitsbedingungen und Arbeitsprozesse

Die Abwicklung von Arbeitsaufträgen verläuft bei den drei Plattformen sehr unterschiedlich. Der Rider von Foodora habe sich über sein Smartphone zunächst in einer zentralen Zone in der Stadt in die App einloggen müssen. Anschließend sei ihm über die App ein Lieferauftrag übermittelt worden. Nach der Annahme des Auftrags habe der Rider den Zeitumfang überprüft, der ihm für den Lieferauftrag zugestanden habe. Zunächst sei der Kurier zum Restaurant gefahren, um die Bestellung abzuholen. Anschließend wäre die Abholung in der Foodora-App durch den Rider bestätigt worden. Danach sei die Lieferadresse des Kunden preisgegeben und die Bestellung durch den Kurier an den Kunden zugestellt worden.

Ein Auftraggeber habe über 99designs einen Auftrag ausgeschrieben (dieser Wettbewerb habe zum Beispiel das Budget sowie Angaben zu den Vorstellungen des Designers beinhaltet). Jeder Wettbewerb wäre dabei einer Kategorie zugeordnet worden. Interessierte Designer hätten einen Entwurf erstellt und diesen an den Auftraggeber übermittelt. Schließlich habe sich der Auftraggeber für einen Entwurf entschieden, den er als Kunde beim auserwählten Designer damit in Auftrag gegeben habe.

Wenn eine Fahrgastanfrage auf MyTaxi einging, wäre es dem Taxifahrer durch ein Signal auf dem Handy bemerkbar gemacht worden. Der Taxifahrer habe die Anfrage annehmen können. Seiner Erinnerung nach, habe schließlich auch der entsprechende Fahrgast die Bestätigung des Taxifahrers annehmen oder ablehnen können. Bei MyTaxi wäre dem Fahrgast das Kennzeichen des geordneten Wagens übermittelt worden. Zum konkreten Ablauf eines Auftrags von Taxi.de wurden im Interview keine weiteren Angaben gemacht.

Ein persönlicher Kontakt zwischen Taxifahrer und Fahrgast<sup>63</sup> hat sich im Zuge des Dienstleistungscharakters zwangsläufig ergeben. Laut dem befragten Designer sei die Resonanz auf den Entwurf für den Designer oftmals unterschiedlich ausgefallen. Während manche Auftraggeber schnell eine Rückmeldung gegeben hätten, wäre von anderen wiederum überhaupt keine Reaktion erfolgt. In diesem Fall habe die Plattform teilweise den Auftraggeber kontaktiert, um die Kommunikation aufrechterhalten zu können. Die Intervention des Plattformbetreibers führte dennoch nicht zwangsläufig zu einer Reaktion des Auftraggebers. In diesem Fall wurden seitens des Designers Aufträge unter Umständen fallen gelassen. Der befragte Rider beschrieb den Kontakt zum Restaurantpersonal als freundschaftlich. Ebenso schilderte er den Kontakt und Umgang mit Kunden als grundsätzlich problemlos.<sup>64</sup>

In den Interviews wurde deutlich, dass eine Kommunikation mit dem Plattformbetreiber nur in geringerem Maße erfolgt(e). Der befragte Rider berichtete, dass sein Arbeitgeber im Prinzip für die Rider nicht präsent

---

<sup>61</sup> Hier ist auch nochmal darauf hinzuweisen, dass der Gebrauch des Plattformdienstes kostenlos ist, wie in Abschnitt 6.1.2.2 im Kontext der plattformspezifischen Untersuchung festgestellt wurde.

<sup>62</sup> Netzwerkeffekte wurden in Abschnitt 4.2.1 angesprochen. Ausgeprägte Netzwerkeffekte können sich für Plattformangebote ergeben, weil die Nutzung der Plattform mit jedem weiteren Nutzer attraktiver wird.

<sup>63</sup> Nach Aussage des Interviewpartners wären die Fahrgäste, die in Bremen die Bestellung per Taxi-Apps genutzt hätten, in den meisten Fällen so im jungen bis mittleren Alter (bis maximal an die 50 Jahre).

<sup>64</sup> Beschwerdefälle wären aber nicht ausgeschlossen gewesen. Eine problematische Situation wäre zum Beispiel die mangelhafte Verpackung von Lieferungen durch das Personal der Restaurantbetriebe gewesen.

gewesen sei.<sup>65</sup> Es habe zwar Kontaktstellen bei Beschwerdefällen gegeben, deren Erreichbarkeit sei jedoch nicht gewährleistet gewesen. Generell seien für die Region zuständige Kontaktpersonen für die Rider nicht leicht zu erreichen gewesen. Stattdessen habe die Kommunikation insbesondere auf digitalem Wege stattgefunden (zum Beispiel über die Foodora-App und per E-Mail). Antworten auf häufig gestellte Fragen seien zudem über die Foodora-App mittels eines Wikis abrufbar gewesen. Auch im Interview mit dem Designer hat sich gezeigt, dass dieser lediglich über Foreneinträge oder auftrags-bezogene Forenpostings mit der Plattform kommunizieren konnte. Der Befragte aus dem Taxigewerbe gab an, die Taxi-Apps als Vermittlungsdienst wahrgenommen zu haben bzw. wahrzunehmen. In diesem Kontext gab es keine weiteren Angaben zur Kommunikation mit den Plattformbetreibern.

Der Kontakt zu weiteren Plattformarbeitern der entsprechenden Plattform fand bei allen Befragten wenn überhaupt im geringeren Maße statt. Die Gründe bei 99designs lagen in dem bestehenden Konkurrenzverhältnis sowie bei Foodora in dem rückläufigen Engagement der Plattform den Zusammenhalt unter den Ridern zu fördern.<sup>66</sup> Nach Beobachtungen des Foodora-Kuriers seien im Laufe seiner Tätigkeit weniger Teammeetings angesetzt worden als zu Beginn.<sup>67</sup> Die Kommunikation unter den Ridern habe im Wesentlichen mittels des Messanging-Diensts Whatsapp stattgefunden.<sup>68</sup> Der informelle Gruppenchat habe dazu gedient, sich über verschiedenste Anliegen und Belange austauschen zu können.

Zudem habe es einen weiteren Gruppenchat gegeben, mittels dessen das Unternehmen mit den Ridern kommunizierte, da hier zum Beispiel Details zur Schichtvergabe besprochen worden wären. Insgesamt beschrieb der Interviewpartner das Verhältnis der Rider untereinander als gut. In Kreativwettbewerben auf 99designs habe es zwar die Möglichkeit gegeben, die Designs von anderen zu kommentieren, jedoch hätten sich die Konkurrenten in der Kommunikation zumeist zurückgehalten. Der Taxifahrer habe im Rahmen der vermittelten Fahrten über MyTaxi oder Taxi.de keinen gesteigerten Kontakt zu anderen Taxifahrern erhalten.

Aus den geschilderten Auftragsprozessen und Arbeitsabläufen wird die Heterogenität der Geschäftskonzepte von Plattformen deutlich. Eine Vergleichbarkeit der Prozesse ist an dieser Stelle nicht gegeben. Im Zuge der beschriebenen Abläufe ist die Flexibilität der Auftragsannahme von Plattformaktivitäten sowohl für die Taxi-Plattformen als auch für 99designs noch einmal deutlich geworden. Während Plattformen wie Taxi.de eine Option darstellen, die Auftragslage traditioneller Taxidienste zu erweitern, ist die Bezahlung der eigenen Tätigkeit für den Designer so lange unklar, bis sich der Auftraggeber für seinen Entwurf entschieden hat. Foodora fungiert als Arbeitgeber und bildet die Schnittstelle zwischen Restaurantbetrieben und Kunden.

Es hat sich gezeigt, dass die Kommunikation mit dem Plattformbetreiber nur in eingeschränktem Maß stattfindet. Die Begrenzung auf digitale Kommunikation könnte als Distanz- und Anonymitätswahrung des Plattformbetreibers interpretiert werden. Ein anknüpfender Gedanke lässt die Vermutung nahe, dass diese Distanz und Anonymität ein Versuch ist, mögliche Arbeitgeberfunktionen zu verschleiern. Zwar trifft dies für Foodora formal nicht zu, allerdings haben sich im Interview problematische Tendenzen für die Rider feststellen lassen, die aus einer mangelnden betrieblichen Einbettung erwachsen (zum Beispiel die schwierige

---

<sup>65</sup> Zu Beginn der Tätigkeit des Interviewpartners habe es eine verantwortliche Person für die Kuriere, die im norddeutschen Raum eingesetzt waren, gegeben. Ein persönliches Treffen mit dieser Zuständigkeit habe sich für den Befragten allerdings nie ergeben. Die Zentrale befindet sich in Berlin.

<sup>66</sup> An dieser Stelle ist anzumerken, dass das eigene Interesse und Engagement der Plattformarbeiter ebenfalls erforderlich ist um Kontakt zu anderen Plattformarbeitern zu erhalten und zu pflegen.

<sup>67</sup> In einer früheren Unternehmensphase seien auch Wettkämpfe unter lokalen bzw. regional tätigen Rider-Teams ausgerichtet worden. Die Foodora-Rider mit unterschiedlichem regionalen Einsatzbereich konnten sich im Rahmen eines Wettkampfes messen und somit Geldpreise für ihr lokales bzw. regionales Team gewinnen. An den Team-Treffen solle oftmals insbesondere der harte Kern der Belegschaft teilgenommen haben. Dieser harte Kern bestehe nach Einschätzung des Interviewpartners aus circa fünf Personen, die bereits längerfristig als Kurier für Foodora gearbeitet hätten.

<sup>68</sup> Der Messanging-Dienst wurde bereits im Zuge der Verbreitung der Online-Umfrage in Abschnitt 6.2.1 angesprochen.

Erreichbarkeit von Ansprechpartnern). Da digitale Kommunikation im Gegensatz zur direkten Kommunikation keine direkte Resonanz erfordert, können Auseinandersetzungen dadurch zumindest umgangen oder verzögert werden. Die Tätigkeit für oder auf einer Plattform bietet auch in Bremen Raum, eine Aufgabe für sich und damit eigenständig auszuüben - unabhängig davon, ob es sich um Cloud- oder Gigwork handelt. Eine Interaktion in persona mit dem Plattformbetreiber stellt keine Voraussetzung für die Ausübung der Tätigkeit dar. Diese Annahme gilt auch für den Kontakt zu Kollegen oder anderen Plattformarbeitern. Teamfähigkeit ist in diesem Sinne nicht erforderlich. Vielmehr erscheint es, dass eine Kommunikation zu anderen Plattformarbeitern vorrangig durch das persönliche Interesse und die eigene Motivation entsteht. Da es sich im Falle von 99designs bei den Plattformarbeitern um unmittelbare Konkurrenten handelt, dürfte das Interesse daran im Falle dieser Plattform eher gering ausfallen. Ein persönlicher Kontakt zu den Kunden oder anderen Akteuren - wie das Personal der Restaurantbetriebe - ist durch den ortsgebundenen Dienstleistungscharakter von Gigwork-Aktivitäten eine nachvollziehbare Konsequenz (hier beim Lieferdienst und im Taxigewerbe).

#### 6.4.4 Weiteres

Nach Aussage des Taxifahrers sei die Nutzung der Plattformen in der Bremer Taxibranche eher gering. Der Grund hierfür sei aus seiner Sicht, dass solche modernen Formen der Auftragsvermittlung von höherer Instanz unterbunden würden. Damit sich die Nutzung von Plattformangeboten in Bremen durchsetzen könne, müssten sich die Einstellungen der beteiligten Akteure hierzu ändern. Fahrgäste, die eine Fahrt über eine Taxi-App bestellten, kämen zumeist nicht aus Bremen. So erklärte er, dass die Dienste auch seitens der Plattformbetreiber stärker beworben werden müssten, auch um mehr Kunden zu akquirieren. Weiter sollten Nutzungsbedingungen durch die Betreiber zudem offener kommuniziert werden. Dem befragten Designer sei niemand aus Bremen bekannt gewesen, der während seiner Aktivität auf 99designs die Plattform ebenfalls für die Generierung von Aufträgen genutzt habe. Eine konkretere Einschätzung konnte der Kurier von Foodora im Interview geben. Er schätzte die Anzahl der in Bremen tätigen Rider auf circa 35. Er fügte hinzu, dass die Fluktuation unter den Kurieren relativ hoch sei und einzelne Rider häufig nur kurz- oder mittelfristig für die Plattform arbeiten würde.<sup>69</sup> Kenntnisstand und Angaben zur Verbreitung von Plattformarbeit in Bremen beruhen auf Schätzungen. In Summe scheint die bremische Plattformarbeit vom Umfang bis dato ein begrenztes Phänomen zu sein und kann daher als Nischenphänomen bezeichnet werden.

Arbeitsrelevante Aspekte der Plattformökonomie wurden auch im Kontext der Beendigung der Plattformarbeit genannt. In diese spielen demnach vielfach Faktoren rein, die aus dem Typ der jeweiligen Plattform erwachsen. Im Interview zur Plattform 99designs hat sich Frust als ein Faktor herausgestellt, der dazu geführt habe, die Aktivität auf der Plattform zu beenden. Das Frustgefühl hätte sich durch den erhöhten Wettbewerbsdruck eingestellt. Im Weiteren wurden eine ungewisse Auftragslage sowie die geringe Bezahlung als Begründungen angegeben. Der ehemalige Kurier habe seine Tätigkeit bei Foodora bereits im Vorhinein als eine vorübergehende „Lösung“ betrachtet. Die Beendigung der Tätigkeit war demnach eine Frage der Zeit. Als weitere Begründung führte er die Herbst- und Wintermonate an, in denen er die Durchführung der Arbeit draußen als besonders herausfordernd empfunden habe. Zudem nannte er zunehmenden Arbeitsdruck<sup>70</sup> sowie Motivationsverlust, Veränderungen der Arbeitskonditionen sowie Unregelmäßigkeiten in der Bezahlung.

---

<sup>69</sup> Im Interview stellte sich heraus, dass diejenigen, die längerfristig für die Plattform arbeiten und darüber hinaus auch mehr Stunden in der Woche leisten würden, zumeist den „älteren“ Teil in der Belegschaft bilden würden. Nach seinen Angaben habe der Interviewpartner mit fast Ende 20 eher zu den älteren Kollegen gehört.

<sup>70</sup> Der ehemalige Rider von Foodora vermutet, dass der zunehmende Arbeitsdruck mit dem Börsengang des Unternehmens zusammenhing.

### 6.4.5 Zwischenfazit

Die Plattformökonomie ist vielfältig und das schlägt sich in unterschiedlichen Erwerbsformen sowie in der Heterogenität der Plattformkonzepte nieder mit unterschiedlichen Rollen und Funktionen des Plattformbetreibers. Die Strukturen der Plattformökonomie sind vielfach intransparent, sodass hier vielmehr die wahrgenommene Atmosphäre über die Nutzung von Plattformen reflektiert werden kann. Im Rahmen der Interviews mit den Erwerbstätigen der Plattformökonomie hat sich gezeigt, dass die Arbeit auf bzw. für Plattformen in Bremen bisher zeitlich sehr befristet ist. Die Tätigkeit auf bzw. für Plattformen stellt zumeist einen Nebenerwerb dar. So spielen neben finanziellen Aspekten auch vielfach andere Beweggründe eine Rolle für die Aufnahme der Plattformarbeit. Allgemein reflektieren diese Aspekte die Schnelllebigkeit im Bereich der Plattformarbeit. Außerdem wurde durch die Beschränkung auf digitale Kommunikation eine Distanz- und Anonymitätswahrung der Plattformbetreiber vermutet, die im weitesten Sinne auch als Bestreben angesehen werden kann, potenziellen Arbeitgeber- bzw. arbeitgeberähnlichen Funktionen und Pflichten auszuweichen. Insgesamt hat sich gezeigt, dass der persönliche Kontakt zwischen Plattformbetreiber und -arbeiter für die Ausübung der Tätigkeit weder erforderlich noch ohne Weiteres möglich ist. Die Ausübung von bremischer Plattformarbeit kennzeichnet sich demnach durch eine gewisse Eigenständigkeit. Das bedeutet allerdings nicht, dass Möglichkeiten zur Kommunikationsaufnahme - je nach Plattformkonzept - nicht bestünden oder gar bewusst verhindert würden. Angaben und Kenntnisstand über die Verbreitung der Plattformarbeit bzw. über die Anzahl weiterer Plattformarbeiter führen zu der Vermutung, dass Erwerbsarbeit im Kontext der bremischen Plattformökonomie bisher von begrenztem Umfang ist. Daher kann sie auch als Nischenphänomen bezeichnet werden. Durch die Interviews war es möglich, einen Eindruck über das persönliche Empfinden der Plattformarbeiter zur Tätigkeit in der Plattformökonomie zu gewinnen. Letztlich konnten sich in den einzelnen Interviews positive wie negative Aspekte der Plattformökonomie widerspiegeln: finanzieller Nebenerwerb, niedrigschwelliger Jobeinstieg, Können austesten aber auch intransparente Nutzungsbedingungen, begrenzte oder mangelnde Kommunikation zur Plattform, eine unregelmäßige oder zu gering empfundene Bezahlung, ungewisse Auftragslage und intransparente Veränderungen der Arbeitsbedingungen.

Hier klingt der allgemeine Tenor zum Thema Plattformökonomie an, der sich bereits im Rahmen des Abschnitts 4.2 herauskristallisiert hat. Die Plattformökonomie bietet in einem gewissen Maße Potenziale für Erwerbstätige, aber eben auch entsprechende Herausforderungen.

## 6.5 Auswertung der Experteninterviews

Die Aussagen der Experten aus den Forschungsinterviews werden nun kategorisiert nach Themenschwerpunkten verglichen. Als Themenschwerpunkte konnten die gemeinsamen Kategorien „Themenfelder“, als Perspektive aus der sich die Experten und ihre Organisationen mit Plattformarbeit beschäftigen, „Chancen und Probleme“ der Plattformarbeit, „Forderungen“ und „(langfristige) Entwicklungsperspektiven“ auf die Plattformarbeit identifiziert werden. Insgesamt wurden zwei Vertreter bremischer Institutionen und zwei Gewerkschaftsvertreter des DGB auf Bundesebene zu ihren Einschätzungen befragt.

### 6.5.1 Themenfelder

Nach Angaben der Vertreter von bremischen Institutionen spiele die Plattformökonomie in Bezug auf Erwerbstätigkeit in Bremen keine besondere Rolle. Zwar sind Plattformen wie Foodora in Bremen nutzbar, allerdings sei ihr Wertschöpfungsfaktor in Bezug auf Arbeit eher gering. Die Tätigkeit für Foodora wird eher als typischer Nebenverdienst eingeordnet. In Bezug auf Digitalisierung und Plattformisierung habe die Betrachtung von Mobilitätskonzepten eine größere Bedeutung. Ein Beispiel sei hier die Plattform moovel die zum Automobilkonzern Daimler AG gehört. Diese Plattform, die den ÖPNV und die Vermittlung von Mietwagen miteinander verbindet, könne unter Umständen zu einer Senkung von Fahrgastzahlen des öffentlichen Nahverkehrs hin zu einer Zunahme des Individualverkehrs und somit möglicherweise zu Verkehrsproblemen beitragen. In der Logistikbranche seien darüber hinaus Sharing-Konzepte getestet worden. So

sollten LKW bei freien Kapazitäten auf Zwischenhalten weitere Waren einladen, um Leerfahrten zu vermeiden. Allerdings habe sich dieses Konzept nicht durchgesetzt.

Im bremischen Handwerk spiele Plattformarbeit ebenfalls eine untergeordnete Rolle. Handwerksbetriebe, die dem Vollhandwerk zuzuordnen sind sowie relativ stark organisiert und an die Behörden angebunden sind, müssten nicht auf Plattformen zur Auftragsvermittlung zurückgreifen. Plattformen würden für sie sehr wahrscheinlich fast keine Rolle spielen. Sie hätten fast eine freie Auftragswahl und eher Probleme mit der Suche nach geeigneten Fachkräften. Zu handwerksähnlichen und zulassungsfreien Handwerksberufen konnten keine genaueren Aussagen getroffen werden, da sie weniger greifbar seien.

Einer der Vertreter des DGB äußerte, dass die verschiedenen Ausprägungen der Plattformarbeit im Zuständigkeitsbereich der Gewerkschaften ver.di, IG Metall, NGG und IG BAU lägen und diese teilweise an Projekten zur Plattformarbeit arbeiten würden. Bei der Gewerkschaft ver.di seien die Bereiche „Selbstständige“ und „Digitalisierung“ aktiv. Die IG Metall betreibe seit ungefähr zwei Jahren das Projekt „faircrowdwork“ und die NGG sei maßgeblich beteiligt an der Kampagne „Liefere am Limit“. Der DGB versuche diese Kampagnen und Projekte durch verstärkte Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen und somit öffentlichen Druck aufzubauen und Plattformarbeiter als Gewerkschaftsmitglieder zu gewinnen, damit diese sich besser für ihre Interessen einsetzen könnten.

### 6.5.2 Probleme

Ein wesentliches Problem bestehe laut der befragten Vertreter des DGB und der bremischen Institutionen darin, dass Plattformarbeiter in der Regel keinen Kontakt zu ihren (Interessen-)Organisationen hätten. So äußerte ein Vertreter des DGB, dass es relativ schwierig sei Plattformarbeit zu organisieren. Die Gewerkschaftsmitgliedschaft wäre allerdings eine wesentliche Voraussetzung um Verhandlungspositionen gegenüber den Plattformen stärken zu können. Ein Vertreter einer bremischen Institution legte im Interview dar, dass tendenziell eher Handwerker aus handwerksähnlichen oder zulassungsfreien Berufen für Plattformen tätig seien. Diese Handwerker seien institutionell weniger stark vernetzt. Der Vertreter sah besonders die „Rückwärtsauktionen“ bestimmter Plattformen zur Vermittlung von Handwerksdienstleistungen kritisch. Allerdings würde dieser Umstand nachlässiger betrachtet, da die Situation des Handwerks in Bremen ansonsten verhältnismäßig gut sei.

Mit Blick auf die Arbeitsbedingungen sei laut DGB-Vertreter die Solo-Selbstständigkeit problematisch für die Plattformarbeiter. Für sie würden wesentliche Schutzmechanismen des Arbeitsrechts nicht gelten, obwohl die Plattformarbeiter häufig von einer einzigen Plattform abhängig seien. So fehle der Arbeits- und Gesundheitsschutz als auch der Mindestlohn als Mindestvergütung. Durch die mangelnde Sozialversicherungspflicht würden unter anderem auch Maßnahmen zur eigenen Altersvorsorge fehlen. Darüber hinaus mangle es an Möglichkeiten zum Abschluss kollektiver Verträge mit den Plattformen, wie etwa Tarifverträge. Ein weiteres Problem, aus Sicht eines DGB-Vertreter sei, dass auf Plattformen angebotene Dienstleistungen potenziell Qualitätsstandards unterwandern könnten, die ansonsten durch in Deutschland gängige Standards wie den Meisterbrief gesichert würden. Außerdem könnten wenig aussagekräftige Onlinebewertungen ein Grund sein, die Kunden dazu zu veranlassen, den angestammten Standards zur Qualitätssicherung weniger Beachtung zu schenken.

Auch wenn seitens der Interviewpartner aus bremischen Institutionen festgestellt wurde, dass Plattformarbeit in Bremen keine bedeutende Rolle spiele, wurde auch die grundsätzliche Meinung geäußert, dass bestimmte Plattformen einer Regulierung bedürfen würden. Das gelte insbesondere für diejenigen Plattformen, die in ihrer jeweiligen Branche reguläre Arbeitsplätze gefährden. Die juristische Regulierung der Plattformarbeit müsste nach Ansicht eines Interviewpartners des DGB zwei Unterscheidungskriterien berücksichtigen. Es müsse unterschieden werden zwischen Plattformarbeit, die zwar digital verwaltet, aber analog erbracht würde und Plattformarbeit, die digital verwaltet und gleichzeitig digital erbracht würde. Die Regulierung letzterer erfordere sehr komplexe Maßnahmen, da verschiedene nationale Rechtsnormen berücksichtigt werden müssten. Ein Crowdworker, der Bürger eines Staats A ist, könne auf einer Plattform tätig



sein, die in Staat B betrieben würde und sein Auftraggeber könne in Land C ansässig sein. Hierdurch ergäbe sich ein erweiterter Regelungsbedarf.

Im Falle der analog erbrachten Plattformarbeit ließe sich viel eher auf nationales Arbeitsrecht zurückgreifen, um diese zu regulieren. Im Rahmen des deutschen Arbeitsrechts wäre eine Regulierung der Plattformarbeit dieser Einschätzung nach durch den Umstand erschwert, dass keine übliche Betriebsstruktur bestünde und somit eine juristische Einordnung von Plattformarbeitern in die Kategorie der abhängig Beschäftigten nicht eindeutig möglich sei. Eine mögliche Lösung stelle hier die Anwendung weiterer Kriterien der deutschen Rechtsprechung zur Feststellung eines Arbeitnehmerstatus dar. Der Arbeitnehmerbegriff werde in der deutschen Rechtsprechung durch die weisungsgebundene Eingliederung des Arbeitnehmers in eine organisatorische Einheit, in einer vom Arbeitgeber geschaffenen Arbeitsorganisationen definiert. Noch sei offen, inwieweit diese Definition für digitale Sachverhalte zur Anwendung kommen könne. Beispielsweise wenn die Weisungen durch Algorithmen statt durch Vorgesetzte ausgegeben würden.

### 6.5.3 Forderungen

Die Vertreter des DGB wiesen in den Interviews darauf hin, dass der DGB versuche auf eine konkretere Definition des Arbeitnehmerbegriffs Einfluss zu nehmen, damit Plattformen wie Deliveroo juristisch dazu gezwungen würden Plattformarbeiter nicht länger als Solo-Selbstständige beschäftigen zu können. Es solle eine Selbstverständlichkeit werden, dass Plattformarbeiter, die ökonomisch nicht selbstständig sind, auch nicht als Selbstständige gelten dürften. Stattdessen müssten sie als abhängig Beschäftigte eingestuft werden. Es dürfe juristisch nur die Person als selbstständig gelten, die es auch im ökonomischen Sinne tatsächlich ist. Wer nur für eine Plattform arbeite und dessen Arbeitszeiten, Aufträge, Arbeitskleidung und Bezahlung fremdbestimmen würde, der solle nicht mehr als selbstständig bezeichnet werden. Gefordert würde hier eine Gesetzesanpassung für Solo-Selbstständige mit einer geringeren Verhandlungsmacht. Des Weiteren ließe sich aus dieser Perspektive zudem diskutieren, ob die Einführung von Mindesthonoraren oder bestimmte Honorarordnungen möglich sei. Diese Überlegungen befinden sich allerdings auch beim DGB noch in einer sehr frühen Diskussionsphase. Wenn die rechtliche Bewertung von Plattformanbietern ähnlich wie für analog agierende Unternehmen ausfallen würde, hätten die Plattformbetreiber dennoch einen Wettbewerbsvorteil. Dieser würde sich dann jedoch nicht aus niedrigen Löhnen und schlechten Arbeitsbedingungen ergeben, sondern wäre primär Resultat qualitativ hochwertigerer Dienstleistungen. Die konkreten Forderungen des DGB sind laut Aussage der Vertreter allerdings noch verhältnismäßig vage und noch nicht finalisiert. So äußerte ein Vertreter des DGB, dass die Einordnung von Plattformarbeitern in die Kategorie der abhängig Beschäftigten schon näher rücken würde, wenn eine Weisung im Sinne des Weisungsrechts nicht mehr nur von einer realen Person ausgehen würde, sondern wenn darunter auch Weisungen auf Grundlage einer algorithmischen Entscheidung gefasst werden würden. Außerdem wäre es seiner Einschätzung nach denkbar, dass der DGB einen Sozialversicherungsstatus unabhängig vom konkreten Status der Erwerbstätigkeit fordern könnte. So könnte eine Bürgerversicherung dafür sorgen, dass Plattformarbeitern der Schutz der Sozialversicherungen zugute komme. Im Rahmen einer Gesetzesänderung hätte der DGB bereits die Einführung eines Indizienkataloges gefordert, der es Plattformarbeitern vereinfachen sollte, zu erkennen, ob sie im juristischen Sinne eigentlich als abhängig Beschäftigte eingestuft werden könnten. Indizien könnten in diesem Sinne beispielsweise sein, ob der Plattformarbeiter die Ausrüstung seines Auftraggebers nutzt, ob er frei auf dem Markt agiert oder an verschiedene Vorgaben des Auftraggebers gebunden ist. Diese Forderung hätte sich allerdings nicht durchgesetzt.

### 6.5.4 (Langfristige) Perspektiven

Nach Ansicht eines der beiden DGB-Vertreter würde Plattformarbeit die Mitgliedsgewerkschaften definitiv weiter beschäftigen. Gerade in Hinblick auf die Arbeit in der Gig-Economy, in der Handwerker, Reinigungskräfte und Kurierfahrer beschäftigt seien, wäre eine Automatisierung in nächster Zeit noch nicht absehbar. Im Gegensatz dazu sehe er diese bei Crowdworkern durchaus gegeben. Im Falle von Handwerks- und

Putzdienstleistungen würde Plattformarbeit aber definitiv wichtiger werden. Die zunehmende Bedeutung werde aber vermutlich auf bestimmte Branchen beschränkt bleiben.

Aus der Perspektive des DGB könnte eine Lösung der prekären Arbeitsverhältnisse vieler Plattformarbeiter in drei verschiedenen Handlungsoptionen liegen. Eine erste Option könnte die Erweiterung des Arbeitnehmerbegriffs sein, um beispielsweise Kurierfahrer innerhalb der Plattformökonomie mit abhängig beschäftigten Kurierfahrern gleichstellen zu können. Zweitens wäre eine Ausdehnung der Mindestschutzvorschriften auf alle Erwerbstätigen denkbar, die nicht einer freien unternehmerischen Tätigkeit nachgehen würden. Putzdienstleister der Plattform Helpling oder Kurierfahrer wären also insofern abhängig Beschäftigte, als das sie nicht frei auf dem Markt agieren und relativ eng getaktet und gebunden ihre Arbeit ausführen würden. Handwerker, die die Möglichkeit der freien Arbeitseinteilung haben und Plattformen lediglich in ihrer Vermittlungsfunktion nutzen, würden demnach weiterhin als Selbstständige betrachtet werden. Eine dritte Option wäre es, den Sozialversicherungsstatus unabhängiger vom Status der Erwerbstätigkeit zu denken. Eine mögliche Herangehensweise wäre eine Bürgerversicherung. Außerdem könnte der Staat im Rahmen analoger Plattformarbeit über gewerberechtliche Regelungen den Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt für etwaige Plattformen präventiv regeln. Im Falle von Crowdwork und Cloudwork wäre es dagegen denkbar, dass Aufträge nach dem Arbeitsrecht des Sitzes des Auftraggebers durchgeführt werden müssen. Diese Perspektive wäre allerdings eher ein Gedankenspiel, da die Umstände der Umsetzung eines solchen Prinzips sehr komplex seien. Letztlich wurde hinzugefügt, dass auch das Heimarbeitsgesetz Ansatzpunkte bieten könnte, um zum Schutz von Plattformarbeitern eingesetzt zu werden.

Der Vertreter einer bremischen Institution äußerte im Interview, dass der Generationenwechsel wahrscheinlich einige Veränderungen mit sich bringe und sich die Vermittlung von Handwerkern über Mundpropaganda eher zur Suche nach Handwerkern über Suchmaschinen oder Ähnlichem verschiebe. Damit einhergehen würde beispielsweise, dass die individuelle Beratung durch einen Handwerker durch eine Onlineplattform ersetzt würde. Jedoch sah er hier primär Potenziale für Onlinetools, die die Handwerker auf ihrer eigenen Internetpräsenz nutzen, anstatt in größeren Plattformen. Beratung und individuelle Lösungen seien seiner Aussage zufolge ein wichtiger Bestandteil der Handwerksleistung. Sollte dies durch Plattformlösungen gegeben sein und sollten „Rückwärts-Auktionen“ nicht die Existenz von Handwerkern gefährden, könnten Plattformen unter Umständen an Relevanz gewinnen. Er ging allerdings davon aus, dass mit solch einer Entwicklung in den nächsten zwei bis fünf Jahren nicht zu rechnen sei. Der andere Interviewpartner aus Bremen äußerte sich ähnlich und beschrieb die Plattformarbeit im Rahmen von Handwerksdienstleistungen in Bremen eher als eine Möglichkeit zusätzliche Aufträge einwerben zu können. Er schätzte den Anteil des zusätzlichen Gewinns für die Handwerker allerdings niedrig ein, da die Auftragslage der Handwerker in Bremen generell sehr gut sei. Ähnlich beurteilte er den Einfluss von Plattformen wie Foodora, Helpling, Pflegix und ähnlichen Plattformunternehmen. In der Pflege sei eher ein Personalmangel festzustellen und eine allgemeine relativ schlechte Bezahlung. Plattformvermittelte Arbeit würde hier eher eine untergeordnete Rolle spielen.

### 6.5.5 Zwischenfazit

Durch die Forschungsinterviews mit den Experten zeigt sich, dass Plattformarbeit in Bremen entweder ein unterbelichtetes Thema ist oder nur in geringem Maße stattfindet. Wenn Plattformarbeit in Bremen relevant sein sollte, dann möglicherweise nicht im Rahmen etablierter Akteure. So merkte ein Bremer Interviewpartner an, dass in Bezug auf Plattformen eher die Themen Mobilität und Logistik im Fokus stünden. Nach Aussagen aus den Interviews sei das in der Handwerkskammer vornehmlich organisierte Vollhandwerk ebenfalls kaum betroffen von den Auswirkungen der Plattformökonomie. Der Umstand, dass keine Interviewpartner innerhalb der Gewerkschaften des DGB in Bremen gefunden werden konnten, kann ebenfalls dafür sprechen, dass Plattformarbeit zum Zeitpunkt der Untersuchung keine bedeutende Rolle für sie spielt. Nach Einschätzung der Vertreter des DGB wäre die Solo-Selbstständigkeit für Plattformarbeiter einer der kritischen Faktoren ihrer Arbeit. Eine Regulierung sei insbesondere davon abhängig, ob die Leistung der Plattformarbeiter digital oder analog erbracht würde. Während Letztere sich durch die nationale

Gesetzgebung und durch Rechtsprechung regulieren lassen würden, erfordere es für digitale Leistungserbringung komplexere Lösungen. Vor allem Forderungen seitens der Gewerkschaften zielen darauf ab, die Grauzone zwischen Solo-Selbstständigkeit und abhängiger Beschäftigung zu schließen, auch wenn diese noch nicht finalisiert wären. Als mögliche Ansätze wurden die Erweiterung des Arbeitnehmerbegriffs im deutschen Arbeitsrechts oder eine Bürgerversicherung genannt. Beide Ansätze könnten der Ausdehnung von arbeitsrechtlichen und sozialen Schutzmechanismen dienen.

## 7 Schlussfolgerungen

Auf die Ergebnisse der einzelnen Forschungsfragen wird nachfolgend eingegangen. Dabei geht es zunächst um die Identifikation und Definition plattformökonomischer Aktivitäten in Bremen. Im Weiteren werden die Erkenntnisse zur Anzahl der Erwerbstätigen und dem Wissensstand der Akteure zusammenfassend dargestellt. Zentral sind zudem die Ergebnisse zu den ermittelten Erwerbsformen und die individuelle subjektive Wahrnehmung der Plattformarbeiter über ihre Tätigkeit in der Plattformökonomie. Allgemein ist anzumerken, dass es sich bei den Ergebnissen in diesem Forschungsprojekt um Andeutungen handelt, da die Erhebungen durch die besonderen Herausforderungen von Untersuchungen in der Plattformökonomie in einem eingeschränkten und nicht repräsentativen Rahmen stattfanden. Auf die besonderen Methoden, die in diesem Bereich erforderlich sind, wird in Abschnitt 7.5 eingegangen.

### 7.1 Identifikation und Definition

Zu Beginn des Projekts stellte sich heraus, dass eine enorme Bandbreite verschiedener Plattformen in den neun ausgewählten Branchen bzw. Kategorien in Bremen nutzbar ist. Dies gilt insbesondere für Plattformen, die digitale Dienstleistungen anbieten. Aufgrund dieser Feststellung musste die Zahl der berücksichtigten Plattformen notwendigerweise begrenzt werden. Durch diese enorme Vielzahl ist die konkrete Beantwortung nach der Frage a) – welche Aktivitäten im Bereich der Plattformökonomie in Bremen identifiziert wurden – nicht in einem Stichwort zu leisten. Eine konkrete Ausführung wäre ebenso umfangreich wie die ermittelte Bandbreite an Aktivitäten. Durch die kategorische Einordnung (siehe Abbildung 3) war es möglich, die Aktivitäten nach Branchen und Plattformen zusammenzufassen. Kategorien sind zum Beispiel „Vergleichsportale“, „Kommunikation, Information, Unterhaltung“ oder „Arbeitsplattformen zur Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen“. Die Plattformen, die sich in letztgenannter Kategorie wiederfinden lassen, sind jene, in deren Kontext plattformvermittelte Erwerbsarbeit festgestellt werden konnte und die aus diesem Grund im Fokus dieser Untersuchung stehen. Die Kategorisierung folgte dabei der zuvor getätigten Definitionsleistung verschiedener Typen von Plattformarbeit aus Abschnitt 4.1. Die ermittelten Plattformen, die sich „Arbeitsplattform(en) zur Vermittlung von bezahlten Dienstleistungen“ zuordnen ließen, können gemäß der vorliegenden Definition darüber hinaus weiter differenziert werden.

Die Plattformen, die den Kategorien „Personenbeförderung“, „Lieferdienste“, „Putzdienstleister“, „Betreuungs- und Pflegedienstleister“, „Handwerksdienste“ und „weitere Dienstleistungen“ zugeordnet werden konnten, lassen sich dementsprechend den Gigworking-Plattformen zuordnen. Crowdworking-Plattformen und Plattformen für Kreativwettbewerbe lassen so den Cloud-working-Plattformen zuordnen. Während Plattformarbeiter der Cloudworking-Plattformen in der Regel als Selbstständige tätig sind, finden sich auf Gigworking-Plattformen sowohl Plattformarbeiter, die abhängig beschäftigt für die Plattformen tätig sind, als auch Selbstständige. Darüber hinaus ist es möglich, dass Kleinunternehmen ebenfalls als Akteure auf Plattformen tätig sind. Im Zuge der Ermittlung der Aktivitäten sowie der kategorischen Einordnung haben sich auch wesentliche Erkenntnisse für die Definition der bremischen Plattformökonomie abgezeichnet (Forschungsfrage c) *Wie lässt sich der Begriff der Plattformökonomie für das Land Bremen definieren?*). Wie die einleitende Definition deutlich macht, ist die bremische Plattformökonomie prinzipiell nicht auf spezifische Branchen beschränkt. Durch die hohe Skalierbarkeit von Plattformkonzepten und die Disruptivität vieler Branchen ist rein theoretisch die Etablierung von Plattformanbietern in zahlreichen Branchen zumindest theoretisch möglich. Die vorliegende Erhebung kann so letztlich nur einen Einblick darin geben, welche Akteure mittels der gewählten Herangehensweisen erreichbar sind.

## 7.2 Anzahl der Erwerbstätigen

Auch Forschungsfrage *b) Wie viele Erwerbstätige arbeiten in Bremen für eine Plattform?*, die auf die Anzahl der Erwerbstätigen abzielt, ist nicht mit konkreten Zahlen zu beantworten. Im Zuge des Projektverlaufs wurde zunehmend erkennbar, dass sich die Gewinnung solcher Zahlen oder Schätzungen schwieriger erwies als zunächst erwartet. Auch wenn sich der Mangel amtlicher Erhebungen und die Schwierigkeit der Datengewinnung bereits im Abschnitt *4.3 Erhebungen zu Plattformökonomie und -arbeit* abzeichnete, so wurde zumindest davon ausgegangen, dass es möglich gewesen wäre, im Rahmen der eigenen Recherche nähere Erkenntnisse über den quantitativen Umfang von Plattformarbeit in Bremen zu gewinnen. Aufgrund der genannten Hürden war es nur in Ansätzen möglich, durch dieses Vorgehen an Informationen zu gelangen. So ist eine Erkenntnis dieses Forschungsprojekts, dass die Erfassung einer konkreten Anzahl an Erwerbstätigen in der Bremer Plattformökonomie aktuell und auch naher Zukunft als schwerlich möglich erscheint. Stattdessen hat sich insbesondere im Zuge der Interviews zumindest die Tendenz ermitteln lassen, dass es sich bei der Bremer Plattformökonomie bis dato um ein Nischenphänomen handelt. Insofern wird auch der Einfluss, den die Plattformarbeit auf die bremische Wirtschaft nimmt, verhältnismäßig eher gering sein. Das bedeutet auch, dass relationsgemäß ein kleinerer Erwerbstätigenanteil von Menschen auf dem bremischen Arbeitsmarkt mit den Herausforderungen der Plattformarbeit konfrontiert ist. Eine Auseinandersetzung mit der Thematik sollte jedoch nicht als gegenstandslos erachtet werden. Immerhin wird europaweit erwartet, dass der Einfluss der Plattformökonomie zunehmen wird. Auch das vorliegende Interesse an der Thematik bremischer Institutionen spiegelt die zunehmende Relevanz der Plattformökonomie wider.

## 7.3 Wissensstand der Akteure

Im Rahmen der Kontaktaufnahme zu bremischen Institutionen waren auch Rückschlüsse auf den derzeitigen Wissensstand über die Plattformökonomie möglich (Forschungsfrage *d) Wie ist der Wissensstand von Akteuren im Lande Bremen über eine hier existierende Plattformökonomie?*). Vielfach erfolgte keinerlei Resonanz oder die kontaktierten Institutionen standen nicht für ein Interview zur Verfügung. Dennoch ließ sich vermehrt ein gesteigertes Interesse für das Thema verzeichnen. Dieser Aspekt unterstreicht die hohe Relevanz des Forschungsthemas. Die Experteninterviews zeigten dennoch, dass seitens der Institutionen der Kontakt zu Erwerbstätigen in der Plattformökonomie sehr begrenzt ist. Eine Ausnahme bildete das Taxigewerbe. Es ist zu schlussfolgern, dass Plattformarbeit in Bremen entweder kaum stattfindet oder eine Dunkelziffer besteht, die die Institutionen bisher nicht erfassen konnten. Wie das Beispiel der Foodora-Kuriere zeigt, besteht die Möglichkeit, dass diese schlicht (noch) nicht in „klassischen“ Institutionen assoziiert sind. Ihr Fokus bei der Betrachtung der Plattformökonomie liegt deshalb zum Erhebungszeitraum nicht auf plattformvermittelter Arbeit. Vielmehr stehen die Themen Mobilität und Logistik im Fokus. Sollte der Themenkomplex Plattformarbeit in Bremen an Bedeutung gewinnen, dann werden sich die Mitgliedschaften des DGB in Bremen verstärkt mit den Risiken der Solo-Selbstständigkeit von Plattformarbeitern auseinandersetzen müssen, wie es bereits Vertreter des DGB auf Bundesebene tun. Regulative Maßnahmen, um Plattformarbeitern arbeitsrechtlichen Schutz zu gewährleisten, werden jedoch auf Bundesebene, wenn nicht gar internationaler Ebene in die Wege geleitet werden müssen. Möglicherweise würden diese Maßnahmen bedeuten die Grauzone zwischen Selbstständigkeit und abhängiger Beschäftigung zu schließen, den Arbeitnehmerbegriff der deutschen Rechtsprechung auszuweiten oder eine Bürgerversicherung einzuführen.

Die erste Recherche hat zudem ergeben, dass wenige bis keine Plattformunternehmen, die Dienstleistungen vermitteln, in Bremen ansässig sind. Am Beispiel Foodoras lässt sich zeigen, dass die Erschließung Bremens erst erfolgt, wenn eine Etablierung in anderen Großstädten erfolgreich ist. Der plattformvermittelte Vertrieb von Gütern (zum Beispiel Amazon) oder die Auswirkungen der Plattform-ökonomie auf das Gastgewerbe oder die Stadtentwicklung (zum Beispiel Airbnb) bedürfen allerdings einer gesonderten Untersuchung.

## 7.4 Erwerbsformen

Die Forschungsfragen e) *In welchem Erwerbsverhältnis stehen die Plattformarbeiter? Welche Formen der Erwerbstätigkeit sind zu erfassen?* und f) *Inwieweit werden (gesetzliche) Ansprüche, Rechte und Pflichten durch die Plattformbetreiber sowie Plattformarbeiter gewährleistet bzw. wahrgenommen?* zielten auf die Erfassung der Formen der Erwerbstätigkeit ab sowie in diesem Zusammenhang auf die Gewährleistung und Wahrnehmung von Ansprüchen, Rechten und Pflichten ab. Dabei wurde eine formale Arbeitnehmer- und Arbeitgeberbeziehung ermittelt sowie - in den überwiegenden Fällen - Formen der (Solo-)Selbstständigkeit. Diese konnte sich bereits im Zuge der eigenen Recherchen auf den Plattformen feststellen lassen. Es hat sich gezeigt, dass die bloße Erfassung der Erwerbsform jedoch wenig Aussagekraft darüber hat, welche Präsenz und Funktion die Plattform letztlich in der Zusammenführung von Plattformarbeitern und -kunden einnimmt. Inwieweit ein Plattformbetreiber tatsächlich nur vermittelt oder ob und zu welchem Grad sich die Funktion eines Arbeitgebers abzeichnet, erfordert einen spezifischen Blick. Dadurch variiert je nach Plattformkonzept auch die Verantwortungsübernahme für verschiedene Rechte und Pflichten stark. Ein fester Arbeitsvertrag sichert zwar einerseits gesetzliche Ansprüche wie das Leisten von Sozialabgaben oder die Einhaltung von Mindestlöhnen, stellt andererseits jedoch keinerlei Gewährleistung für einen fairen Umgang mit Arbeitnehmern dar.

Das Beispiel Foodora hat sehr anschaulich gezeigt, dass für die festangestellten Kuriere enorme Herausforderungen auf anderen Ebenen bestehen, die sich zum Beispiel im Kontext der Kommunikation zum Plattformbetreiber ergeben. Im Falle der Selbstständigen hat sich eine gewisse Flexibilität und Freiheit in der Annahme von Aufträgen und Anfragen ermitteln lassen - zum Teil auch in der Festlegung von Preisen.

Ein kritischer Blick im Sinne des Kundenschutzes auf die Gewährleistung von Qualität ist insbesondere bei Plattformen wie Helpling oder Pflegix zu richten, da es sich bei den Plattformarbeitern in der Regel nicht um professionell ausgebildete oder zertifizierte Dienstleister handelt oder handeln muss. Der Zugang zu einer Plattform wurde zudem als niedrigschwellig bewertet - auch bei Foodora. Die damit verbundene Plausibilitäts- oder Realitätsprüfung von Nutzerkonten bietet keine Garantie für die Qualität von Dienstleistungen. Die Ausübung von Pflege- und Reinigungstätigkeiten ist zudem mit höheren Ansprüchen verbunden als beispielsweise Microtasks auf der Plattform MTurk. Konkrete Qualitätsmängel lassen sich hier im Zuge der Aufgabenbewältigung womöglich nicht identifizieren oder sind weniger gravierend - der Requester muss die erbrachte Leistung nicht zwangsläufig anerkennen. An dieser Stelle lässt sich mit Blick auf die Lohnzahlung vielmehr eine mögliche Problematik für die Plattformarbeiter feststellen. Auf Plattformen wie Taxi.de und Homebell ist die Erbringung von hochqualitativen Dienstleistungen durch die notwendige Professionalität der Plattform weniger zu hinterfragen.

Insgesamt hat sich in den einzelnen Teilen der Auswertungen gezeigt, dass pauschale Aussagen über die konkreten Erwerbsbedingungen auf Plattformen im Zuge der Branchenvielfalt und der Heterogenität der Plattformkonzepte schwer zu treffen sind. Auch eine differenzierte Betrachtung von Gigworking- und Cloudworking-Plattformen lässt in diesem Sinne keine allgemeingültigen Aussagen zu. Ein ortsgebundener Charakter von Plattformarbeit bedeutet nicht zwangsläufig, dass der Plattformbetreiber für den Dienstleister lokal „greifbar“ ist, und unterscheidet sich in diesem Punkt nicht zwingend von ortsunabhängiger Cloudwork.

## 7.5 Wahrnehmung der Erwerbstätigen

Einige der oben behandelten Punkte reflektieren bereits die persönliche Wahrnehmung der Erwerbstätigen über ihre Arbeit in der Plattformökonomie (Forschungsfrage *g*) *Wie empfinden die Erwerbstätigen das Arbeiten im Bereich der Plattformökonomie und mit welchen Problemen und/oder Vorzügen sehen sie sich konfrontiert?*). Mit der Aufnahme der Tätigkeit wurden neben finanziellen Aspekten weitere Motive ermittelt, die mit der spezifischen Plattform zusammenhängen (sportliche Anreize, niedrighschwelliger Einstieg in den Job oder das eigene Können auszutesten). Insbesondere im Interview mit dem Taxifahrer wurde die Bereitschaft zur Nutzung von Taxi-Plattformen hervorgehoben. Allerdings wurden vor allem Eindrücke und Erfahrungen ermittelt, die den Fokus auf die Risiken der Plattformarbeit lenken. Zum Beispiel die intransparenten Nutzungsbedingungen, die begrenzte oder mangelnde Kommunikation mit der Plattform, eine unregelmäßige oder zu gering empfundene Bezahlung, eine ungewisse Auftragslage und rapide Veränderungen der Arbeitsbedingungen. Diese Aspekte spiegeln und ergänzen in vielfacher Weise Chancen und Risiken aus Abschnitt 4.2 wider.

An vielen Punkten hat sich gezeigt, dass Plattformarbeit in Bremen im Kontext eines Nebenerwerbs bzw. eines finanziellen Zusatzerwerbs ausgeübt wird. Bis dato wird sie nicht als langfristige berufliche Perspektive oder als Ersatz zur herkömmlichen Auftragsakquise wahrgenommen. Sie ist eine finanzielle Ergänzung, ein Nischenphänomen und zeichnet sich durch eine starke zeitliche Begrenzung aus. Die Plattformarbeit bietet in verschiedenen Punkten eine enorme Flexibilität und Unverbindlichkeit - von der Aufnahme bis hin zur Beendigung der Tätigkeit. Auch in dem identifizierten Ausmaß der Eigenständigkeit der Erbringung der Leistung spiegelt sich eine Form der Flexibilität wider. Eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen oder ein Verpflichtungsgefühl anderen Akteuren gegenüber, wie Kollegen, ist vermutlich weniger ausgeprägt als bei einem Erwerbsverhältnis innerhalb traditioneller Unternehmen. Dadurch, dass die lokal erbrachte Plattformarbeit nicht als langfristige Perspektive angesehen wird, wird die Entfaltung solcher Konzepte momentan möglicherweise gehemmt. Herausforderungen der Plattformarbeit sollten in den Blick genommen werden, um die Bedingungen so für alle Beteiligten zukunftsträchtig und lohnenswert zu gestalten. Auf politischer Ebene sollte sich frühzeitig mit regulatorischen Maßnahmen für die Erwerbstätigen befasst werden. Nach dem derzeitigen Kenntnisstand ist eine plattformsspezifische Betrachtung dabei unumgänglich.

Abschließend lässt sich sagen, dass die Plattformökonomie ein globales Phänomen ist, dessen Existenz und dessen Auswirkungen auf die Arbeitswelt sich in Bremen bisher in einem geringen Umfang bewegen. Der Fokus der Akteure über Aktivitäten, Trends und Veränderungen liegt im Kontext der Plattformökonomie eher auf gesamtgesellschaftlichen Zusammenhängen oder im Speziellen auf Perspektiven der Mobilität und Logistik. Die Erkenntnisse über das begrenzte Ausmaß der Plattformökonomie haben sich entsprechend auch in dem methodischen Vorgehen bemerkbar gemacht. Die Rückmeldungen bremischer Institutionen auf die Anfragen im Rahmen des Forschungsprojekts sind in ihrer Anzahl als auch inhaltlich verhältnismäßig gering ausgefallen. Hinzu kam die Herausforderung, an Bremer Erwerbstätige dieses globalen Phänomens herantreten zu können, um sie als Interviewpartner zu gewinnen. Es liegt nahe, dass der wenig ausgeprägte Wissensstand der Akteure im Zusammenhang mit der geringen Zahl der Publikationen steht. Trotz der geringen Ausprägung plattformvermittelter Dienstleistungen sind die möglichen Konsequenzen, die sich aus dieser Form der Arbeitsorganisation ergeben, bereits gegenwärtig. Die vorliegenden Erkenntnisse bieten an dieser Stelle die Basis für anknüpfende Forschungsaktivitäten. Der eingeschränkte Wissensstand und das zugleich hohe Interesse der Akteure haben zudem gezeigt, dass in diesem Forschungsfeld erheblicher Untersuchungsbedarf besteht.

Die Erkenntnisse dieses Forschungsprojekts zeigen darüber hinaus, dass zur wissenschaftlichen Erschließung der Situation der Erwerbstätigen in der Plattformökonomie ressourcenintensivere Methoden notwendig sind. Insbesondere wären hier Methoden der Feldforschung angebracht, wie sie beispielsweise Serfling (2018) im "Crowdworking Monitor" genutzt hat. Damit liefert diese Arbeit die Grundlage für weitere Forschungen.

## 8 Ausblick

Die hier vorgenommene Untersuchung stellt den Eintritt in einen aktuellen und noch kaum behandelten Forschungsbereich dar. Da die vorliegende Untersuchung aufgrund des Untersuchungsdesigns begrenzt war und ist, konnten viele weitere und spannende Aspekte nicht berücksichtigt werden. Aus den vorliegenden Ergebnissen dürfte aber klar werden, dass eine Fortführung der Befassung mit Erwerbstätigkeiten in der Plattformökonomie wichtig, Erkenntnis gewinnend und durch den Fokus auf Aktivitäten von Erwerbstätigen bzw. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern auch notwendig ist.

Zwei mögliche Perspektiven bieten sich für nachfolgende und ausführlichere Forschungen. Zum einen wäre eine umfangreichere Untersuchung denkbar, die sich auf Methoden der Feldforschung stützt. Zum anderen wären branchenspezifische Untersuchungen naheliegend, da sich gezeigt hat, dass je nach Branche und Plattformkonzept erhebliche Unterschiede für Interpretationen und Schlussfolgerungen möglicher Handlungsoptionen bestehen.<sup>71</sup> Dieses Potenzial deutete sich bereits in einigen der untersuchten Branchen an. Hervorzuheben ist an dieser Stelle der Markt für (lokale) Personenbeförderung. Der Einsatz digitaler Plattformen im Bereich der öffentlichen Mobilität ist in Bremen auf lokalpolitischer Ebene Objekt von Debatten. Besonders bedeutsam ist in diesem Kontext die Diskussion um die Liberalisierung des Mobilitätsmarktes (zum Beispiel des Taximarktes) zugunsten von Anbietern von Ride-Sharing oder Car-Sharing Diensten.<sup>72</sup> In diesem Kontext spielen sicherlich Aspekte der Nachfrageseite (z. B. Taxikunden) eine besondere Rolle mit Blick auf unter anderem Qualität, Preis und Verfügbarkeit von lokalen Personentransportleistungen. Es wird aber auch um Veränderungen im Bereich der Erwerbstätigkeit gehen. Hier gilt es insbesondere, den sinnvollen Rahmen für eine notwendige und an sowohl den Unternehmensinteressen, den Kundeninteressen als auch den Interessen der Erwerbstätigen bzw. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern orientierte Politik zu erarbeiten, um fairen Wettbewerb unterschiedlicher Geschäftsmodelle und Produkte nachhaltig zu gewährleisten.

Eine branchenspezifische Analyse ist daher sinnvoll, um eine direkte Vergleichbarkeit von arbeits-politischen und -rechtlichen Aspekten und Herausforderungen erhalten zu können. Zum Beispiel operieren die Konkurrenten Foodora und Deliveroo als Lieferdienste teilweise in den gleichen Städten, aber beschäftigen ihre Kuriere in unterschiedlichen Erwerbsverhältnissen.

Mit Blick auf zukunftsweisende Themen wie das autonome Fahren kann es zu Veränderungen kommen, welche auch hinsichtlich der Wirkungen auf Erwerbstätigkeit untersucht werden sollten. Moderne Angebote von z. B. Uber oder Moia (Volkswagen Konzern) stellen zwar keine revolutionären neue Produkte dar, unter Nutzung digitaler Infrastruktur werden jedoch Plattformen einen zunehmenden Anteil an Transportmärkten erhalten. Hier wird es gelten, Entwicklungen und Wirkungen insbesondere auf die Situationen von Erwerbstätigen auf bzw. in diesen neuen Plattformen zu analysieren und Handlungsempfehlungen zu erarbeiten. Auch autonome Essenslieferungen, z. B. durch KI-gestützte selbststeuernde Lieferfahrzeuge bzw. Lieferdrohnen, werden zu berücksichtigen sein. Dabei mag der dadurch induzierte Wegfall von prekären Erwerbstätigkeiten in der Lieferservicebranche sicherlich kontrovers zu sehen sein.

In den anderen untersuchten Branchen spielt die Plattformarbeit in Bremen bisher keine entscheidende Rolle wie beispielsweise in der Handwerks- oder der Pflegebranche. Diese haben mit anderen branchenspezifischen Herausforderungen zu kämpfen oder sind auf die Existenz von digitalen Plattformen nicht angewiesen.

Letztlich fließen sowohl die Auswirkungen der Plattformökonomie auf die Erwerbstätigkeit als auch auf die Mobilität, Logistik und Stadtentwicklung, die von der bremischen Politik derzeit vorrangig diskutiert werden,

---

<sup>71</sup> Dies gilt insbesondere für ortsunabhängige plattformvermittelte Dienstleistungen im Bereich der Cloudwork.

<sup>72</sup> So berichtete der Weser-Kurier am 21.02.2019 über eine Demonstration Berliner Taxifahrer gegen mögliche Pläne des Bundesverkehrsministers Andreas Scheuer die Taxibranche zu liberalisieren und somit Uber den Zugang zum Markt zu erleichtern: [https://www.weser-kurier.de/deutschland-welt/deutschland-welt-wirtschaft\\_artikel,-taxibranche-stellt-sich-gegen-uber-co\\_arid,1808655.html](https://www.weser-kurier.de/deutschland-welt/deutschland-welt-wirtschaft_artikel,-taxibranche-stellt-sich-gegen-uber-co_arid,1808655.html) (abgerufen am 04.03.2019).



in die sozio-ökonomischen Lebensverhältnisse der Bürgerinnen und Bürger Bremens ein. Beispielsweise wird der Einfluss Amazons auf die Vermittlung von Gütern, der von Airbnb auf das Gastgewerbe und der von Uber auf die Erwerbsverhältnisse im Taxigewerbe auf der ein oder anderen Ebene die Lebensverhältnisse in Bremen verändern. Die Plattformökonomie wird ihren Anteil an der Wertschöpfung erhöhen, auch wenn auch in Zukunft sicherlich nicht alle Aktivitäten über Plattformen abgewickelt werden. Ganz gleich ob Gigworking oder Cloudworking, digitale Entwicklungen werden diese Art der Arbeitsteilung und Leistungserbringung befördern. Die damit einhergehenden Veränderungen und Entwicklungen werden ein spannendes und wichtiges zukünftiges Forschungsgebiet darstellen. Eine branchenspezifische Untersuchung, besonders in Bezug auf den Einfluss einzelner Plattformunternehmen, sowie umfangreichere Feldforschung in Bezug auf die Veränderungen der Erwerbstätigkeit sind demnach gleichsam naheliegend.

## Literatur

- Aloisi, Antonio (2015): Commoditized Workers The Rising of On-Demand Work, A Case Study Research on a Set of Online Platforms and Apps. In: SSRN Journal. DOI: 10.2139/ssrn.2637485.
- Animento, Stefania; Di Cesare, Giorgio; Sica, Cristian (2017): Total Eclipse of Work?
- Baums, Ansgar (2015): Analyse. In: Ansgar Baums, Martin Schössler und Ben Scott (Hg.): Kompendium Industrie 4.0. Wie digitale Plattformen die Wirtschaft verändern – und wie die Politik gestalten kann. Berlin (Kompendium Digitale Standortpolitik, Band 2), S. 13–22.
- Beamer, Glenn (2002): Elite Interviews and State Politics Research. In: *State Politics & Policy Quarterly* 2 (1), S. 86–96.
- Becker, Saul; Bryman, Alan (2004): Understanding research for social policy and practice. Bristol: Policy Press (Understanding welfare).
- Berg, Janine (2016): Income security in the on-demand economy. Findings and policy lessons from a survey of crowdworkers. Geneva: International Labour Office (Conditions of work and employment series, no. 74). Online verfügbar unter [http://www.ilo.org/travail/whatwedo/publications/WCMS\\_479693/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/travail/whatwedo/publications/WCMS_479693/lang--en/index.htm).
- Bogner, Alexander; Menz, Wolfgang (2009): The Theory-Generating Expert Interview: Epistemological Interest, Forms of Knowledge, Interaction. In: Alexander Bogner, Beate Littig und Wolfgang Menz (Hg.): Interviewing Experts. London: Palgrave Macmillan UK, S. 43–80. Online verfügbar unter [https://doi.org/10.1057/9780230244276\\_3](https://doi.org/10.1057/9780230244276_3).
- Bremische Bürgerschaft (2015): Masterplan Industrie Bremen (Mitteilung des Senats vom 3. März 2015, Drucksache 18/1770).
- Bruhn, Manfred; Hadwich, Karsten (2017): Dienstleistungen 4.0 – Erscheinungsformen, Transformationsprozesse und Managementimplikationen. In: Bruhn, Manfred; Hadwich, Karsten (Hg.): Dienstleistungen 4.0. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 1–39.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) (2018): Ausmaß von Plattformarbeit in Deutschland höher als erwartet. Online verfügbar unter <https://www.bmas.de/DE/Presse/Meldungen/2018/ausmass-von-plattformarbeit-in-deutschland-hoehere-als-erwartet.html>, abgerufen am 12.01.2019.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2018): Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland. Analyse des Stellenwerts im Allgemeinen sowie Untersuchung der Handlungsoptionen im Einzelsegment 'Vermittlungsdienste für Privatunterkünfte'. (Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln in Zusammenarbeit mit DICE Consult).
- Der Senator für Umwelt, Bau und Verkehr (2014): Verkehrsentwicklungsplan Bremen 2025.
- Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen (2018), „Bremen Digital 2019-2021“ Die Digitalisierungsinitiative zur Stärkung der Innovationskraft der Wirtschaft im Land Bremen. Vorlage Nr. 19/609-L für die Sitzung der staatlichen Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen am 25.10.2018
- Der Senator für Wirtschaft und Häfen (2010): Innovationsprogramm 2020. Ein Beitrag zum Strukturkonzept 2015.
- Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV) (2018): Herausforderung Plattformökonomie. Soziale Absicherung von Selbstständigen verbessern: DGUV Kompakt.
- Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB) Bundesvorstand, Abteilung Wirtschafts-, Finanz- und Steuerpolitik (2017): Plattformökonomie - nicht nur bei der Umsatzsteuer handeln! In: *klartext* (Nr. 44).

- Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB) (2018): Plattformökonomie. Unfallversicherung: Uber, Airbnb & Co sollen Sozialabgaben zahlen. Online verfügbar unter <https://www.dgb.de/themen/++co++7bf86424-f11e-11e7-83ab-52540088cada>, abgerufen am 23.01.2019.
- Dolata, Ulrich (2018): Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung. Kommerzielle Plattformen im Internet. SOI Discussion Paper 2018-04. Stuttgart (Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationssoziologie (SOI), 2018-04 (Juli 2018)).
- Donovan, Sarah A.; Bradley, David H.; Shimabukuru, Jon O. (2016): What Does the Gig Economy Mean for Workers? Hg. v. Congressional Research Service. Cornell University ILR School. Washington, DC.
- Demary, Vera; Engels, Barbara; Rusche, Christian (2016): Qualitative und quantitative Auswirkungen der Sharing Economy in Nordrhein-Westfalen. Endbericht für Vergabe-Nr. 40/2016 (Kurzstudie).
- Drahokoupil, Jan; Piasna, Agnieszka (2017): Work in the Platform Economy: Beyond Lower Transaction Costs. In: *Intereconomics* 52 (6), S. 335–340. DOI: 10.1007/s10272-017-0700-9.
- Europäische Kommission (2016): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen (Europäische Agenda für die kollaborative Wirtschaft).
- Friedman, Gerald (2014): Workers without employers. Shadow corporations and the rise of the gig economy. In: *ROKE* 2 (2), S. 171–188. DOI: 10.4337/roke.2014.02.03.
- Graham, Mark; Hjorth, Isis; Lehdonvirta, Vili (2017): Digital labour and development. Impacts of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods. In: *Transfer* 23 (2), S. 135–162. DOI: 10.1177/1024258916687250.
- Greef, Samuel; Schroeder, Wolfgang; Akel, Alexander; Berzel, Alex; D'Antonio, Oliver; Kiepe, Lukas; Schreiter, Benedikt; Sperling, Hans-Joachim (2017): Plattformökonomie und Crowdworking: Eine Analyse der Strategien und Positionen zentraler Akteure. Forschungsbericht. Berlin (Forschungsbericht / Bundesministerium für Arbeit und Soziales, FB500).
- Haucap, Justus (2018): Macht, Markt und Wettbewerb: Was steuert die Datenökonomie? 1. Auflage. Berlin: Nicolai Publishing & Intelligence GmbH.
- Huws, Ursula; Spencer, Neil H.; Joyce, Simon (2016): Crowd Work in Europe. Preliminary results from a survey in the UK, Sweden, Germany, Austria and the Netherlands.
- Jacob, Rüdiger; Heinz, Andreas; Décieux, Jean Philippe (2013): Umfrage. Einführung in die Methoden der Umfrageforschung. 3., überarb. Aufl. München: Oldenbourg.
- Kilhoffer, Zachary; Lenaerts, Karolien; Beblavý, Miroslav (2017): The Platform Economy and Industrial Relations. Applying the old framework to the new reality. In: *CEPS Research Report* No. 2017/12.
- Leech, Beth L. (2002): Asking Questions: Techniques for Semistructured Interviews. In: *PS: Political Science and Politics* 35 (4), S. 665–668.
- Leist, Dominik; Hießl, Christina; Schlachter, Monika (2017): Plattformökonomie. eine Literaturlauswertung. Forschungsbericht. Berlin (Forschungsbericht / Bundesministerium für Arbeit und Soziales, FB499).
- Lenaerts, Karolien; Beblavý, Miroslav; Kilhoffer, Zachary (2017): Government Responses to the Platform Economy: Where do we stand? *Policy Insights, Centre for European Policy Studies (CEPS)*, No. 2017-30.
- Littig, Beate (2011): Interviews, Expert. In: Bertrand Badie, Dirk Berg-Schlösser und Leonardo Morlino (Hg.): *International Encyclopedia of Political Science / IPSA*, Bd. 5. Los Angeles, California: Sage (A Sage reference publication), S. 1343–1346.

- Maier, Michael F.; Viète, Steffen; Ody, Margard (2017): Plattformbasierte Erwerbsarbeit. Stand der empirischen Forschung. Forschungsbericht. Mannheim, Berlin (Forschungsbericht / Bundesministerium für Arbeit und Soziales, FB498).
- Meuser, Michael; Nagel, Ulrike (2009): The Expert Interview and Changes in Knowledge Production. In: Alexander Bogner, Beate Littig und Wolfgang Menz (Hg.): *Interviewing Experts*. London: Palgrave Macmillan UK, S. 17–42.
- Mrass, Volkmar; Peters, Christoph (2017): Crowdfunding-Plattformen in Deutschland. In: Jan Marco Leimeister (Hg.): *Working Paper Series*. Kassel (Nr. 16).
- Mückenberger, Ulrich (2017): Der Arbeitnehmerbegriff - aus arbeitspolitischer Perspektive. Diskussionspapier aus der Kommission "Arbeit der Zukunft". Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung.
- Munkøe, Malthe Mikke (2017): Regulation the European Sharing Economy. State of Play and Challenges. In: *Intereconomics* (52(1)), S. 38–44.
- Parker, Geoffrey; van Alstyne, Marshall (2012): *A Digital Postal Platform. Definitions and a Roadmap*. Cambridge.
- Peitz, Martin; Schwalbe, Ulrich (2016): Kollaboratives Wirtschaften oder Turbokapitalismus? Zur Ökonomie der Sharing Economy. In: *Perspektiven der Wirtschaftspolitik* (17 (3)), S. 232–252.
- Pesole, Annarosa; Urzì Brancati, Maria Cesira; Fernández-Macías, Enrique; Biagi; González Vázquez, Federico; González Vázquez, Ignacio (2018): *Platform Workers in Europe*. Luxemburg (Science for Policy Report).
- Pongratz, Hans J.; Bormann, Sarah (2017): Online-Arbeit auf Internet-Plattformen. Empirische Befunde zum „Crowdfunding“ in Deutschland. In: *Arbeits- und Industriesoziologische Studien* Jahrgang 10 (Heft 2), S. 158–181.
- PricewaterhouseCoopers GmbH (PwC) (2018): *Share Economy in Deutschland wächst weiter*. Online verfügbar unter <https://www.pwc.de/de/pressemitteilungen/2018/share-economy-in-deutschland-waechst-weiter.html>, abgerufen am 16.01.2019.
- Rockman, Bert A. (2011): Interviews, Elite. In: Bertrand Badie, Dirk Berg-Schlosser und Leonardo Morlino (Hg.): *International Encyclopedia of Political Science / IPSA*, Bd. 5. Los Angeles, California: Sage (A Sage reference publication), S. 1340–1343.
- Schmidt, Florian A. (2016): *Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie. Zur Funktionsweise und den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Schmidt, Florian A.; Kathmann, Ute (2017): *Der Job als Gig. Digital vermittelte Dienstleistungen in Berlin*. Berlin (ArbeitGestalten).
- Serfling, Oliver (2018): *Crowdfunding Monitor Nr. 1*. Für das Verbundprojekt "Crowdfunding Monitor".
- Stefano, Valerio de (2015): The Rise of the 'Just-in-Time Workforce'. On-Demand Work, Crowd Work and Labour Protection in the 'Gig-Economy'. In: *SSRN Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2682602.
- Stegemann, Patrick (2016): *Uberisierung. Wie Plattformen unsere Arbeit verändern*. Hg. v. bpb. Online verfügbar unter <https://www.bpb.de/dialog/netzdebatte/220768/uberisierung-wie-plattformen-unsere-arbeit-veraendern>, abgerufen am 17.02.2019.
- Torpey, Elka; Hogan, Andrew (2016): *Working in a gig economy*. Hg. v. U.S. Bureau of Labor Statistics. Online verfügbar unter <https://www.bls.gov/careeroutlook/2016/article/what-is-the-gig-economy.htm>, abgerufen am 20.02.2019.

Voss, Oliver (2017): Städte-Rangliste. Berlin hängt London in Start-up-Ranking ab. Hg. v. Der Tagesspiegel. Online verfügbar unter <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/staedte-rangliste-berlin-haengt-london-in-start-up-ranking-ab/20168028.html>, abgerufen am 17.01.2019.

Winter, Johannes (2017): Europa und die Plattformökonomie. Wie datengetriebene Geschäftsmodelle Wertschöpfungsketten verändern. In: Bruhn, Manfred; Hadwich, Karsten (Hg.): Dienstleistungen 4.0. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 71–89

## Anhang I: Ermittelte Informationen zu den untersuchten Plattformen

**Tabelle 1: Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Foodora.<sup>73</sup>**

<b>Foodora</b>	
Status der Erwerbstätigkeit (Arbeitnehmerverhältnis, Selbstständigkeit)	Foodora ist der offizielle Arbeitgeber der Kurier*innen, sie befinden sich in einer abhängigen Beschäftigung. Zwischen den beiden Akteuren besteht ein Arbeitsvertrag.
Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs (Bezahlung, Provisionen)	Der Kurier wird nach einem Stundenlohn bezahlt. Die Arbeit kann zum Beispiel in Teilzeit oder Vollzeit ausgeübt werden. Der Verdienst liegt bei bis zu zwölf Euro die Stunde (inklusive etwa zwei Euro Trinkgeld). Zudem gibt es Bonussysteme.
Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen	Foodora bietet den Kurier*innen ein „Sozialversicherungs-Paket“ an.
Rolle der Plattformen im Kontext der Aufgabenbearbeitung bzw. Auftragsabwicklung / Rolle des Plattformarbeiters	Der Kurier*in übt die einzelnen Schritte der Auftragsabwicklung aus, die ihm über die App zugeteilt und angezeigt werden (Auftragsannahme der Bestellung, Fahrt zum Restaurant, Abholung der Lieferung, Fahrt zum Kunden und Ablieferung der Bestellung). Die Kommunikation zwischen Kunde und Restaurant verläuft über die Plattform.
Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformarbeitern und Plattformkunden	Um als Rider für Foodora tätig sein zu können, wird ein Fahrrad (oder anderes Gefährt) benötigt. Ebenso ein Handy mit Zugang zum Internet bzw. mit Daten-Flatrate. Im Weiteren muss der Kurier 18 Jahre oder älter sein und er benötigt eine Arbeitserlaubnis. Es ist nicht erforderlich bereits als Fahrradkurier*in tätig gewesen zu sein. Bei der Online-Registrierung sind neben üblichen Kontaktangaben auch Fragen zu einem Imagefilm zu beantworten, der vorab anzuschauen ist. Im Weiteren kann eine Probefahrt im Registrierungsprozess gefordert sein.

Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

<sup>73</sup> Die Informationen zur Plattform Foodora entstammen allgemein Angaben der Website <https://www.foodora.de/> (abgerufen am 17.02.2019) sowie einem Artikel der taz „Fünf Euro pro Fahrt“: <http://www.taz.de/!5565889/> (abgerufen am 03.03.2019). Manche der hier ermittelten Aspekte und Sachverhalte werden nicht wortwörtlich auf der Website genannt, sind aber aus dem Aufbau der Seite oder aus dem Kontext zu erschließen. Im Weiteren basieren Aussagen und Angaben auf dem (teils) durchgeführten Registrierungsprozess bei der Plattform mit Hilfe eines fiktiven Profils (Stand Juli 2018).

**Tabelle 2: Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Pflegix.<sup>74</sup>**

<b>Pflegix</b>	
Status der Erwerbstätigkeit (Arbeitnehmerverhältnis, Selbstständigkeit)	<p>Pflegix sieht sich als Vermittler von sog. „Helfern“ (Dienstleistern) an, die eine Tätigkeit in gewerblicher Selbstständigkeit ausüben (gemäß §14 BGB).</p> <p>Pflegix weist darauf hin weder ein „Beschäftigungsdienst“ noch ein „Arbeitgeber“ für die „Helfer“ zu sein. Mit der Plattform kommt ein sog. „Nutzungsvertrag“ zu Stande. Eine Deaktivierung des Nutzerkontos durch Pflegix ist ohne Angabe von Gründen möglich, wenn Nutzungsbedingungen nicht eingehalten werden. Zwischen Kunden und Dienstleister kommt es hingegen eigenständig zu einem „Dienstleistungsvertrag“.</p>
Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs (Bezahlung, Provisionen)	Für den Dienstleister besteht die freie Festlegung des Kundenpreises. Von diesem Preis sind Abgaben sowie eine Servicegebühr an Pflegix zu entrichten. Die Gebühr liegt bei fünf Prozent, in bestimmten Fällen auch mehr.
Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen	Abgaben an Behörden sind durch die Dienstleister selbst zu erbringen. Dazu gehören beispielsweise das Leisten der Einkommensteuer oder Mehrwertsteuer. Eine Haftpflichtversicherung wird durch die Plattform geboten, in der die Helfer mitberücksichtigt werden. Für den Dienstleister besteht ein Vergütungsanspruch im Falle einer Stornierung durch den Kunden, sofern dieses ab 24 Stunden vor Dienstleistungsbeginn geschieht.
Rolle der Plattformen im Kontext der Aufgabenbearbeitung bzw. Auftragsabwicklung / Rolle des Plattformarbeiters	Dienstleister sind nicht verpflichtet angefragte Aufträge anzunehmen. Sie können hierüber frei entscheiden. Eine Verpflichtung besteht dahin gehend, das Nutzerkonto regelmäßig auf mögliche Anfragen zu kontrollieren und gegebenenfalls unverzüglich darauf zurück zu melden. Erbrachte Dienstleistungen müssen von den „Helfern“ in einem Dokumentationssystem aufgezeichnet werden.
Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformarbeitern und Plattformkunden	Im Registrierungsprozess auf der Plattform sind allgemeine Angaben zu erbringen (zum Beispiel Kontaktinformationen, Art und Umfang der zu übernehmenden Aufgaben, Stundensatz, Motivation, gegebenenfalls Erfahrungen als Pflegeperson/Pflegekraft). Pflegix führt vor der Freischaltung der Profile von Dienstleistern eine Prüfung der Plausibilität der angegebenen Daten durch. Dienstleister haben der Plattform bestimmte Nachweise zu erbringen (zum Beispiel Personalausweis, Gewerbeschein, Zulassungen, Zeugnisse und Referenzen). Auch weitere Informationen können verlangt werden (zum Beispiel ein polizeiliches Führungszeugnis). Dennoch gibt Pflegix keine Garantie für die korrekte Angabe dieser Daten.

Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

<sup>74</sup> Die Informationen zur Plattform Pflegix entstammen allgemein den Angaben der Website, <https://www.pflegix.de/>, sowie den Nutzungsbedingungen bzw. Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB): <https://www.pflegix.de/nutzungsbedingungen/agb> (abgerufen am 09.02.2019). Im Weiteren basieren Aussagen und Angaben auf dem (teils) durchgeführten Registrierungsprozess bei der Plattform mit Hilfe eines fiktiven Profils (Stand Juli 2018).

**Tabelle 3: Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Helpling.<sup>75</sup>**

<b>Helpling</b>	
Status der Erwerbstätigkeit (Arbeitsnehmerverhältnis, Selbstständigkeit)	Helpling sieht sich als Vermittler von Reinigungstätigkeiten durch selbstständige, gewerbliche Unternehmer (von „Helpling“ als „Dienstleister“ bezeichnet). Sie werden auch als „Solo-Selbstständige“ gesehen. Die Plattform ist keine Vertragspartei in Bezug auf die Durchführung der Dienstleistung. Sie tritt eher als Handelsvertreter des Dienstleisters auf und schließt mit dem Dienstleister einen „Vermittlungsvertrag“. Der Vermittlungsvertrag kommt mit der Freischaltung des Nutzerkontos zustande. Der Dienstleister hat keinen Anspruch auf das zu Stande kommen eines Vermittlervorganges. <sup>76</sup>
Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs (Bezahlung, Provisionen)	Der Plattform steht eine Provisionszahlung des „Dienstleisters“, zu, deren Höhe sich an einer Provisionsliste orientiert. Die Provision richtet sich unter anderem nach dem Ort der Ausübung sowie der gebuchten Stundenanzahl. Der Dienstleister kann den Kundenpreis individuell festlegen. Im Registrierungsprozess wird der Durchschnittspreis angezeigt, an dem sich der Dienstleister orientieren kann.
Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen	Die Plattform bietet eine Haftpflichtversicherung, bei der Dienstleister im Schadensfall mitversichert sind (Deckungssumme liegt bei 5.000.000 €, abgedeckt sind Schäden ab 350 €). Für den Dienstleister besteht ein anteiliger Vergütungsanspruch bei Stornierung durch den Kunden (unter 24 Stunden vor Dienstleistungsbeginn). <sup>77</sup> Für das Erbringen von Steuern und Abgaben steht der Dienstleister in der alleinigen Verantwortung. Durch eine Anmeldung bei Helpling setzt die Plattform voraus, dass die Tätigkeiten des Dienstleisters im Zuge eines angemeldeten Gewerbes erfolgen. Der Dienstleister darf neben der Inanspruchnahme von Helpling auch Aufträge ausüben, die nicht im Kontext mit der Plattform Helpling akquiriert werden. Helpling muss hierüber nicht informiert werden. Im Rahmen der Anmeldung bei der Plattform werden fünf Arbeitsstunden pro Woche Minimum als zeitliche Verfügbarkeit vorgegeben sowie vierzig Stunden Maximum.
Rolle der Plattformen im Kontext der Aufgabenbearbeitung bzw. Auftragsabwicklung / Rolle des Plattformarbeiters	Die Plattform nimmt Buchungsangebote durch den Kunden entgegen und leitet diese an passende Reinigungs-dienstleister weiter (zum Beispiel via E-Mail, SMS, Helpling-Portal oder -App). Der „passende“ Dienstleister wird vorab nach bestimmten Kriterien ausgewertet (zum Beispiel Ort, Zeit, Preis). Anschließend informiert der Dienstleister die Plattform darüber, ob der Auftrag angenommen wird (in diesem Falle ist weiteren Dienstleistern eine Annahme nicht mehr möglich). Helpling bestätigt anschließend dem Kunden den Auftrag. Helpling kann die Übermittlung einstellen, wenn angefragte Buchungen länger als einen Monat nicht mehr angenommen wurden. Der Dienstleister kann die weitere Übermittlung solcher Aufträge jedoch jederzeit reaktivieren lassen. Terminänderungen oder Stornierungen werden dem Dienstleister von der Plattform unverzüglich mitgeteilt. Bei Absage des Dienstleisters kümmert sich Helpling um einen Ersatz. Akzeptierte

<sup>75</sup> Die Informationen zur Plattform Helpling entstammen allgemein den Angaben der Website, <https://www.helpling.de>, den „AGB zur Nutzung der Plattform“ (gültig ab 01.02.2019) sowie den „AGB zur Nutzung der Plattform www.helpling.de als selbstständiger Dienstleister“ (Stand: 09. April 2018) (abgerufen am 30.01.2019). Im Weiteren basieren Aussagen und Angaben auf dem teils durchgeführten Registrierungsprozess bei der Plattform mit Hilfe eines fiktiven Profils (Stand Juli 2018).

<sup>76</sup> Die Nutzung der Plattform Helpling ist für den Kunden (dem Besteller einer Dienstleistung) kostenfrei. Helpling versteht sich nicht als Vertragspartner des Kunden für die Leistungen (sondern auch hier als Vermittler). Ein Vertrag über den Reinigungsdienst ergibt sich nur zwischen dem Kunden und Dienstleister.

<sup>77</sup> Erfolgt eine Absage der Dienstleistung oder Nichterscheinen zur Dienstleistung, hat Helpling einen Zahlungsanspruch gegenüber dem Dienstleister aufgrund von „Provisionsverlust“ und Bearbeitungsaufwand.



	Buchungsanfragen können nicht gekündigt werden. Für die Erbringung des Reinigungsdienstes haftet die Plattform nicht.
Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformarbeitern und Plattformkunden	<p>Helping behält sich das Recht vor, Referenzen über die selbstständige Reinigungskraft einzuholen (zum Beispiel von ehemaligen Kunden). Auch „Probereinigungen“ sind möglich. Der Dienstleister muss im Rahmen der Anmeldung bei der Plattform folgende Angaben und Nachweise erbringen: Steuer- nummer, Status der Umsatzsteuerpflicht, Bankverbindung, Ausweisdoku- ment (Kopie) sowie Kontaktangaben und Angaben zur Ausübung der Dienst- leistung (zum Beispiel Preis, Ort der Ausübung).</p> <p>Im Weiteren muss der potenzielle Dienstleister „fachliche“ Fragen beantwor- ten, wie zur Anwendung bestimmter Reinigungsmittel oder dem Umgang mit dem Kunden.</p>

Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

**Tabelle 4: Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Homebell.<sup>78</sup>**

<b>Homebell</b>	
Status der Erwerbstätigkeit (Arbeitsnehmerverhältnis, Selbstständigkeit)	Bei den „Partnern“ von Homebell handelt es sich um Unternehmer. Diese „Partner“ können sowohl einzelne Personen als auch Handwerksbetriebe sein. Zwischen der Plattform und dem „Partner“ wird ein Vertrag geschlossen.
Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs (Bezahlung, Provisionen)	Bei der Vergütung handelt es sich um vereinbarte Festpreise. In diesen sind alle weiteren Leistungen und Aufwendungen enthalten. Die Zusammenarbeit mit Homebell ist für die Handwerker weder mit Kosten noch mit Verbindlichkeit verbunden. Im Anschluss an eine erfolgreiche Auftragsausübung erhält der Handwerker seine Bezahlung, die über die Plattform veranlasst wird. Vorab ist Homebell dokumentarisch nachzuweisen, dass die Abnahme frei von Mängeln erfolgt ist.
Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen	Die Handwerker haben während ihrer Vertragslaufzeit mit Homebell über eine Betriebshaftpflichtversicherung sowie Umwelthaftpflichtversicherung zu verfügen und nach zu weisen.
Rolle der Plattformen im Kontext der Aufgabenbearbeitung bzw. Auftragsabwicklung / Rolle des Plattformarbeiters	Handwerker können frei darüber entscheiden, ob sie Aufträge annehmen möchten oder nicht. Sie erhalten vorab eine Information per E-Mail über neue Auftragsmöglichkeiten. Die weitere Abwicklung und die Kommunikation zum Kunden wird durch Homebell ausgeführt. Zudem sind mit dem Vertragsverhältnis gewisse Verpflichtungen für die Handwerker verknüpft, dazu gehören zum Beispiel Meldepflichten. Beispielsweise ist die Plattform darüber zu unterrichten, wenn Behinderungen in der Umsetzung von Vertragsleistungen bestehen. Es gilt zudem Homebell Stundenzettel von Stundenlohnarbeiten zukommen zu lassen.
Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformarbeitern und Plattformkunden	Es sind bestimmte Dokumente seitens der Handwerker für eine erfolgreiche Registrierung auf der Plattform erforderlich (zum Beispiel Nachweise über das angemeldete Gewerbe sowie über eine Betriebshaftpflichtversicherung). Im Weiteren ist die Präqualifikation (Nachweis über die Fachkunde) des Handwerkers zu belegen, oder aber es müssen im Dreimonatsrhythmus Unbedenklichkeitsnachweise <sup>79</sup> erbracht werden. Handwerker sind verpflichtet, bei der Ausübung seiner Tätigkeit Gesetz und Vorschrift zu berücksichtigen und einzuhalten. Das bezieht sich zum Beispiel auch auf Baugenehmigungen, Auflagen, Verordnungen oder Arbeitsschutzbestimmungen.

Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

<sup>78</sup> Die Informationen zur Plattform Homebell entstammen allgemein den Angaben der Website, <https://de.homebell.com/>, sowie den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Home3sixty GmbH für den Einsatz von Nachunternehmern bei Bau- und sonstigen Werkleistungen (AGB-NU)“ (Stand: 23.01.2017) (abgerufen am 15.02.2019).

<sup>79</sup> Die Unbedenklichkeitsbescheinigungen beziehen sich auf die Krankenkassen, Berufsgenossenschaft und Sozialkasse.

**Tabelle 5: Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Taxi.de.<sup>80</sup>**

<b>Taxi.de</b>	
Status der Erwerbstätigkeit (Arbeitsnehmerverhältnis, Selbstständigkeit)	Auf Taxi.de können sich sowohl einzelne Unternehmer bzw. einzelne Fahrer registrieren sowie Taxiunternehmen.
Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs (Bezahlung, Provisionen)	Mit Ausnahme bestimmter Zusatzleistungen fallen für den Gebrauch des Dienstes Taxi.de keinerlei Kosten an. Für vermittelte Aufträge fallen weder für Taxifahrer Provisionszahlungen noch für Fahrgäste Vermittlungskosten an. Der Personenbeförderer darf dem Fahrgast keinerlei zusätzliche Kosten im Kontext der Vermittlung durch Taxi.de aufgeben.
Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen	Im Kontext des Beförderungsvertrages liegen keine Rechtsansprüche sowie Pflichten vor, die der Plattform Taxi.de gegenüber geltend gemacht werden können.
Rolle der Plattformen im Kontext der Aufgabenbearbeitung bzw. Auftragsabwicklung / Rolle des Plattformarbeiters	Fahrtanfragen werden von Taxi.de an Taxifahrer übermittelt. An welche Taxifahrer ein Auftrag weitergeleitet wird, hängt mit dem aktuellen Standort und der entsprechenden Entfernung zum potenziellen Fahrgast ab. Via Knopfdruck kann sich ein Taxifahrer um einen angefragten Auftrag bewerben, für das eine Verbindlichkeit nach §§145 ff. BGB <sup>81</sup> besteht. Der Fahrgast kann frei entscheiden, ob er das Angebot annimmt oder nicht. Bei Annahme des Angebots kommt es zwischen den beiden Parteien - Fahrgast und Taxifahrer - zu einem Beförderungsvertrag. Taxi.de versteht sich dabei als „Erklärungsbote“ für die beiden Akteure.
Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformarbeitern und Plattformkunden	Der Gebrauch der App zum Anbieten von Personenbeförderungsleistungen ist lediglich mit einem gültigen Personenbeförderungsschein möglich. Eine Annahme von Fahrten ist lediglich für genehmigte Gebiete zulässig. Im Weiteren ist ein Ausschluss vom Gebrauch der App möglich, wenn geltendes Gesetz und Recht missachtet werden.

Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

<sup>80</sup> Die Informationen zur Plattform Taxi.de entstammen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Nutzung von Taxi.de (AGB) (Für Fahrer), <https://www.taxi.de/agb/> (abgerufen am 10.02.2019).

<sup>81</sup> In §145 BGB heißt es „Wer einem anderen die Schließung eines Vertrags anträgt, ist an den Antrag gebunden, es sei denn, dass er die Gebundenheit ausgeschlossen hat.“

**Tabelle 6: Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform Amazon Mechanical Turk (MTurk).<sup>82</sup>**

<b>Amazon Mechanical Turk (MTurk)</b>	
Status der Erwerbstätigkeit (Arbeitsnehmerverhältnis, Selbstständigkeit)	Worker führen die Aufgaben als unabhängige Auftragnehmer aus. Es besteht weder ein offizielles Arbeitsverhältnis zum Requester noch zu MTurk.
Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs (Bezahlung, Provisionen)	Der Requester hat die Bezahlung an den Worker freizugeben. Eine Ablehnung der Auszahlung darf nur unter einer nachvollziehbaren Begründung erfolgen. MTurk hält sich bei der Zahlungsleistung raus. Der Requester hat eine Gebührenzahlung an MTurk zu entrichten.
Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen	Der Requester hat sich eigenständig um Aspekte wie die Einhaltung von Gesetzen, Registrierungspflichten oder Arbeitszeitenregelung oder Abgabenzahlung zu kümmern. Es besteht keinerlei Anspruch auf Urlaubs-, Krankengeld o.ä. durch den Requester oder MTurk.
Rolle der Plattformen im Kontext der Aufgabenbearbeitung bzw. Auftragsabwicklung / Rolle des Plattformarbeiters	Der Worker ist grundsätzlich frei in der Auftragsannahme und flexibel in der Durchführung. Er muss jedoch die vom Requester vorgegebene Zeit dabei einhalten.
Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformarbeitern und Plattformkunden	Für eine Online-Registrierung ist ein Computergerät mit Internetzugang erforderlich. Im Registrierungsprozess sind insbesondere Kontaktangaben zu erbringen. Anschließend erfolgt eine Prüfung des Kontos durch die Plattform.

Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

<sup>82</sup> Die Informationen entstammen der Website von Amazon Mechanical Turk, <https://www.mturk.com/>, sowie der „Participation Agreement“ vom 17.10.2017: <https://www.mturk.com/worker/participation-agreement> (abgerufen am 25.02.2019). Manche der hier ermittelten Aspekte werden nicht wortwörtlich auf der Website genannt, sind aber aus dem Aufbau der Seite oder aus dem Kontext zu erschließen. Im Weiteren basieren Aussagen und Angaben auf dem durchgeführten Registrierungsprozess bei der Plattform mit Hilfe eines fiktiven Profils (Stand Juli 2018).

**Tabelle 7: Ermittelte Informationen der im Arbeitskontext zu berücksichtigenden Kriterien zur Plattform 99designs.<sup>83</sup>**

<b>99designs</b>	
Status der Erwerbstätigkeit (Arbeitnehmerverhältnis, Selbstständigkeit)	Bei 99designs wird deutlich, dass keine der involvierten Akteure gegenüber einer anderen Partei eine Vertreter- oder Partnerrolle einnimmt. Demnach befinden sich die Designer in keinem offiziellen Beschäftigungsverhältnis.
Erwerbsstrukturen, Zusammensetzung des monetären Erwerbs (Bezahlung, Provisionen)	Für den Designer fällt in der Regel eine Kundenvermittlungsgebühr an. Der Kunde muss vorab die Kundenzahlung für den Designwettbewerb erbringen. 99designs zahlt bei erfolgreicher Teilnahme die Vergütung an den Designer aus.
Arbeitsrechtliche Ansprüche, Pflichten und Schutzmaßnahmen	Möglich anfallende Abgaben sind vom Designer und Kunden selbst zu leisten. Die Rechte am Design liegen bis zur erfolgreichen Teilnahme am Wettbewerb beim Designer. Eine Einwilligung der Übertragung der Rechte durch den Designer ist erforderlich. Diese ist zu leisten, wenn der Kunde über seinen Favoriten der eingereichten Designs entschieden hat.
Rolle der Plattformen im Kontext der Aufgabenbearbeitung bzw. Auftragsabwicklung / Rolle des Plattformarbeiters	Die Einstellung eines Designwettbewerbs auf der Plattform erfolgt durch den Kunden. Designer können ihre Entwürfe beim Kunden einreichen. Der Kunde kann das favorisierte Design auswählen und anschließend bei weiteren Design-Wünschen bzw. Änderungen mit dem Designer eine Zusammenarbeit beginnen. Die Nutzungsrechte am Design gehören nach der erfolgreichen Zusammenarbeit dem Kunden.
Gewährleistung von Qualität gegenüber Plattformarbeitern und Plattformkunden	Auf 99designs gibt es drei Kategorien, in die Designer nach ihren Erfahrungen und Fähigkeiten eingeordnet werden können. Die Kategorien lauten „Einstieg“, „Medium“ und „Top Level“. Die Einordnung erfolgt anhand von Kriterien und wie gut diese durch den Designer erfüllt und eingehalten werden (zum Beispiel technische Fähigkeiten oder Kundenkommunikation und Zufriedenheit).

Quelle: Eigene Darstellung (iaw 2020).

<sup>83</sup> Die Informationen entstammen der Website von 99designs, <https://99designs.de/>, sowie den Nutzungsbedingungen vom September 2017: <https://99designs.de/legal/terms-of-use> (abgerufen am 25.02.2019). Manche der hier ermittelten Aspekte werden nicht wortwörtlich auf der Website genannt, sind aber aus dem Aufbau der Seite oder aus dem Kontext zu erschließen.

## Anhang II: Umfrage – Plattformökonomie in Bremen

### Persönliches

#### 1 Was ist ihr Geschlecht? \*

*Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:*

- männlich
- weiblich
- anderes

#### 2 Wie alt sind Sie? \*

*Ihre Antwort muss zwischen 0 und 99 liegen.*

*In diesem Feld darf nur ein ganzzahliger Wert eingetragen werden.*

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

#### 3 Was ist ihr höchster Bildungsabschluss? \*

*Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:*

- Keiner
- Hauptschulabschluss
- Realschulabschluss
- Abitur
- Bachelorabschluss
- Masterabschluss
- Promotion

## Beginn der Tätigkeit für eine Plattform

### 4 Für welche der folgenden Plattformen sind Sie tätig bzw. im Auftrag welcher Plattform arbeiten Sie? \*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Foodora
- Helpling
- Pflegix
- 99designs
- Amazon Mechanical Turk
- Homebell
- Taxi.de
- Eine andere Plattform, nämlich:

### 5 Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Angestellter der Plattform
- Selbständiger

### 6 Haben Sie eigene Angestellte?

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Selbständiger' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

### 7 Wieviele Angestellte haben Sie?

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Ja' bei Frage '6 [Angestellte]' (Haben Sie eigene Angestellte?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1-5
- 6-10
- 11-20
- mehr als 21

**8 Aus welchem Grund sind Sie für die Plattform tätig?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Angestellter der Plattform' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Zeitliche Flexibilität
- Zusätzlicher finanzieller Verdienst
- Unkomplizierte Arbeitsaufnahme
- sonstiges:

**9 Was war für Sie der entscheidende Aspekt, um mit der Plattform zusammenzuarbeiten?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Selbständiger' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

**10 Wie lange üben Sie diese Tätigkeit bereits aus bzw. wie lange sind Sie bereits auf der Plattform registriert?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Angestellter der Plattform' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- weniger als einen Monat
- 1-3 Monate
- 3-6 Monate
- 6-12 Monate
- länger als ein Jahr



**11 Wie lange arbeiten Sie bereits mit der Plattform zusammen?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Selbständiger' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- weniger als einen Monat
- 1-3 Monate
- 3-6 Monate
- 6-12 Monate
- länger als ein Jahr

**12 Wie häufig sind Sie für die Plattform tätig?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Angestellter der Plattform' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- regelmäßig (mindestens ein Mal pro Woche)
- gelegentlich (mindestens ein Mal pro Monat)
- seltener

Kreuzen Sie Bitte an, welche Antwort im Durchschnitt am ehesten zutrifft.

**13 Wie oft werden Ihnen Aufträge im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Plattform ungefähr vermittelt?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Selbständiger' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- regelmäßig (mindestens ein Mal pro Woche)
- gelegentlich (mindestens ein Mal pro Monat)
- seltener

Kreuzen Sie Bitte an, welche Antwort im Durchschnitt am ehesten zutrifft.

**14 Wie anspruchsvoll empfinden Sie ihre Tätigkeit auf einer Skala von 1 (gar nicht anspruchsvoll) bis 5 (sehr anspruchsvoll)?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Angestellter der Plattform' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**15 Auf einer Skala von 1 (kaum) bis 5 (sehr): Empfinden Sie die Zusammenarbeit mit der Plattform als eine Arbeitserleichterung?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Selbständiger' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**Einkommen bzw. Umsatz****16 Wie angemessen empfinden Sie ihr Einkommen aus der Tätigkeit für die Plattform? (1= zu niedrig; 5= mehr als angemessen)**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Angestellter der Plattform' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**17 Wie angemessen empfinden Sie den zusätzlichen Umsatz, der durch die Zusammenarbeit mit der Plattform entsteht? (1= zu niedrig; 5= mehr als angemessen)**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Selbständiger' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**18 Gehen Sie neben der Tätigkeit für die Plattform noch weiteren Erwerbstätigkeiten nach?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Angestellter der Plattform' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

**19 Wenn ja, wieviele?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Ja' bei Frage '18 [Einkommensquellen]' (Gehen Sie neben der Tätigkeit für die Plattform noch weiteren Erwerbstätigkeiten nach?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1
- 2
- 3
- mehr

Die Antwort "1" bedeutet beispielsweise, dass Sie neben der Tätigkeit für die Plattform noch einer weiteren Tätigkeit nachgehen.

**20 Welchen Stellenwert hat das Einkommen aus der Tätigkeit für die Plattform gemessen an Ihrem gesamten monatlichen Einkommen?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Angestellter der Plattform' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Es ist mein einziges Einkommen
- Es macht einen Großteil meines Einkommens aus
- Es macht einen kleinen Teil meines Einkommens aus
- Das Einkommen aus der Tätigkeit ist für mich nicht so wichtig

**Unternehmenskultur**

**21 Bitte beantworten Sie Teilfragen zur Bewertung Ihrer Arbeitssituation. (Gewichtung bei Teilfragen 1 und 2: 1= sehr unzufrieden; 5= sehr zufrieden. Gewichtung bei Teilfrage 3: 1= Er stört mich sehr; 5= Ich empfinde ihn als unproblematisch)**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Angestellter der Plattform' bei Frage '5 [Selbststaendigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

**Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Arbeitssituation?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**Wie zufrieden sind Sie mit dem Verhalten der Plattform gegenüber Ihnen als Beschäftigter?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**Wie empfinden Sie den Umgang mit persönlichen Daten seitens der Plattform (z.B. Bewertungs- oder Bewegungsprofile)?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**22 Bitte beantworten Sie Teilfragen zur Bewertung Ihrer Zusammenarbeit mit der Plattform. (Gewichtung bei Teilfragen 1 und 2: 1= sehr unzufrieden; 5= sehr zufrieden. Gewichtung bei Teilfrage 3: 1= Er stört mich sehr; 5= Ich empfinde ihn als unproblematisch)**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Selbständiger' bei Frage '5 [Selbstständigkeit]' (Sind sie angestellt Beschäftigter der Plattform oder Selbständiger?)*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

**Wie zufrieden sind Sie mit der Zusammenarbeit?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**Wie zufrieden sind Sie mit dem Verhalten der Plattform gegenüber Ihnen als Kooperationspartner?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**Wie empfinden Sie den Umgang mit persönlichen Daten seitens der Plattform (z.B. Bewertungs- oder Bewegungsprofile)?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**23 Fühlen Sie sich durch die Plattform überwacht bzw. kontrolliert?**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

**24 Wenn ja, wie sehr? (1= wenig; 5= sehr stark)**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Ja' bei Frage '23 [Kontrolle]' (Fühlen Sie sich durch die Plattform überwacht bzw. kontrolliert?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**25 Fühlen Sie sich abhängig von der Plattform?**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

**26 Wenn ja, wie stark? (1= wenig; 5= sehr stark)**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Ja' bei Frage '25 [Abhaengigkeit]' (Fühlen Sie sich abhängig von der Plattform?)*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**27 Was gefällt Ihnen an der Tätigkeit für die Plattform besonders?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Sonstiges' oder 'Pfligix' oder 'Helpling' oder 'Foodora' oder '99designs' oder 'Amazon Mechanical Turk' bei Frage '4 [Plattform]' (Für welche der folgenden Plattformen sind Sie tätig bzw. im Auftrag welcher Plattform arbeiten Sie?)*

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

**28 Was gefällt Ihnen besonders an der Zusammenarbeit mit der Plattform?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Homebell' oder 'Taxi.de' bei Frage '4 [Plattform]' (Für welche der folgenden Plattformen sind Sie tätig bzw. im Auftrag welcher Plattform arbeiten Sie?)*

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

**29 Was gefällt Ihnen gar nicht an der Tätigkeit für die Plattform? Was würden Sie gerne verändern?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Sonstiges' oder 'Foodora' oder 'Helpling' oder 'Pflégix' oder '99designs' oder 'Amazon Mechanical Turk' bei Frage '4 [Plattform]' (Für welche der folgenden Plattformen sind Sie tätig bzw. im Auftrag welcher Plattform arbeiten Sie?)*

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

**30 Was gefällt Ihnen gar nicht an der Zusammenarbeit mit der Plattform? Was würden Sie gerne verändern?**

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Homebell' oder 'Taxi.de' bei Frage '4 [Plattform]' (Für welche der folgenden Plattformen sind Sie tätig bzw. im Auftrag welcher Plattform arbeiten Sie?)*

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

## Bereitschaft für ein persönliches Gespräch

*Als Ergänzung zu unseren Umfrageergebnissen würden wir uns über ein persönliches Gespräch mit Erwerbstätigen, Selbständigen und Inhabern von kleinen Unternehmen freuen, die für Plattformen tätig sind oder mit ihnen zusammenarbeiten.*

*Das Interview wird anonymisiert stattfinden und alle Daten sind streng vertraulich. Es dauert maximal eine Stunde.*

### 31 Würden Sie sich für ein persönliches Gespräch bereit erklären?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

**Vielen Dank für Ihr Interesse! Bitte geben Sie in einem der unten stehenden Felder eine Kontaktmöglichkeit Ihrer Wahl an. Wir melden uns anschließend bei Ihnen. Die Daten werden ausschließlich zur Kontaktaufnahme mit Ihnen verwendet**

Alternativ können Sie uns auch unter [antje.bollen@uni-bremen.de](mailto:antje.bollen@uni-bremen.de) oder [manuel.cordsen@uni-bremen.de](mailto:manuel.cordsen@uni-bremen.de) kontaktieren.

*Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:*

*Antwort war 'Ja' bei Frage '31 [Bereitschaft]' (Würden Sie sich für ein persönliches Gespräch bereit erklären?)*

*Kommentieren wenn eine Antwort gewählt wird*

Bitte wählen Sie die zutreffenden Punkte aus und schreiben Sie einen Kommentar dazu:

eMail:

Telefon:

SMS:

Whatsapp:

Telegram:

Vielen Dank für die Teilnahme an dieser Umfrage.



## **Schriftenreihe Institut Arbeit und Wirtschaft**

Nr. 1

Holtrup, André/Warsewa, Günter (2008): Neue Governance-Formen in Wirtschaft, Arbeit und Stadt/Region.

Nr. 2

Holtrup, André/Warsewa, Günter (2008): Der Wandel maritimer Strukturen.

Nr. 3

Ludwig, Thorsten/Tholen, Jochen/Kühn, Manuel (2009): Beschäftigung, Auftragslage und Perspektiven im deutschen Schiffbau.

Nr. 4

Baumheier, Ulrike/Schwarzer, Thomas (2009): Neue Ansätze der Vernetzung durch Quartierszentren in Bremen.

Nr. 5

Warsewa, Günter (2010): Evaluation und Optimierung institutioneller Praktiken der Beratung und Förderung von Existenzgründerinnen.

Nr. 6

Kühn, Manuel/Ludwig, Thorsten/Tholen, Jochen (2010): Beschäftigung, Auftragslage und Perspektiven im deutschen Schiffbau.

Nr. 7

Baumheier, Ulrike/Fortmann, Claudia/Warsewa, Günter (2010): Schulen in lokalen Bildungs- und Integrationsnetzwerken.

Nr. 8

Sommer, Jörg/Wehlau, Diana (2010): Governance der Politikberatung in der deutschen Rentenpolitik.

Nr. 9

Fortmann, Claudia/von Rittern, Roy/Warsewa, Günter (2011): Zum Umgang mit Diversität und Heterogenität in Bildungslandschaften.

Nr. 10

Klöpper, Arne/Holtrup, André (2011): Ambivalenzen betrieblicher Krisenbewältigung.

Nr. 11

Kühn, Manuel/Ludwig, Thorsten/Tholen, Jochen (2011): Beschäftigung, Auftragslage und Perspektiven im deutschen Schiffbau.

Nr. 12

Rosenthal, Peer/Sommer Jörg/Matysik, Alexander (2012): Wandel von Reziprozität in der deutschen Arbeitsmarktpolitik

Nr. 13

Schröter, Anne (2012): Zur Bedürftigkeit von Aufstocker-Familien

Nr. 14

Kühn, Manuel/Ludwig, Thorsten/Tholen, Jochen/Wolnik Kevin (2012): Beschäftigung, Auftragslage und Perspektiven im deutschen Schiffbau.

Nr. 15

Almstadt, Esther/Gebauer, Günter/Medjedovic, Irena (2012): Arbeitsplatz Kita – Berufliche und gesundheitliche Belastungen von Beschäftigten in Kindertageseinrichtungen im Land Bremen

Nr. 16

Ludwig, Thorsten/Wolnik, Kevin (2013): Beschäftigung, Auftragslage und Perspektiven im deutschen Schiffbau.

Nr.17

Barlen, Vivien (2014): Herausforderung Leiharbeit und Werkverträge. Strategien der Mitbestimmung auf gewerkschaftlicher und betrieblicher Ebene im Organisationsbereich der IG Metall.

Nr. 18

Böhme, René/Warsewa, Günter (2014): „Urban Improvement Districts“ als Instrumente lokaler Governance.

Nr. 19

Ludwig, Thorsten/Wolnik, Kevin (2014): Beschäftigung, Auftragslage und Perspektiven im deutschen Schiffbau.

Nr. 20

Dombois, R. (2015): Wohlfahrtsmix, Wohlfahrtsregime und Arbeit in Lateinamerika.

Nr. 21

Dingeldey, Irene/Kathmann, Till (2017): Einführung und Wirkmächtigkeit des gesetzlichen Mindestlohns. Institutionelle Reformen und gewerkschaftliche Strategien in einem segmentierten Tarifsysteem.

Nr. 22

Peter, Tobias (2017): Die fiskalischen Kosten der Minijobs.

Nr. 23

Nischwitz, Guido/Böhme, Rene/Fortmann, Fabian (2017): Kommunale Wirtschaftsförderung in Bremen. – Handlungsrahmen, Programme und Wirkungen-

Nr. 24

Bleses, Peter/Busse, Britta/Friemer, Andreas/Breuer, Jens/Philippi, Luka/Schnäpp, Matthias/Bidmon-Berezinski, Julia (2018): Das Verbundprojekt KOLEGE: Interagieren, koordinieren und lernen. Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung in der ambulanten Pflege.

Nr. 25

Mossig, Ivo/Warsewa, Günter/Wolnik, Kevin/Fortmann, Fabian/Bas, Jessica (2018): Studentisches Wohnen in Bremen und Bremerhaven.

Nr. 26

Kludig, Rebecca (2019): Die Gesundheit von Pflegekräften in der ambulanten Pflege: Einfluss von arbeitsvor- und -nachbereitenden Kommunikationsstrukturen.

Nr. 27

Bollen, Antje/Cordsen, Manuel/Heinemann, André W./Nischwitz, Guido (2020): Plattformökonomie in Bremen: Hintergründe und ökonomische Perspektiven „moderner“ Erwerbstätigkeit.