

Job-Trend Clickworker. Immer häufiger verlagern Unternehmen Aufgaben ins Internet, wo sie von freien Mitarbeitern per Mausklick abgearbeitet werden.



Zehn Fragen über Clickworker an Wolfgang Kitz, Geschäftsführer des Dienstleisters clickworker.com.

Herr Kitz, was ist ein Clickworker?

Wolfgang Kitz: "Ein bei uns registrierter Internetnutzer, der gegen Bezahlung online einen Job erledigt."

Was unterscheidet einen Clickworker denn von einem Heimarbeiter?

Wolfgang Kitz: "Vor allem Freiwilligkeit und Flexibilität. Ein Clickworker geht bei seiner Arbeit keinerlei Verpflichtungen ein. Er kann völlig frei wählen, wann er welchen Job annimmt. Und wenn er merkt, dass er die Aufgabe nicht innerhalb der vorgegebenen Zeit erledigen kann oder will, gibt er sie ohne negative Konsequenzen zurück. Es gibt keinen Vertrag, der dem Clickworker vorschreibt, in der und der Zeit das und das Pensum zu absolvieren. Umgekehrt hat auch der Auftraggeber größere Freiheit. Er bezahlt das Produkt, das er bekommt und nicht die Arbeitszeit. Dafür, dass es beidseitig fair zugeht, sorgt der Service-Vermittler - in unserem Falle also clickworker.com."

Das klingt nach einer neuen Form der Leiharbeit. Fördern Sie mit Ihrem Geschäftsmodell nicht den Niedriglohnsektor?

Wolfgang Kitz: "Keineswegs. Zum einen stellen wir ja Clickworker nicht ein, sondern kooperieren mit ihnen. Das sind alles Menschen, die es schätzen, bei größtmöglicher zeitlicher und räumlicher Unabhängigkeit etwas Geld zu verdienen. Das Spektrum der Clickworker reicht von Müttern über Rentner und Studenten bis hin zu Menschen mit einem gut bezahlten Job, die Spaß daran haben, nach Feierabend noch etwas Produktives zu machen. Zum anderen kann ein Clickworker bei uns gut verdienen. Bei einigen Projekten sind für geübte und schnelle Bearbeiter 10 Euro und mehr pro Stunde drin. Erzählen Sie das mal jemandem, der in einer nicht durch Mindestlohn geschützten Branche arbeitet. Letztlich sprechen wir außerdem von Nebenjobs und nicht von hauptberuflichen Tätigkeiten."

Aber drängen Sie mit Ihrem Service nicht Spezialisten aus dem Markt? Wer bisher für einen journalistischen Text 30 Euro bezahlen musste, bekommt den bei Ihnen nun vielleicht für 3 oder 4 Euro.

Wolfgang Kitzka: "Unsere Clickworker stehen nicht in Konkurrenz zu hochqualifizierten Fachkräften. Eine der Stärken unseres Angebots liegt darin, dass Unternehmen bei uns Jobs in Auftrag geben können, die nicht von Computern oder Programmen erledigt werden können und für Spezialisten zu aufwendig wären. Wenn zum Beispiel ein Reiseveranstalter 3000 Städtebeschreibungen für seinen Webkatalog bestellt, würde er die alternativ vielleicht von Studenten schreiben lassen, aber wohl kaum von ausgebildeten Journalisten. Eine solche Menge an Studenten, die dieses Volumen in kürzester Zeit abarbeiten können, müsste er aber erst mal auftreiben und auch noch Arbeitsplätze für sie haben."

Sie sprechen im Zusammenhang mit Clickworkern auch von Paid Crowdsourcing. Was kann man sich darunter vorstellen?

Wolfgang Kitzka: "Crowdsourcing ist ja ein Kofferwort aus den englischen Wörtern Crowd, also Menge, und Outsourcing. Die Auslagerung von bestimmten Aufgaben an die große Internet-Gemeinde ist heute ein populäres Konzept in vielen Bereichen. Meist geht es dabei aber um unbezahlte Aktivitäten. Zum Beispiel, wenn ein T-Shirt-Designer die neuen Motive von seinen Kunden aussuchen lässt. Da gewinnen dann die besten zehn Einsendungen vielleicht einen Preis und alle anderen Teilnehmer gehen leer aus. Beim Paid Crowdsourcing bekommt man dagegen auf jeden Fall Geld, wenn man etwas abgeliefert hat."

Außer die Qualität stimmt nicht. Wie sichert man sich als Clickworker dagegen ab, dass man einen Job erledigt, den der Auftraggeber als unzureichend zurückweist? Und wie bekommt ein Unternehmen die Garantie, dass es für sein Geld auch die gewünschten Resultate erhält?

Wolfgang Kitzka: "Genau da treten wir als Vermittler in den Geschäftsprozess ein. Unsere Clickworker müssen sich für bestimmte Jobs durch Trainings qualifizieren. Wer also einen englischen Text schreiben will, liefert vorher eine Arbeitsprobe ab, die dann bewertet wird. Auch der erste Korrekturlauf wird von Clickworkern erledigt, die sich für diese Aufgabe qualifiziert haben. Kleinere Mängel werden vom Korrektor beseitigt, bei größeren bekommt der ursprüngliche Verfasser die Gelegenheit, nachzubessern. Diese Qualitätskontrolle wird im Haus regelmäßig überprüft und statistisch abgesichert."

Für welche Arbeitsbereiche eignet sich das Clickworker-Prinzip besonders?

Wolfgang Kitza: "Das ist eine Riesenpalette, deren Grenzen noch gar nicht komplett ausgelotet sind. Da ist natürlich erst mal der gesamte Bereich Wort, von der Erstellung einfacher Texte über Suchmaschinenoptimierung bis zur Übersetzung und Verschlagwortung. Dann gehören Bilderfassungen und Kategorisierungen dazu. Ist das Objekt auf dem Foto ein Haus oder ein Baum, ist die Person ein Mann oder eine Frau? Solche Aufgaben erledigen Menschen immer noch besser als Programme. Zum dritten hätten wir den Bereich Produktbewertungen und Meinungsumfragen. 20000 Clickworker haben eine Menge Ansichten, Erfahrungen und individuelles Wissen. Vor allem ist aber im Bereich Content noch eine Menge von Einsatzmöglichkeiten denkbar."

20000 Clickworker klingt etwas bescheiden, wenn man bedenkt, dass soziale Netzwerke auf viele Millionen Mitglieder kommen...

Wolfgang Kitza: "Das kann man so nicht vergleichen. Erstens gibt es bei uns keine Multi-Accounts, zweitens sind wir erst seit kurzem auf dem Markt, drittens haben unsere Clickworker eine professionelle Bindung. Sie sind registriert, um Geld zu verdienen und nicht, um andere Leute kennenzulernen oder ein Online-Tagebuch zu führen. Aber natürlich haben wir noch eine Menge Potenzial, die Basis zu vergrößern."

Sie engagieren sich auch sozial.

Wolfgang Kitza: "Wir haben eine Partnerschaft mit der Amadeu Antonio Stiftung, die das Projekt "Netz gegen Nazis" betreibt. Wenn ein Clickworker eine Seite mit rechtsextremen Inhalten findet, kann er sie bei uns melden und bekommt dafür den symbolischen Betrag von einem Cent. Die Infos reichen wir dann weiter. Die Aktion war auf Anhieb ein Erfolg und wir können uns für die Zukunft ähnliche Projekte vorstellen."

Sie haben schon einige bedeutende Innovations-Preise gewonnen, zuletzt den zanox Application Store Contest. Ist das Clickworker-Modell ein Trend, an dem man im Web 2.0 nicht vorbeikommt?

Wolfgang Kitza: "Fast alle Unternehmen, die bislang mit uns kooperiert haben, waren begeistert von den Möglichkeiten, die die Clickworker ihnen bieten. Einer unserer Kunden hat gesagt, für gewisse Jobs gebe es keine anderen Optionen. Das ist ein Kompliment, das wir mit großer Freude an die Clickworker weiterreichen. Seit Jahrzehnten wird der arbeitende Mensch durch Maschinen und Programme verdrängt. Wir können sagen: Die Arbeitsteilung zwischen Menschen und Computern erlaubt ganz neue Anwendungen."

Dortmund, April 2010