CROWDSOURCING

Maulwurfjagd für die Nationalbibliothek

Ob alte Texte oder neue Wurstsorten – die Masse soll's richten: Crowdsourcing breitet sich aus. Die Bloggerin Claudia Pelzer will die Szene nun vernetzen

Starke Resonanz: Claudia Pelzer schreibt auf „Crowdsourcingblog.de" und hat den Crowdsourcing-Verband gegründet

Manchmal geht es um die Wurst, wenn die Weisheit der Vielen gefragt ist. Ein halbes Jahr lang hat die **Rügenwalder Mühle** Wurstexperten und Wursttester via **Facebook** gesucht, um diese an der Entwicklung des neuen **Schinkenspickers** Tomate-Rucola zu beteiligen. Das Ergebnis im Supermarktregal ziert neben der einschlägigen saftigen Produktabbildung nun auch das Etikett „Gemeinsam mit unseren Fans entwickelt" samt Facebook-Logo. „Im direkten Austausch mit den Verbrauchern eine neue Wurstsorte zu entwickeln, hat uns viele neue Erkenntnisse gebracht – und außerdem eine Menge Spaß gemacht", sagt Rügenwalder-Marketing-Geschäftsleiter **Godo Röben**. Im zugehörigen Online-Viralclip wird reichlich Selbstironie demonstriert: „In Wahrheit sind wir froh, dass uns endlich jemand die Arbeit abnimmt!"

Wurst-Community statt **Pilawa**-Werbespot? Da scheint der Crowdsourcing-Trend im Konsum-Mainstream angekommen. „Die demokratische Wurst...", schreibt **Claudia Pelzer**, 30, in ihrem „**Crowdsourcingblog.de**" und will vom Chef der zuständigen Agentur wissen, wie viel Offenheit vom Kunden kam. Sie zitiert **elbkind**-Geschäftsführer **Tobias Spörer** mit dem Bekenntnis, dass „der Aufwand hinter einer echten CS-Kampagne sehr viel höher" sei als von Außenstehenden angenommen. Beim Crowdsourcing gehe es nicht darum, „gratis Ideen bei den Usern abzugreifen".

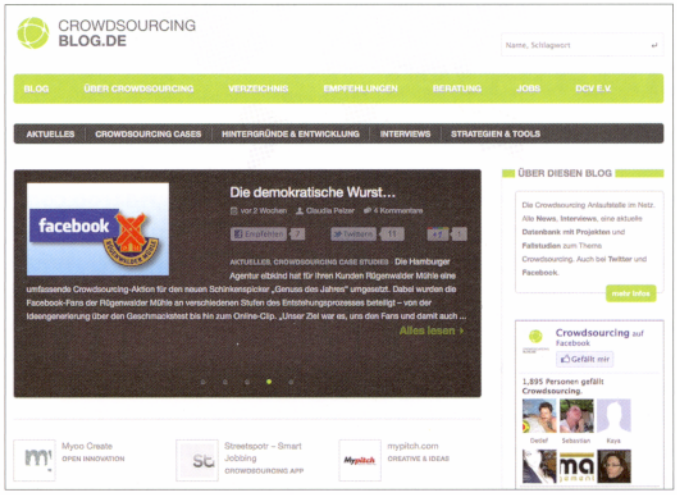
Diese Mischung ist Pelzer wichtig. Sie fragt kritisch nach, redet nicht jeden Hype schön, will aber grundsätzlich eine Lanze für das Prinzip Crowdsourcing brechen. In Deutschland ist die studierte Medienökonomin die Erste, die mit ihrem Blog die junge Szene zu vernetzen versucht. Sie schreibt für ein interessiertes Fachpublikum – aber so verständlich, dass auch Neulinge mitkommen – über das hierzulande noch zarte Pflänzchen, das auf die Wortschöpfung von „**Wired**"-Autor **Jeff Howe** zurückgeht. Der Begriff aus „Crowd" und „Outsourcing" steht für die Auslagerung einer normalerweise von Erwerbstätigen erbrachten Leistung mittels eines offenen Aufrufs an eine Masse von Interessierten. Pelzers US-Vorbild „**crowdsourcing.org**" hat sich als zentrale Branchenplattform etabliert, die Kölnerin kooperiert mit den Kollegen aus Kalifornien.

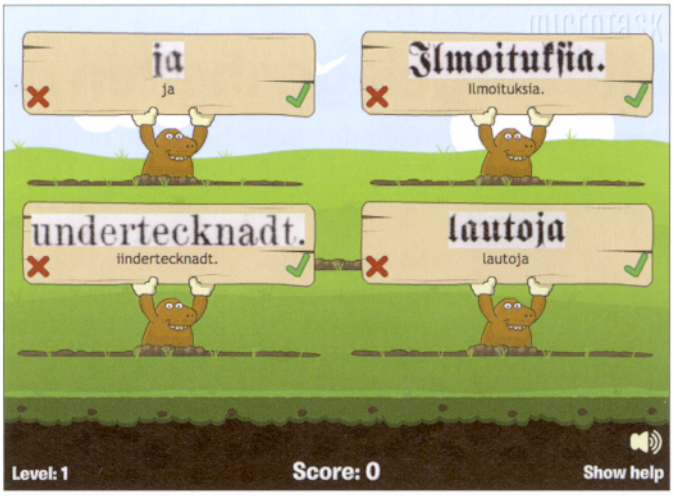
Eigentlich hatte sie nur nach einem Dissertationsthema gesucht und war dabei auf Crowdsourcing gestoßen. „Es ist die logische Verlängerung des Web 2.0", so Pelzer, „weil es nicht mehr nur um Kommunikation, sondern auch um neue Arbeitsstrukturen geht. Faszinierend ist, dass Arbeitsprozesse heute so geteilt werden können, dass Menschen quer über den Erdball in Echtzeit kollaborieren." Die Resonanz auf ihre ersten Anfragen war so stark, der Bedarf offenbar so groß, dass Pelzer mit dem Projekt im Mai den Sprung in die Selbstständigkeit wagte. Vorher war sie beim **WDR**, der Medienberatung **HMR International** und beim Fernsehfestival **Cologne Conference** angestellt gewesen.

„Arbeitsprozesse können heute so geteilt werden, dass Menschen quer über den Erdball in Echtzeit kollaborieren."

Claudia Pelzer, „Crowdsourcingblog.de"

In diesen Tagen lässt Claudia Pelzer sich in San Francisco auf der **CrowdConf** inspirieren, einer Art Weltgipfel der Szene, der ihr „Crowdsourcingblog.de" bereits als offiziellen Medienpartner neben angloamerikanischen Publikation wie „**New Scientist**" führt. Zwei bis drei Jahre sei die Bewegung in den USA der hiesigen Entwicklung voraus, schätzt Pelzer. Dort gehören Anbieter wie **99designs** für ausgelagerte Grafikdesign-Lösungen oder **Amazon Mechanical Turk** für so genannte „Human Intelligence Tasks" –





„Logische Verlängerung des Web 2.0": In Claudia Pelzers Blog (l.) kann es auch um Wurst oder um finnische Maulwürfe (r.) gehen

Textpassagen übersetzen, Produkte kategorisieren, Suchmaschinenergebnisse bewerten – schon länger zum anerkannten Branchenstandard. Kritiker sind dabei hin- und hergerissen zwischen der Hoffnung auf die effiziente Organisation menschlicher Kreativität und Intelligenz einerseits und der Furcht vor Ausbeutung und Dumpinglöhnen andererseits. „Bei anspruchsvolleren Aufgaben wie Text oder Design wird sich am Ende immer Qualität durchsetzen, und die hat ihren Preis", glaubt Pelzer.

Groupon-Texte von der Crowd

In Deutschland hat nicht-kommerzielles Crowdsourcing dieses Jahr seinen vorläufigen Höhepunkt mit der kollaborativen Enttarnung von Plagiaten in Doktorarbeiten („**GuttenPlag Wiki**") erlebt. Zu den kommerziellen Crowdsourcing-Pionieren zählt das Essener Unternehmen **humangrid**. Dessen Plattform „**clickworker.com**" macht eine schnelle, flexible Umsetzung von Projekten durch 140.000 registrierte Nutzer möglich. Diese arbeiten über ihren Webbrowser in sich abgeschlossene Aufgaben ab, die jeweils Teil eines komplexen Projekts sind. Meist geht es um die Verarbeitung unstrukturierter Daten wie Texte, Bilder oder Videos in großen Mengen, vor allem um Erfassung, Kategorisierung, Ergänzung oder Übersetzung.

Für Koordination und Zusammenführung der Mikrojobs sorgt die Workflow-Technologie von humangrid. Ausgesucht werden die Clickworker nach individuellen Fähigkeiten, die durch Trainings und Tests nachgewiesen werden müssen. **Groupon** etwa nutzt die Plattform, um suchmaschinenoptimierte Gutschein-Texte in verschiedenen Sprachen erstellen zu lassen. „**Wer liefert was?**" ließ von der Crowd Firmenprofile schreiben, **IDG Business Media** Glossartexte zu Finanzthemen. Für **PayPal** recherchierten die Clickworker Hinweise zur Zahlungsmethode in tausenden **eBay**-Einträgen, für **Honda** markierten sie Straßen und Verkehrshindernisse auf 10.000 Fotos, fürs **Fraunhofer**-Institut extrahierten sie Metadaten aus Bildern von Zeitungsseiten. In solchen Fällen zahlen die Kunden durchschnittlich drei Cent pro Wort fürs Verfassen von Texten, fünf bis zehn Cent pro kategorisiertem Bild oder 25 Cent pro recherchiertem Adressdatensatz. Viel ist das zwar nicht, je nach Arbeitseifer können sich jedoch erkleckliche Beträge summieren.

Nicht immer muss Geld als Motivation für die Crowd dienen. So spannt die finnische Nationalbibliothek ein Pilotprojekt mit der Crowdsourcing-Plattform **Microtask** zur Digitalisierung ihrer Archivbestände ein. Zwei Online-Games sollen die Exaktheit der eingescannten historischen Zeitungstexte verbessern: In einem kann der Nutzer kleine Maulwürfe retten, indem er die altfinnischen Wörter richtig abtippt; im anderen muss er Maulwürfe jagen, indem er falsch erkannte Wörter identifiziert.

Das zweite Spiel dient als Kontrolle des ersten, beide zusammen sollen über den Spaßfaktor für eine längere Verweildauer – sprich Arbeitszeit – der Crowd sorgen. Das funktioniert bestens: Rund 85.000 Freiwillige haben in den vergangenen Monaten insgesamt 4.200 Stunden ihrer Zeit in die Schriftbilderkennung investiert. Auch für den deutschen Markt sieht Claudia Pelzer erhebliches Potenzial in der Methode der Gamification: „Die Palette der digitalen Rewards ist theoretisch unendlich. Spiele lenken von den mitunter als langweilig empfundenen Aufgaben ab, indem sie eine surreale Umgebung, manchmal sogar eine komplette Story um sie herum bauen."

„In Deutschland hat man immer noch mehr Respekt vor einem Verband als vor einem Blog."

Claudia Pelzer, „Crowdsourcingblog.de"

Zusätzlich zu ihrem Blog hat Pelzer im September den **Deutschen Crowdsourcing Verband** (DCV) gegründet. Nun fungiert sie als Vorstandsvorsitzende eines eingetragenen Vereins. „In Deutschland hat man immer noch mehr Respekt vor einem Verband als vor einem Blog", ist ihre Beobachtung. Der DCV soll Interessenvertretung und Aufklärungsorgan für Crowdsourcing-Belange sowie verwandte Felder werden, etwa Open Innovation oder Future of Work. Einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch will Pelzer organisieren, Informations- und Schulungsveranstaltungen durchführen. Für den 27. April 2012 ist der erste deutsche „**Crowdsourcing Summit**" in Köln geplant. *Torsten Zarges*