

CODE OF CONDUCT



# **Grundsätze für bezahltes Crowdsourcing / Crowdworking**

---

Leitfaden für eine gewinnbringende und faire  
Zusammenarbeit zwischen Crowdsourcing-  
Unternehmen und Crowdworkern

# Präambel

Die Digitalisierung hat gewaltige Auswirkungen auf unsere Gesellschaft als Ganzes und die Arbeitswelt im Besonderen. Es entstehen neue Beschäftigungsmodelle und Formen des Zusammenarbeitens, die sowohl den einzelnen Beschäftigten wie auch Arbeitgeber und soziale Institutionen beeinflussen und verändern. Crowdsourcing – also das Auslagern von Projekten und Aufträgen an die weltweite Internetgemeinde – ist ein Resultat dieser Entwicklung. In den letzten Jahren hat diese neue Arbeitsform mehr und mehr an Popularität gewonnen und konnte sich mittlerweile als fester Bestandteil der Arbeitswelt und der Gesellschaft etablieren.

## Definition Crowdfunding

Im Gegensatz zu unbezahlt Crowdfunding, bei dem Aufgaben von einer Gruppe Freiwilliger unentgeltlich übernommen werden, soll der vorliegende Code of Conduct ein Regelwerk für bezahltes Crowdfunding bzw. Crowdfunding darstellen.

Unter dem Begriff Crowdfunding werden verschiedenste Tätigkeiten subsummiert – von Datenverarbeitung und Texterstellung über Softwaretesting bis hin zu Mobile Crowdfunding am POS. Allen ist gemeinsam, dass die Tätigkeit über eine Onlineplattform oder mobile Applikationen abgewickelt wird, die überwiegend als Intermediär fungiert. Laut Durward, Leimeister und Blohm handelt es sich bei Crowdfunding um eine Form der digitalen Erwerbstätigkeit, in der eine nicht definierte Menge an Personen mittels eines offenen Aufrufs digitale Güter produziert (PDF). Crowdfunding unterliegt in der Regel den gleichen gesetzlichen Regelungen wie Freiberuflichkeit oder selbstständiges Unternehmertum und stellt dann kein dauerhaftes, sozialversicherungspflichtiges Arbeitsverhältnis dar. Während Crowdfunding in vielen Ländern vor allem als Nebenjob oder in Teilzeit ausgeführt wird, können einige Crowdfunder diese Beschäftigungsart bereits als Haupteinnahmequelle nutzen. Neben den finanziellen Anreizen spielen auch weitere Motivationsfaktoren wie Spaß & Lerneffekte, Zeitvertreib oder altruistische Gründe eine wichtige Rolle, dieser Tätigkeit nachzugehen. Crowdfunding zeichnet sich dabei durch ein hohes Maß an Flexibilität aus und ist generell freiwillig. Die Crowdfunder können jederzeit selbst entscheiden, ob sie einen Auftrag annehmen möchten. In der Regel sind sie bei der Zeiteinteilung weitestgehend frei. Auf der anderen Seite gibt es von den Plattformbetreibern keine Auftragsgarantie, da das Angebot durch den Markt bestimmt wird.

## Ziel und Zweck

Der vorliegende Code of Conduct ist ein selbstaufgelegtes Regelwerk führender Crowdfunding-Anbieter, das auf die Initiative des Crowdfunding-Dienstleisters Testbirds hin entstanden ist und kontinuierlich weiterentwickelt werden soll.

Ziel ist es, ergänzend zur Gesetzgebung allgemein gültige Leitlinien für das eigene Handeln im Rahmen von bezahlter Crowdarbeit zu etablieren und so eine Basis für ein vertrauensvolles und faires Miteinander zwischen Plattformbetreibern und Crowdfundern zu schaffen. Hinsichtlich der konkreten Ausgestaltung der Zusammenarbeit existieren noch einige Unklarheiten – insbesondere in rechtlicher Hinsicht sowie im Hinblick auf die unternehmerische Verantwortung der Plattformen gegenüber den Crowdfundern. Der Code of Conduct soll als Orientierung dienen und dazu beitragen, Crowdfunding als moderne Form des Arbeitens zu einer Win-Win-Situation für alle Beteiligten zu machen und so das volle Potential dieser neuen Beschäftigungsform zu entfalten.

# Anwendungsbereich

Die Unterzeichner verpflichten sich dazu, die niedergeschriebenen Grundsätze zu achten und diese innerhalb ihres Unternehmens und im Umgang mit Dritten zu fördern. Sollten sich Sachverhalte oder äußere Umstände verändern – beispielsweise hinsichtlich der Gesetzgebung – so werden die Mitglieder des Code of Conduct darüber beraten, ob und wie die Regeln angepasst werden müssen. Die Unterzeichner verstehen sich dabei als Sprachrohr sich selbst verpflichtender Plattformen im Austausch mit Politik, Wissenschaft und anderen gesellschaftlichen Gruppen, wie Gewerkschaften oder Verbänden. Da der Verhaltenskodex eine freiwillige, selbstauferlegte Verpflichtung darstellt, kann dieser außerhalb des Kreises der Unterzeichner keine Gültigkeit für sich beanspruchen. Allerdings sind ausdrücklich alle interessierten Unternehmen eingeladen beizutreten.

## Unterzeichner

Derzeit haben folgende Unternehmen und Personen den Code of Conduct unterzeichnet:

**Philipp Benkler, Georg Hansbauer**, Geschäftsführer Testbirds GmbH



**Christian Rozsenich**, Geschäftsführer clickworker GmbH



**Dr. Arne-Christian Sigge**, Vorstand content.de AG



**Hans Speidel**, Geschäftsführer Crowd Guru GmbH



**Dorothea Utzt**, Geschäftsführerin Streetspotr GmbH



**Dr. Tobias Klug**, Geschäftsführer wer denkt was GmbH



**Dominic Blank**, Geschäftsführer 24Insights GmbH



**Luke Edwards**, Community Manager BugFinders Limited



Darüber hinaus wird die Initiative durch den Deutschen Crowdsourcing Verband e.V. unterstützt.



München, Januar 2017

# GRUNDSÄTZE

## 1. Gesetzeskonforme Aufgaben

Alle Unterzeichner verpflichten sich dazu, keine Projekte illegalen, diffamierenden, betrügerischen, volksverhetzenden, gewaltverherrlichenden oder verfassungsfeindlichen Inhalts an die Crowdworker heranzutragen. Darüber hinaus werden etwaige FSK-Kennzeichnungen für den Konsum digitaler Inhalte bei der Auftragsvergabe berücksichtigt und entsprechend ausgewiesen. Die Plattformen sind in der Pflicht, Aufträge und Aufgaben hinsichtlich ihrer Gesetzeskonformität regelmäßig zu überprüfen.

## 2. Aufklärung über Gesetzeslage

Die Mitglieder des Code of Conduct weisen die Crowdworker auf die rechtlichen und insbesondere steuerlichen Regelungen und Vorgaben hin, die der Tätigkeit zugrunde liegen. Sofern die Unternehmen nicht dazu befugt sind, Rechtsberatung zu leisten, informieren sie die Crowdworker darüber, dass sie sich entsprechend ihrer persönlichen Situation und der geltenden Gesetzeslage um rechtliche und steuerliche Angelegenheiten selbstständig kümmern müssen.

## 3. Faire Bezahlung

Die Mitglieder des Code of Conduct zahlen den Crowdworkern ein dem Wert der Arbeit faires und angemessenes Honorar beziehungsweise beraten den jeweiligen Auftraggeber entsprechend. Das Honorar ist in der Regel projektbasiert. Die Kalkulation erfolgt von Seiten der Plattformbetreiber nach bestem Wissen und Gewissen und bezieht Faktoren wie Komplexität der Aufgabe, notwendige Qualifikationen, Ortsgebundenheit, lokale Lohnstandards sowie den zu erwartenden Zeitaufwand mit ein.

Es muss vorab klar und deutlich kommuniziert werden, wie viel Geld bei zufriedenstellender Erledigung des Auftrags verdient werden kann. Die Zahlungsbedingungen, insbesondere Fristen und Auszahlungszyklen, müssen offengelegt werden und die Vergütung hat durch den Auftraggeber rasch und ohne Verzögerungen zu erfolgen. Mindestens einmal pro Monat muss eine Auszahlung durch den Plattformbetreiber gewährleistet werden. Sollte ein Projekt pro-bono für einen wohltätigen oder gemeinnützigen Zweck durchgeführt werden, so müssen die Crowdworker darüber vorab in Kenntnis gesetzt werden.

Crowdworker haben in keinem Fall Zahlungen zu erbringen, um einen Auftrag zu erhalten.

## 4. Motivierende und gute Arbeit

Ein Großteil der Aspekte, durch die sich gute Arbeit in der analogen Arbeitswelt auszeichnet, kann auch in der digitalen Welt Gültigkeit für sich beanspruchen. Anerkennung und Spaß sind beispielsweise ebenso von Bedeutung wie eine angenehme Arbeitsatmosphäre und zur Verfügung stehende Hilfsmittel, welche die Tätigkeit generell erleichtern. Die Unterzeichner des Code of Conduct tragen dem u.a. Rechnung, indem sie das Arbeitsumfeld in Form der Online-Plattform so benutzerfreundlich und intuitiv wie möglich gestalten und über direkte Kontaktmöglichkeiten Hilfestellung leisten. Darüber hinaus sollen weitere Maßnahmen dazu beitragen, den Erwartungen der Crowdworker hinsichtlich einer motivierenden und erfüllenden Arbeit gerecht zu werden. Hierzu zählen beispielsweise:

- › Erfahrungspunkte, Badges
- › Preise und Awards
- › FAQs, How-To's und Foren
- › Weiterbildungsmöglichkeiten (e-Learning, Leadership-Boards)

## 5. Respektvoller Umgang

Das Verhältnis zwischen den Plattformen, ihren Kunden und den Crowdworkern basiert auf Verlässlichkeit, Vertrauen, Ehrlichkeit, Offenheit und gegenseitigem Respekt. Als Intermediär zwischen Auftraggeber und Crowdworker sind sich die Plattformen ihrer Verantwortung bewusst, die Interessen beider Seiten zu achten und zu berücksichtigen.

Die Crowdsourcing-Unternehmen verpflichten sich dazu, ihre Vermittlungsfunktion gewissenhaft auszuführen und die genannten Werte im Umgang miteinander zu achten.

## 6. Klare Aufgabendefinition und angemessene Zeitplanung

Die Aufgaben der Crowdworker müssen klar und präzise definiert sein. Die Auftragnehmer erhalten eine detaillierte Beschreibung aller inhaltlichen und zeitlichen Kriterien, die es zu erfüllen gilt, um an einem Projekt teilnehmen zu können und dieses erfolgreich abzuschließen. Die Projektbeschreibung ist die Grundlage für die Abnahme der verrichteten Arbeit und die spätere Auszahlung.

Die Crowdsourcing-Unternehmen als Vermittler berücksichtigen die zeitlichen und terminlichen Anforderungen der Kunden, tragen aber gleichzeitig dafür Sorge, dass Aufträge stets realistisch geplant werden und die Crowdworker ausreichend Zeit haben, um ihre Aufgaben zu erledigen.

Werden Aufträge nicht durch das Crowdsourcing-Unternehmen, sondern den Auftraggeber direkt vergeben, berät das Crowdsourcing-Unternehmen hinsichtlich klarer Aufgabendefinition und angemessener Zeitplanung.

## 7. Freiheit und Flexibilität

Crowdworking ist freiwillig und zeichnet sich durch ein hohes Maß an Flexibilität aus. Oft können Aufträge weitestgehend zeit- und ortsunabhängig erledigt werden und es besteht keine langfristige Verpflichtung oder Bindung des Crowdworkers an eine Plattform. Auf Basis der Projektbeschreibung entscheidet der Crowdworker eigenständig, ob er einen Auftrag annehmen möchte oder nicht. Die Nicht-Akzeptanz eines angebotenen Projekts darf zu keinen negativen Konsequenzen führen und es darf von Seiten der Plattform kein Druck auf den Crowdworker ausgeübt werden.

## 8. Konstruktives Feedback und offene Kommunikation

Da Crowdworker remote arbeiten ist es besonders wichtig, dass die Auftraggeber bzw. die Vermittler für Rückfragen bei laufenden Projekten erreichbar sind. Die Unterzeichner des Code of Conduct verpflichten sich dazu, den Crowdworkern bestmögliche Hilfestellung und technischen Support zu liefern, zeitnah Feedback zu geben und Verbesserungsvorschläge zu unterbreiten, wie die Aufgabe am besten auszuführen ist. Eine offene und ehrliche Kommunikation zwischen den Parteien ist dafür grundlegend. Der Austausch zwischen den Crowdworkern wird von Seiten der Plattformen gefördert und durch technische Features, wie beispielsweise ein Forum, unterstützt, sofern dies für die Projektabwicklung sinnvoll und möglich ist.

## 9. Geregelter Abnahmeprozess und Nacharbeit

Der Abnahmeprozess für die erledigten Aufgaben muss schriftlich geregelt sein und für die Crowdworker nachvollziehbar und transparent dargestellt werden. Die Abnahmefristen müssen dabei vorab von Seiten der Plattformen kommuniziert werden. Die Ablehnung von Projekten muss begründet werden und basiert auf den Fakten der Projektbeschreibung. Davon ausgeschlossen sind grobe Fahrlässigkeit oder bewusste Täuschung von Seiten der Crowdworker. Die Möglichkeit zur Nacharbeit muss grundsätzlich gegeben sein, es sei denn, die Besonderheiten des Projekts lassen dies nicht zu, beispielsweise weil Sonderaktionen abgelaufen sind oder das Projekt bereits abgeschlossen ist. In diesem Fall muss dies vorab schriftlich festgehalten sein. Zudem ist jede Plattform in der Pflicht, einen fairen, neutralen Prozess für Beschwerden von Seiten der Crowdworker festzulegen.

## 10. Datenschutz und Privatsphäre

Die Privatsphäre der Crowdworker zu schützen, genießt höchste Priorität. Das betrifft insbesondere die persönlichen Informationen wie Personalien oder Kontaktinformationen. Ebenso müssen alle Informationen der Kunden streng vertraulich behandelt werden. Die Crowdsourcing-Anbieter verpflichten sich dazu, die persönlichen Daten der Crowdworker nicht ohne vorherige, schriftliche Einwilligung sowie nur bei überwiegendem berechtigtem Interesse an Dritte auszuhändigen. Es werden nur solche Informationen in anonymisierter Form weitergegeben, die unbedingt benötigt werden, um das Projekt und die Arbeitsweise für den Kunden nachvollziehbar zu machen. Gegenüber dem Kunden verpflichten sich die Anbieter zur Geheimhaltung, wovon sie nur durch den Kunden selbst entbunden werden können.

## Kontakt

Möchten Sie den Code of Conduct ebenfalls unterzeichnen? Oder haben Sie Fragen, Wünsche bzw. Anregungen? Dann melden Sie sich gerne bei uns.

Telefon: +49 89 856 3335 0

E-Mail: kontakt@testbirds.de