

DISSERTATION

**Die Konstitution der Arbeitsidentität von Crowdworkern
in der Plattformökonomie: Eine qualitative Netzwerkanalyse
multipler sozialer Identitäten**

von

Jonas Konrad, M.Sc.

zur Erlangung des akademischen Grades
Doktor der Wirtschaftswissenschaften (Dr. rer. pol.)

BETREUER & ERSTGUTACHTER

Prof. Dr. Ulrich Pekruhl

ZWEITGUTACHTER

Prof. Dr. Heiner Dunckel

Eingereicht am 16. März 2020
Verteidigt am 23. Juni 2020

**Die Konstitution der Arbeitsidentität von Crowdworkern
in der Plattformökonomie: Eine qualitative Netzwerkanalyse
multipler sozialer Identitäten**

Europa-Universität Flensburg
Internationales Institut für Management und ökonomische Bildung
Abteilung Personal und Organisation

Abstract

Die Konstitution der Arbeitsidentität von Crowdworkern in der Plattformökonomie: Eine qualitative Netzwerkanalyse multipler sozialer Identitäten

In der vorliegenden Arbeit wird die Konstitution der Arbeitsidentität von Crowdworkern untersucht. Crowdworking steht für virtuelles Arbeiten an beliebigem Ort, indem kurze Arbeitsaufträge über Plattformen im Internet akquiriert werden, ohne dass ein festes Anstellungsverhältnis mit der Plattform oder einem Auftraggeber vorliegt. Dieser Arbeitskontext ist geprägt durch einen hohen Grad an Virtualität und wechselnde Arbeitsbeziehungen zu Plattformen und Auftraggebern. Er zeichnet sich somit durch eine organisationale Entkoppelung aus und hat Einfluss auf die Arbeitsidentität der Crowdworker. Die Identifikation mit Gruppen aus Arbeit und Beruf steht in Zusammenhang mit Kooperation, Leistung und psychischer Gesundheit. Eine soziale Identität kann als Ressource begriffen werden, welche Orientierung, soziale Zugehörigkeit und Unterstützung ermöglicht. Unter Berücksichtigung des Social Identity Approachs wurde mit einem explorativen, qualitativen Studiendesign untersucht, welche sozialen Identitäten für Crowdworker von Bedeutung sind, und welche Rolle Crowdsourcing-Organisationen (Plattformen, Auftraggeber) sowie andere soziale Gruppen, wie z.B. Berufsgruppen, spielen. Ebenfalls untersucht wurde die Vereinbarkeit multipler sozialer Identitäten. Für die Datenerhebung kam ein visuelles Verfahren der qualitativen Netzwerkanalyse im Rahmen von 20 Einzelinterviews mit Crowdworkern zum Einsatz. Es wurde in jedem Interview eine Netzwerkkarte sozialer Identitäten gezeichnet und zusammen mit den Erzählungen ausgewertet. Die Ergebnisse zeigen eine recht grosse Vielfalt in Bezug auf die Konstitution der Arbeitsidentitäten. Ein Grund dafür liegt darin, dass Crowdworking-Tätigkeiten mit anderen Jobs und Arbeitsverhältnissen, teils auch Festanstellungen, kombiniert werden. Die Plattformen haben für die Arbeitsidentität unterschiedliche Bedeutung, sie werden als Arbeitgeberinnen im herkömmlichen Sinne oder als nützliches Tool beschrieben. Eine wichtige Rolle spielen übergeordnete und abstrakte soziale Identitäten. Sie entstehen durch Selbstkategorisierung zu Berufsgruppen oder Gruppen der Freelancer. Sie sind wichtig, weil die Tätigkeiten und die lose gekoppelten Arbeitsbeziehungen des Crowdworkings stets aus Sicht dieser sozialen Identitäten betrachtet werden können. Zur Aggregation der Daten und der Herausstellung von zentralen Unterschieden in der Konstitution der Arbeitsidentität wurde eine Typologie mit den vier Typen Freelancer-, Multiple-Jobs, Crowdworking-Team- und Berufs-Identität entwickelt. Die Ergebnisse zeigen, inwiefern soziale Identitäten im Arbeitskontext des Crowdworkings eine Ressource darstellen können, aber auch, welche Identitätskonflikte durch soziale Identitäten aus verschiedenen Arbeitsbereichen, d.h. über Crowdworking hinweg, vorliegen. Die Ergebnisse werden im Hinblick auf ihre Bedeutung für die psychische Gesundheit interpretiert und Implikationen für die Praxis diskutiert.

Dank

Ich bedanke mich herzlichst bei meinem Betreuer, Herrn Prof. Dr. Ulrich Pekruhl, der mir im gesamten Prozess meines Promotionsvorhabens eine überaus wertvolle Unterstützung, ein umsichtiger Begleiter und einfühlsamer Förderer war. Danke Uli, für Deine wertvolle Zeit und Deine herausfordernden Feedbacks während unserer Fachgespräche, während der Konferenzen und der Doktoranden-Kolloquien an der Europa-Universität in Flensburg, die ich in bester Erinnerung halten werde.

Ich bedanke mich bei Herrn Prof. Dr. Heiner Dunckel für seine Feedbacks zu Beginn meiner Arbeit und seine Arbeit als Zweitgutachter zum Abschluss meiner Dissertation. Ebenfalls bedanke ich mich bei Prof. Dr. Thomas Behrends für die kritischen und dadurch sehr hilfreichen Doktoranden-Kolloquien an der EUF, die ich als externer Doktorand besuchen durfte. Danke auch den Mitdoktorierenden für die herzliche Aufnahme in ihre Runde und die Feedbacks im Rahmen der Präsentationen.

Ein besonderer Dank gilt der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW für das Doktorandenstipendium, welches das Promotionsprojekt überhaupt möglich machte. Damit verbunden danke ich Frau Prof. Dr. Martina Zölch für Ihre Unterstützung. Danke Martina, fürs «Rücken-Freihalten», so dass ich meine Zeit für die Arbeit auch wirklich in Anspruch nehmen konnte. Ein grosser Dank gilt Christoph Vogel, meinem getreuen Doktorandenkollegen. Danke Christoph, für die vielen Gespräche, deine wertvollen Feedbacks und kritischen Fragen zu den Inhalten der Arbeit.

Danken möchte ich meinen Eltern für die aufmunternde Unterstützung und das sorgsame Nachfragen zum Stand der Arbeit, aber natürlich auch für das Lektorat des Manuskripts. Nicht zuletzt gilt mein herzlicher Dank all jenen, die mich während meiner Arbeit mit Tipps und Hinweisen unterstützt und begleitet haben, den Kolleginnen und Kollegen der FHNW und meinen Angehörigen.

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und andere als in der Dissertation angegebene Hilfsmittel nicht benutzt habe; die aus fremden Quellen (einschliesslich elektronischer Quellen, dem Internet und mündlicher Kommunikation) direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind ausnahmslos unter genauer Quellenangabe als solche kenntlich gemacht. Zentrale Inhalte der Dissertation sind nicht schon zuvor für eine andere Qualifikationsarbeit verwendet worden. Insbesondere habe ich nicht die Hilfe sogenannter Promotionsberaterinnen bzw. Promotionsberater in Anspruch genommen. Dritte haben von mir weder unmittelbar noch mittelbar Geld oder geldwerte Leistungen für Arbeiten erhalten, die im Zusammenhang mit dem Inhalt der vorgelegten Dissertation stehen. Die Arbeit wurde bisher weder im Inland noch im Ausland in gleicher oder ähnlicher Form einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt. Auf die Bedeutung einer eidesstattlichen Versicherung und die strafrechtlichen Folgen einer, auch fahrlässigen, falschen oder unvollständigen eidesstattlichen Versicherung und die Bestimmungen der §§ 156, 161 StGB bin ich hingewiesen worden.

Ort und Datum

Unterschrift

Solothurn, den 16. März 2020

Jonas Konrad

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	X
Tabellenverzeichnis.....	XI
1 Einleitung	1
2 Crowdsourcing – Flexibilisierte virtuelle Arbeit	4
2.1 Telearbeit.....	4
2.2 Virtuelle Arbeit und Flexibilisierung	5
2.3 Crowdsourcing.....	7
2.3.1 Definition und Abgrenzung	7
2.3.2 Crowdsourcing als Teil der Plattformökonomie.....	9
2.3.3 Tätigkeitsspektrum im Rahmen des Crowdworkings	11
2.3.4 Prävalenz und Relevanz.....	13
2.4 Zwischenfazit: Crowdwork, eine neue Arbeitsform	18
3 Soziale Identität	19
3.1 Social Identity Approach.....	19
3.1.1 Personale und soziale Identität	21
3.1.2 Soziale Identität und Selbstwert	22
3.1.3 Wahrnehmung und Struktur der sozialen Identität.....	23
3.2 Organisationale Identifikation	23
3.3 Soziale Identität und Gesundheit	25
3.3.1 Zum Gesundheitsbegriff	26
3.3.2 Soziale Identität als Ressource	27
3.3.3 Globales Bedürfnis nach Zugehörigkeit vs. soziale Isolation.....	29
3.3.4 Soziale Identität und Umgang mit Stress	30
4 Virtuelle Arbeit und Gesundheit: Chancen und Risiken für Arbeitnehmende	32
4.1 Gesundheitsbezogene Outcomes der Telearbeit.....	32
4.2 Zentrale gesundheitsrelevante Faktoren virtueller Arbeit	34
4.2.1 Wahrgenommene Autonomie.....	34
4.2.2 Soziale und berufsbezogene Isolation	36
4.2.3 Virtuelle Arbeitstätigkeit	38
4.2.4 Arbeitsplatzunsicherheit und Crowdwork	39
4.3 Strukturierender Faktor: Intensität virtueller Arbeit.....	39

5	Soziale Identität der Crowdworker: Theoretischer Rahmen und Forschungsfragen.....	41
5.1	Organisationale Entkoppelung der Crowdworker.....	43
5.1.1	Virtualität und organisationale Identifikation.....	44
5.1.2	Multiple Arbeitsbeziehung und organisationale Identifikation	45
5.1.3	Organisationale Identität auf Crowdsourcing-Plattformen.....	47
5.1.4	Forschungsfragen.....	48
5.2	Crowdwork als Beruf.....	49
5.2.1	Berufsidentität als Crowdworker.....	49
5.2.2	Identifikation mit online Communities als large-scale Gruppen	50
5.2.3	Forschungsfragen.....	51
5.3	Heterogene Arbeitswelt	52
5.3.1	Soziales Setting der Arbeitsumgebung und soziale Identität.....	52
5.3.2	Teilzeit Crowdworker: Heterogenität der Population.....	53
5.3.3	Forschungsfragen.....	55
6	Identität und Gesundheit im Kontext von Crowdwork.....	56
6.1	Organisationale Identität als Ressource	56
6.2	Abstraktionslevel und Gruppengröße: large-scale Gruppen	57
6.3	Zentrale Identitätskonzepte mit Gesundheitsbezug.....	58
6.3.1	Die Anzahl sozialer Identitäten	58
6.3.2	Die Relevanz einer sozialen Identität	58
6.3.3	Gewinn neuer sozialer Identitäten.....	59
6.3.4	Vereinbarkeit sozialer Identitäten	60
6.4	Forschungsfrage zu den Gesundheitsimplikationen	61
7	Untersuchungsansatz.....	62
7.1	Integrierender Ansatz zur Untersuchung multipler Identitäten.....	62
7.1.1	Identifikationsprofile im organisationalen Kontext	63
7.1.2	Identifikationsprofile im Kontext von Crowdwork.....	64
7.2	Erweiterung der Profile zu Identitäts-Netzwerken: Konzeptioneller Rahmen	65
7.2.1	Soziale Netzwerkanalyse.....	66
7.2.2	Soziale Netzwerkanalyse und soziale Identität	67
7.2.3	Intrapersonal Identity Network Approach	68
7.3	Methodischer Zugang: Qualitative Netzwerkkarten	69
7.3.1	Qualitative Netzwerkforschung und visuelle Verfahren.....	69
7.3.2	Typologie sozialer Identitätsnetzwerke	71
7.3.3	Zusammenfassender Überblick: Identitätsnetzwerke, Typologie und Gesundheitsbezug.....	71

8	8 Methode	73
8.1	Zielgruppe und Sampling-Strategie	73
8.1.1	Rekrutierung der Interviewteilnehmenden	74
8.1.2	Beschreibung des Samples	74
8.1.3	Beschreibung der Plattformen und der vermittelten Tätigkeiten	75
8.2	Datenerhebung: Qualitative Interviews mit Social Identity Maps	79
8.2.1	SIM-Verfahren als Grundlage für das qualitative Netzwerkinterview	80
8.2.2	Rahmenbedingungen und Material	81
8.3	Datenanalyse	82
8.3.1	Qualitative Inhaltsanalyse von Text und Netzwerkkarten	83
8.3.2	Qualitative Typenbildung	84
8.3.3	Sinnzusammenhänge der Typen mit Sekundärinformationen	86
8.3.4	Gesundheitsimplikationen: Identitätskonzepte und Sinnzusammenhänge	87
8.4	Gütekriterien qualitativer Forschung	88
9	9 Resultate	90
9.1	Organisationale Identitäten: Plattformen und virtuelle Teams als Identifikationsziele	92
9.1.1	Bedeutung der Plattformorganisationen für die soziale Identität	92
9.1.2	Identifikation mit Auftraggeber	99
9.1.3	Zwischenfazit zu organisationalen Identitäten	101
9.2	Berufs- und Tätigkeitsgruppen im Crowdfunding	103
9.2.1	Soziale Identität «Crowdworker»	103
9.2.2	Berufsgruppen (Tätigkeiten) als Identifikationsziel	106
9.2.3	Online Communities	109
9.2.4	Zwischenfazit zu Berufs- und Tätigkeitsgruppen im Crowdfunding	110
9.3	Heterogene Arbeitswelt: Multiple soziale Identitäten im Bereich Arbeit	111
9.3.1	Multiple Arbeitsbeziehungen und soziale Identitäten	111
9.3.2	Soziale Identitäten aus anderen Berufsgruppen (ausserhalb Crowdfundwork)	116
9.3.3	Heterogenität der Gruppen: Die Rolle von Crowdfundwork in den SIMs	121
9.3.4	Zwischenfazit zu multiplen sozialen Identitäten	125
9.4	Identitäts-Typologie	126
9.4.1	Dimensionalisierung des Merkmalsraumes	127
9.4.2	Zuordnung der Fälle in den Merkmalsraum und Typenbildung	129
9.4.3	Die 4 Identitäts-Typen	132
9.4.4	Konkretisierung der Typologie: Sinnzusammenhänge zu Sekundärinformationen	141

10 Ergebnisse zum Gesundheitsbezug: Soziale Identitäten als Ressource	146
10.1 Neue soziale Gruppen im Crowdfunding als Ressource.....	146
10.2 Wenn neue soziale Identitäten fehlen oder negativ konnotiert sind	148
10.3 Vereinbarkeit sozialer Identitäten: Identitätskonflikte.....	151
10.3.1 Professionsanspruch vs. Crowdwork.....	151
10.3.2 Pflicht vs. Kür: Geld verdienen vs. Selbstverwirklichung.....	152
10.3.3 Zeitliche und inhaltliche Vereinbarkeit	153
10.3.4 Image Crowdwork: Fehlende Akzeptanz des Umfeldes.....	154
10.3.5 Zwischenfazit Identitätskonflikte	155
10.4 Gesundheitsbezug der Identitäts-Typologie.....	156
10.4.1 Anzahl sozialer Gruppen in der SIM	157
10.4.2 Identitätskonflikte: Häufigkeiten und qualitative Unterschiede der Konflikte	158
10.5 Zwischenfazit: Soziale Identitäten als Ressourcen.....	161
11 Diskussion	163
11.1 Identifikation mit Plattformen und Crowdfunding-Teams.....	164
11.2 Berufe und Tätigkeiten als zentrale Identifikationsziele der Crowdworker	166
11.3 Heterogenes Arbeitsumfeld und Identitätskomplexität.....	168
11.4 Soziale Identitäten als Ressource	170
11.5 Praktische Implikationen.....	175
11.6 Limitationen und kritische Reflexion.....	176
11.6.1 Stichprobe	177
11.6.2 Interview und SIM-Verfahren	178
11.6.3 Typologie	179
11.6.4 Gesundheitszusammenhang	180
11.7 Weiterführende Forschungsfragen.....	181
12 Konklusion	183
13 Quellen.....	184
Anhang A: Interview-Leitfaden	200
Anhang B: Codesystem.....	203
Anhang C: Ergänzende Resultate.....	205

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteil Personen, welche auf Plattformen Arbeit suchen, nach Huws et al. (2017).....	14
Abbildung 2: Arbeitshäufigkeit von Crowdworkern nach Huws et al. (2017).....	15
Abbildung 3: Arbeitshäufigkeit und Einkommen von Crowdworkern nach Pesole et al. (2018).	16
Abbildung 4: Konzeptionelle Verortung von Crowdwork, in Anlehnung an Hertel et al. (2005).....	18
Abbildung 5: Identitätsrelevante Merkmale, theoretischer Bezug und Forschungsfragen.....	42
Abbildung 6: Visualisierung von Social Identity Maps (SIM).	79
Abbildung 7: Schematische Darstellung des Interviewablaufs.....	82
Abbildung 8: Themenmatrix einer qualitativen Studie nach Kuckartz (2016).....	83
Abbildung 9: A priori definierter Merkmalsraum.....	86
Abbildung 10: Aufbau des Kapitels 9 zu den Resultaten.....	91
Abbildung 11: SIMs (Social Identity Maps) von Fall 15 (links) und Fall 17 (rechts).	92
Abbildung 12: Differenzierung sozialer Gruppen im Kontext von Arbeitsform, Beruf und Tätigkeit.	107
Abbildung 13: SIM aus Fall 16 – Beispiel für Selbständigkeit als Rahmenkonzept.	116
Abbildung 14: Beispiel für exklusive Rolle von Crowdwork in der SIM (Fall 20).....	124
Abbildung 15: Beispiel für implizite Rolle von Crowdwork in der SIM (Fall 11).....	124
Abbildung 16: Beispiel für ergänzende Rolle von Crowdwork in der SIM (Fall 09).....	125
Abbildung 17: Dimensionalisierung des Merkmalsraums (Änderungen in roter Schrift).....	128
Abbildung 18: Fallzuteilung und Bestimmung der Typen in drei Schritten.....	131
Abbildung 19: Soziale Identitäts-Typologie von Crowdworkern mit vier Typen.	133

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Aufbau der Arbeit.	3
Tabelle 2: Stichprobenbeschreibung.	78
Tabelle 3: Bedeutung und Darstellung der Plattformorganisationen in den SIMs.....	93
Tabelle 4: Bedeutung und Darstellung der Auftraggeber in den SIMs.	99
Tabelle 5: Bedeutung und Darstellung der Arbeitsform in den SIMs.	112
Tabelle 6: Soziale Gruppen in den SIM aus anderen Berufsbereichen (nicht Crowdwork).	118
Tabelle 7: Rolle von Crowdwork in der SIM: Kombinationen mit anderen Arbeitsbereichen.....	123
Tabelle 8: Strukturauswertung der SIMs.....	123
Tabelle 9: Typologie und Fallzuteilung.	132
Tabelle 10: Kurzform der Typologie.	141
Tabelle 11: Sinnzusammenhänge der Typen und Sekundärinformationen.	144
Tabelle 12: Zusammenfassung: Primär- und Sekundärmerkmale der Typologie.	145
Tabelle 13: Sinnzusammenhänge von Typen und Identitätskonzepten mit Gesundheitsbezug.	158
Tabelle 14: Zusammenfassung: Primärmerkmale und Sekundärinformationen der Typologie.	161
Tabelle 15: Codesystem, ausgewählte Codes aus MAXQDA.....	203
Tabelle 16: Sinnzusammenhänge der Typen zu Sekundärinformationen.....	205

1 Einleitung

Die Digitalisierung der Arbeitswelt verändert die Art und Weise wie wir arbeiten. Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien ermöglichen nicht nur unabhängig von Raum und Zeit zu arbeiten, sondern tragen auch zur Entstehung neuer flexibler Arbeitsformen bei. Via Internet werden Arbeitsaufträge an geeignete Arbeitskräfte irgendwo auf der Welt ausgelagert. Plattformen wie z.B. *Amazon Mechanical Turk*, *Crowdfunder* oder *99designs* treten als Dienstleister für die Vermittlung von meist kurzen und kurzfristigen Arbeitsaufträgen auf. Die Arbeitsaufträge stammen von Organisationen oder Einzelpersonen, werden über einen Matching-Algorithmus auf der Plattform automatisch vermittelt und dann von Individuen aus der Crowd, d.h. aus dem Internet, bearbeitet. Diese Arbeitnehmenden sind weder Angestellte der Plattform noch des Auftraggebers, sie akquirieren selbständig Aufträge auf Plattformen im Internet. Dieses Modell des Outsourcings und Arbeitens wird als *Crowdsourcing* resp. *Crowdwork* bezeichnet (Brabham, 2008). In diesem Kontext verändern sich die Arbeitsbeziehungen der Crowdworker grundlegend. Es ist kein festes Arbeitsverhältnis mit einer Organisation im herkömmlichen Sinne vorhanden und gleichzeitig entstehen neue Arbeitsbeziehungen zu ständig wechselnden Auftraggebern und verschiedenen Plattformen. Eine solche Flexibilisierung und Virtualisierung von Arbeit verändert das soziale Arbeitssetting und hat Auswirkungen auf die Identität der Arbeitnehmenden (Selenko et al., 2018).

Es liegt eine Art organisationale Entkoppelung vor, die Arbeitsbeziehungen zu Plattformen und Auftraggeber sind lose und virtueller Art. In herkömmlichen organisationalen Settings zeigte sich, welche Rolle Arbeitsidentitäten spielen. Die Identifikation mit dem Arbeitgeber, einer Abteilung oder einem Team steht in Zusammenhang mit Arbeitsverhalten, Produktivität, Loyalität und Gesundheit (Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994; Haslam & Ellemers, 2011; Jetten, Haslam, & Haslam, 2012). Die Identifikation mit sozialen Gruppen, wie z.B. mit einem Arbeitsteam, stellt eine Ressource dar, die den Arbeitnehmenden Orientierung gibt und soziale Zugehörigkeit und Unterstützung ermöglicht (Jetten et al., 2012). Selenko und Kollegen (2018) vermuten, dass solche atypischen Arbeitsformen Effekte auf die Arbeitsidentität haben, weil sie es schwieriger machen, überhaupt positive, stabile und authentische Identitäten zu entwickeln.

Erweiternd kommt dazu, dass gemäss ersten Studien zur Verbreitung von Crowdworking (Huws, Spencer, Syrdal, & Holts, 2017) diese neue Arbeitsform häufig mit anderen Jobs und Arbeitsformen (z.B. mit einer Teilzeitstelle) kombiniert wird. Ausgehend davon wird eine höhere Komplexität der Arbeitssituation vermutet, die sich ggf. auch in der Konstitution der Arbeitsidentität der Crowdworker zeigt, wenn es z.B. um die Vereinbarkeit sozialer Identitäten aus verschiedenen Arbeitsbereichen geht.

Forschungsfrage und Ziel der Arbeit

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird die Arbeitsidentität von Crowdworkern untersucht. Es wird der Frage nachgegangen, welche sozialen Identitäten für Arbeitnehmende im virtuellen und

verteilten Arbeitsumfeld des Crowdworkings wichtig sind. Die Untersuchung erfolgt vor dem Hintergrund des *Social Identity Approach* (Ashforth, Harrison, & Corley, 2008; Tajfel & Turner, 1979; Turner, Hogg, Oakes, Reicher, & Wetherell, 1987), welcher die Zugehörigkeit zu Gruppen als Kern der sozialen Identität begreift. Gerade im Crowdworking werden diese Zugehörigkeiten (Boons, Stam, & Barkema, 2015) und die damit verbundenen positiven Effekte der Arbeitsidentität in Frage gestellt. Die Forschungsarbeit hat zum Ziel, mit dieser explorativen Untersuchung die Arbeitsidentität von Crowdworkern zu beschreiben und im Hinblick auf ihre Bedeutung für die psychische Gesundheit einzuordnen. Es soll ein Beitrag zur Beschreibung dieser neuen Arbeitsform geleistet und eine differenziertere Diskussion darüber ermöglicht werden, welche Implikationen durch virtuelle und flexibilisierte Arbeit für die Crowdworker, insbesondere für ihre Arbeitsidentität entstehen.

Der Zusammenhang von Identität und Gesundheit verdeutlicht die Relevanz des Konzeptes der (Arbeits-)Identität im Allgemeinen und in diesem Kontext der virtuellen Arbeit im Speziellen. Studien zeigen, dass soziale Identitäten eine wichtige Ressource darstellen, die soziale Zugehörigkeit ermöglicht und hilft, gerade in Zeiten der Veränderung, die eigene Umwelt zu verstehen und einzuordnen (Cruwys, Haslam, Dingle, Haslam, & Jetten, 2014; Haslam, Jetten, Postmes, & Haslam, 2009; Jetten et al., 2012). In der vorliegenden Studie wird es nicht darum gehen, den Zusammenhang per se zwischen Identität und psychischer Gesundheit zu untersuchen. Die Gesundheit wird hier vielmehr als strukturierendes Thema behandelt, das in der Diskussion helfen wird, die Ergebnisse dieser Untersuchung einzuordnen.

Abgrenzung

Nicht im Fokus dieser Arbeit steht der Einfluss von Arbeitsbedingungen und arbeitsrechtlichen Aspekten des Crowdsourcings. In der öffentlichen Diskussion um Plattformorganisationen stellen die zum Teil prekären Arbeitsbedingungen von Menschen, die ihre Arbeit auf Plattformen im Internet beschaffen, das zentrale Thema dar. In der vorliegenden Untersuchung geht es unabhängig davon um die Arbeitsumgebung, die sich durch Virtualität und Flexibilisierung von Arbeitsbeziehungen auszeichnet.

Zum Aufbau der Arbeit

Es folgt nun ein Überblick zum Aufbau der vorliegenden Arbeit (Tabelle 1). In den ersten drei Kapiteln dieser Arbeit werden die theoretischen Grundlagen zur Arbeitsform Crowdworking und zum Social Identity Ansatz behandelt und ein Überblick gegeben über Forschungsergebnisse zu den Gesundheitseffekten von sozialer Identität und virtueller Arbeit. Im konzeptionellen Teil dieser Arbeit steht die Darstellung des theoretischen Rahmens und die Entwicklung der Forschungsfragen im Vordergrund. Zunächst werden drei Forschungsfragen zur Konstitution der Arbeitsidentität von Crowdworkern hergeleitet. Die vierte Forschungsfrage bezieht sich dann auf die Implikationen der Arbeitsidentität für die psychische Gesundheit. Der konzeptionelle Teil schliesst mit der Herleitung des Untersuchungsansatzes, der auf das virtuelle Setting und die vermutete Komplexität der Arbeitsidentitäten in einem wenig beforschten Gebiet ausgerichtet wird. Im Rahmen eines

qualitativen Forschungsdesigns wird ein visuelles netzwerkanalytisches Verfahren eingesetzt, das in Einzelinterviews mit Crowdworkern zur Beschreibung ihrer Arbeitsidentitäten angewendet wird. Nach der Beschreibung der Methoden folgt die Darstellung der Ergebnisse und die Entwicklung einer Identitätstypologie. Diese Typologie aggregiert die Ergebnisse und hebt Unterschiede in den Arbeitsidentitäten der untersuchten Crowdworkern hervor. Die Typologie unterstützt dann in der Diskussion der Ergebnisse auch die Interpretation und den Bezug zu Implikationen der Arbeitsidentität für die psychische Gesundheit der Crowdworker.

Tabelle 1: Aufbau der Arbeit.

<i>Theoretische Grundlagen</i>	– Crowdsourcing-Modell und konzeptionelle Verortung	Kapitel 2
	– Social Identity Approach und Bezug zur Gesundheit	Kapitel 3
	– Virtuelle Arbeit und Gesundheit	Kapitel 4
<i>Konzeptioneller Teil & Herleitung der Forschungsfragen</i>	– Soziale Identität der Crowdworker Forschungsfragen 1-3	Kapitel 5
	– Identität und Gesundheit im Kontext von Crowdworking, Forschungsfrage 4	Kapitel 6
	– Netzwerkanalytischer Untersuchungsansatz	Kapitel 7
<i>Methoden</i>		Kapitel 8
<i>Darstellung der Ergebnisse</i>	– Resultate zu den 3 Forschungsfragen	Kapitel 9.1 bis 9.3
	– Entwicklung der Identitäts-Typologie	Kapitel 9.4
	– Ergebnisse zum Gesundheitsbezug	Kapitel 10
<i>Diskussion und Reflexion</i>		Kapitel 11
<i>Konklusion</i>		Kapitel 12

2 Crowdsourcing – Flexibilisierte virtuelle Arbeit

Der Fortschritt der Informations- und Kommunikationstechnologie hat neue Formen der Zusammenarbeit und Kooperation hervorgebracht, die im virtuellen Raum die Überwindung von Zeit und Raum ermöglichen. *Virtuelle Arbeit* lässt sich als Arbeitsform verstehen, bei der Mitarbeitende, Arbeitsteams oder Organisationen eine hohe geographische Distanz zueinander aufweisen und über Kommunikationstechnologien miteinander in Kontakt treten bzw. zusammenarbeiten (Gilson, Maynard, Jones Young, Vartiainen, & Hakonen, 2015).

Während Telearbeit eine schon länger bekannte Arbeitsform darstellt (beschrieben im nachfolgenden Kapitel 2.1), ist im Zuge der Flexibilisierung von Arbeit (Kapitel 2.2) ein neues Arbeitsmodell entstanden: Crowdsourcing. Diese neue Arbeitsform stellt nicht mehr nur ein Phänomen dar, sondern betrifft mittlerweile eine beachtliche Zahl an Arbeitnehmenden weltweit. Die Verbreitung von Crowdwork, insbesondere in Europa, wird im Kapitel 2.3 aufgezeigt.

2.1 Telearbeit

Virtuelle Arbeit kommt in unterschiedlichen Ausprägungen vor. Eine Systematik zur Unterscheidung verschiedener Formen schlagen Hertel, Geister und Konradt (2005) unter Berücksichtigung zweier Dimensionen vor: erstens die Anzahl Personen, die miteinander online interagieren und zweitens deren organisationale Zugehörigkeit. Die Autoren leiten aus diesen Dimensionen drei virtuelle Arbeitsformen ab: *Telework* oder *Telecommuting* beschreiben Einzelarbeiten ausserhalb der physischen Grenzen der Organisation, wobei mittels Informationstechnologie zwischen den entfernten Mitarbeitenden und den Vorgesetzten oder den Arbeitskollegen/innen kommuniziert wird, d.h. z.B. arbeiten im Home-Office, öffentlichen Gebäuden oder von unterwegs. Die zweite Form ist gemäss Hertel und Kollegen die der *virtuellen Gruppen* oder *Teams* (wobei die Autoren zwischen diesen beiden Begriffen weiter differenzieren, vgl. Hertel et al., 2005), die an einem Projekt oder Auftrag im virtuellen Raum, meist im internationalen Kontext, über mehrere Standorte einer Unternehmung hinweg arbeiten und sich nicht oder nur teilweise physisch treffen. Die dritte Form beschreibt die Zusammenarbeit oder das Teilen von Wissen über eine Organisation hinaus in sog. *virtuellen Communities*. Internet-User unabhängig von Organisationen oder Institutionen vernetzen sich aufgrund gemeinsamer Interessen und Ziele miteinander, um Wissen auszutauschen (vgl. Igarria, 1999).

Der Begriff *Telearbeit* (*Telecommuting*) soll noch etwas genauer definiert werden, zumal die nachfolgenden Überlegungen auf dieser Form der virtuellen Arbeit aufbauen. Für den Begriff *Telecommuting* schlagen Allen, Golden und Shockley (2015) folgende Definition vor:

«*Telecommuting is a work practice that involves members of an organization substituting a portion of their typical work hours (ranging from a few hours per week to nearly full-time) to work away from a central workplace – typically principally from home – using technology to interact with others as needed to conduct work tasks*» (S. 44).

Diese Definition legt neben der geographischen Distanz, der Technologie und der Interaktions-tiefe weitere Kriterien fest. Die Definition macht deutlich, dass es sich jeweils um Mitarbeitende einer Organisation handelt, nicht um selbständig erwerbende Freelancer oder Mitglieder aus Personal-Pools. Ebenfalls geht es um einen regulären Teil der Arbeit, der von organisatorischer Seite als virtuelle Arbeit vorgesehen ist und nicht um aufgeschobene Pendenzen, die über die vereinbarte Arbeitszeit hinaus zu Hause erledigt werden. Schliesslich wird in dieser Definition das Home-Office als hauptsächlicher Arbeitsort beschrieben, an dem die Telearbeit verrichtet wird.

Reichwald, Engelberg und Möslein (1998) differenzieren verschiedene Telearbeitsformen aufgrund des Arbeitsortes, der bisher mit der allgemeineren Beschreibung, ausserhalb der Büroräumlichkeiten der Unternehmung, noch nicht weiter spezifiziert wurde. Die Autoren unterscheiden diesbezüglich vier Formen: *Home-Based Telework* (Home-Office), *Mobil Telework* (arbeiten von unterwegs), *Center-Based Telework* (Büroarbeitsplätze werden in Zentren eigens für Teleworker zur Verfügung gestellt) und *On-Site Telework* (direkt beim Kunden/bei der Kundin vor Ort, für einen begrenzten Zeitraum). Eine Studie aus der Schweiz (Weichbrodt, 2014) zeigt, dass die meisten Arbeitsstunden (drei Viertel) am Unternehmensstandort geleistet werden, 8% aller Arbeitsstunden im Home-Office, 7% beim Kunden/bei der Kundin vor Ort und knapp 3% von unterwegs. Zu beachten ist hierbei, dass ein grosser Anteil der Arbeitsstunden ausserhalb des Unternehmensstandortes von Selbständigen geleistet wird. Neben der räumlichen Differenzierung der Telearbeit kann in Bezug auf die Intensität die *alternierende Telearbeitsform* (Schaper, 2014) beschrieben werden, eine Mischung zwischen der herkömmlichen Tätigkeit innerhalb der physischen Grenzen der Organisation und der Telearbeit an einem der oben beschriebenen Orte. Die Intensität virtueller Arbeit (d.h. auch in Kombination mit Büroarbeitstagen vor Ort) hat einen bedeutenden Einfluss auf die arbeitsbezogene Gesundheit der Teleworker (vgl. Kapitel 4.3).

2.2 Virtuelle Arbeit und Flexibilisierung

Die Begriffe, die im Zusammenhang mit virtuellen Arbeitsformen in der Literatur auftauchen, sind vielfältig und grösstenteils nicht trennscharf oder werden gar synonym verwendet. Dazu gehören z.B. *Flexible Work Arrangements*, *Remote Work* oder *Distributed Work* (Allen et al., 2015), die auf einer übergeordneten Ebene die oben beschriebenen Formen virtueller Arbeit (*Telework*, *Telecommuting*, *Virtual Teams*) zwar beinhalten, dann aber, insbesondere der Begriff *Distributed Work* (verteilte Arbeit), über die virtuellen Arbeitsformen hinausgehen. Bei letzterem geht es primär um die Distanz des entfernten Arbeitsortes zum Hauptsitz des Arbeitgebers (Allen et al., 2015) und gemeint sind Tätigkeiten, die in Filialen, bei Kunden usw. ausgeführt werden. Eine computervermittelte Tätigkeit steht dabei nicht im Zentrum.

Um sich dem Thema der virtuellen Arbeitsformen zu nähern, bestehen verschiedene Zugänge. In der Literatur bilden Studien zu Telearbeit und virtuellen Teams dominante Forschungsstränge,

wenn gleich die Begriffe, wie z.B. Telearbeit, nicht einheitlich verwendet werden. Ein zweiter Zugang ergibt sich aus dem Zusammenspiel der Entwicklung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien und der steigenden Nachfrage nach mehr Flexibilität. Hieraus entwickelten sich in den letzten Jahren neue, flexible Arbeitsformen, die gegenwärtig zunehmende Beliebtheit erfahren. Die Flexibilität ist der zentrale Vorteil virtueller Arbeitsformen sowohl für Arbeitgeber wie auch für Arbeitnehmende. Mit virtuellen Beschäftigungsformen innerhalb einer Organisation wird aus Sicht der Mitarbeitenden ein zunehmendes Bedürfnis nach zeitlicher und räumlicher Flexibilität und damit einer attraktiveren Arbeitsgestaltung (Bajzikova, Sajgalikova, Wojcak, & Polakova, 2013) Rechnung getragen. Aus Sicht der Unternehmung stehen die bessere Erreichbarkeit der Mitarbeitenden, die Vernetzung über grosse geographische Strecken hinweg, die Attraktivität als Arbeitgeber und die allfällige Reduktion von Reisekosten im Vordergrund (Allen et al., 2015). Die technologische Entwicklung hat die Möglichkeiten des virtuellen Arbeitens vervielfältigt und damit eine zusätzliche Dimension der Flexibilität, nämlich die vertragliche Flexibilisierung, in den Fokus gerückt. Unternehmungen verfolgen mit flexiblen Beschäftigungsformen das Ziel einer möglichst optimalen Allokation der Arbeitskräfte in Zeiten stark variierender Personalnachfrage. Aus der Perspektive der Mitarbeitenden bedeutet diese Flexibilität, frei(er) wählen zu können, wann, wo, wie lange, wie viel und für wen sie arbeiten möchten (Dettmers, Kaiser, & Fietze, 2013). Aus psychologischer Sicht hat die damit verbundene (subjektiv wahrgenommene) Kontrolle über Arbeitszeitpunkt, -ort und -ausmass einen Einfluss auf das psychische Wohlbefinden (Kossek, Lautsch, & Eaton, 2011). In Kapitel 4.2.1 wird auf diesen Aspekt genauer eingegangen. Nebst Teilzeitarbeit, Saisonarbeit, Jobsharing, Arbeit auf Abruf und Zeitarbeit stellen virtuelle Arbeitsformen also eine weitere Form flexibler Beschäftigung dar (Dettmers et al., 2013). Durch die Kombination von virtueller Arbeit und vertraglich flexibler Beschäftigungsform lässt sich insgesamt die Flexibilität weiter steigern, wenn z.B. Zeitarbeit kurzfristig, online vermittelt und schliesslich auch virtuell ausgeführt wird. In Bezug auf die genannte Definition von Telecommuting (Allen et al., 2015) würde das bedeuten, dass der Aspekt der organisationalen Zugehörigkeit nicht mehr nur eine Organisation, sondern erstens mehrere Arbeitgeber und zweitens ein Vertragsverhältnis für einen begrenzten Zeitraum miteinschliesst. Die Kombination dieser drei Dimensionen¹, der zeitlichen, räumlichen und vertraglichen Flexibilität, findet sich in einer aktuellen Entwicklung von Plattformen im Internet, bei sog. Crowdsourcing-Plattformen wieder, welche virtuelle Arbeitsaufträge vermitteln.

¹ In der Literatur werden unterschiedliche Flexibilitätsdimensionen diskutiert (z.B. Kossek & Michel, 2011; Reilly, 1998). Kossek und Michel (2011) beschreiben die vier Dimensionen der zeitlichen (z.B. Gleitzeit), örtlichen (z.B. Telearbeit), kontinuierkeitsbezogenen (z.B. Urlaub, Krankheitstage) und umfangbezogenen (z.B. Teilzeit) Flexibilität. Bei kurzen, befristeten Arbeitseinsätzen geht es um die Dimension der vertraglichen Flexibilität, welche Kontinuität und Umfang inkludiert. Bei jedem Arbeitsangebot kann der Umfang als Kriterium für eine Zu- oder Absage gelten und es kann frei bestimmt werden, wann ein weiterer Einsatz angenommen wird.

2.3 Crowdsourcing

Crowdsourcing-Modelle stellen eine ausgeprägte Form der «virtuellen Zeitarbeit» dar und gelten als neuere Form der Arbeitsvermittlung, die durch die Entwicklung der Internettechnologie ermöglicht wurde (Brabham, Ribisl, Kirchner, & Bernhardt, 2014). Im Hinblick auf die Beziehung zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmenden wurde eine neue flexible Form virtuellen Arbeitens geschaffen. Crowdsourcing kann demnach als Weiterentwicklung der virtuellen Arbeitsform verstanden werden, in der sich die organisationale Anbindung von Arbeitnehmenden an die Organisationen zunehmend auflöst, die Arbeitnehmenden für mehrere Organisationen arbeiten und der Grad der Virtualität zunimmt.

In den folgenden Kapiteln wird nach der Begriffsdefinition von Crowdsourcing und der Abgrenzung zu verwandten Konzepten die Einordnung in eine weitergefasste Entwicklung virtueller Arbeit beschrieben. Anschliessend soll anhand von Beispielen das Tätigkeitsspektrum von Crowdsourcing aufgezeigt und schliesslich erste Studien zur Prävalenz und Relevanz der neuen Arbeitsform beschrieben werden.

2.3.1 Definition und Abgrenzung

Crowdsourcing gewinnt gegenwärtig in der Forschung laufend mehr an Beachtung, was sich an der Zunahme wissenschaftlicher Publikationen zeigt (Estellés-Arolas, Navarro-Giner & González-Ladrón-de-Guevara, 2015). Ein grosser Teil der Publikationen thematisiert nebst Begrifflichkeiten und Definitionen auch Taxonomien verschiedener Crowdsourcing-Modelle.

Der Begriff *Crowdsourcing* setzt sich aus «Crowd» (Vielzahl im Internet vernetzter User) und «Outsourcing» zusammen und beschreibt ein Arbeitsmodell auf Basis einer Plattform im Internet, worüber Firmen Aufträge vergeben (Brabham et al., 2014). D.h. Organisationen lagern einzelne Arbeitsaufträge auf einer Onlineplattform aus und lassen sie durch unbekannte User im Netz bearbeiten. Der Begriff *Crowdsourcing* wurde durch den Journalisten Jeff Howe (2006) geprägt und wie folgt definiert:

«Simply defined, Crowdsourcing represents the act of a company or institution taking a function once performed by employees and outsourcing it to an undefined (and generally large) network of people in the form of an open call. This can take the form of peer-production (when the job is performed collaboratively), but is also often undertaken by sole individuals. The crucial prerequisite is the use of the open call format and the large network of potential laborers» (online).

Darauf aufbauend definiert Brabham (2013; 2008) Crowdsourcing als eine partizipative online Aktivität freiwilliger Internet-User (die Crowd), die auf einer öffentlichen Plattform im Internet von verschiedenen Organisationen oder Privatpersonen ausgeschriebene Aufträge unterschiedlicher Art, Dauer und Komplexität (T-Shirt-Designs, Produkteideen, Foto- und Textbearbeitung, Programmcodes, etc.) wählen und bearbeiten: «Crowdsourcing is an online, distributed problem-sol-

ving and production model that uses the collective intelligence of networked communities for specific purposes.» (S. 179). Die Onlineplattform nimmt die Rolle einer Vermittlerin ein und bringt Arbeitgeber und Arbeitnehmende zusammen. Die Plattform stellt eine Schnittstelle zwischen Organisationen und Arbeitsmarkt dar, die durch ihre Virtualität räumlich-zeitliche Grenzen überwindet. Auftraggeber haben dadurch weltweiten Zugang zu einer Vielzahl an Kompetenzen, die Crowdworker ihrerseits zu einer Vielzahl an Aufträgen.

Ein bedeutendes Merkmal von Crowdsourcing ist, dass die Crowdworker nicht beim Auftraggeber angestellt sind, sondern autonom über die Annahme eines Auftrags bestimmen. Aufgrund der Virtualität und der hohen Distanz besteht eine lose Arbeitsbeziehung zwischen den beiden Parteien. Dieses Verhältnis wird durch die Feststellung verdeutlicht, dass es primär die Crowd ist, die ihre Ideen oder Lösungen via Plattform zu den Organisationen bringt, während die Auftraggeber das Problem oder die Aufgabe bloss formulieren (Garrigos-Simon & Narangajavana, 2015). Die Aufträge selber können unterschiedlicher Art sein (z.B. hinsichtlich Dauer, Bezahlung, Komplexität, Branche). Letztlich sind es aber stets Tätigkeiten, die mithilfe eines Computers und einer Internetverbindung ausgeführt werden können (s. 2.3.3 Tätigkeitsspektrum).

Ansätze wie *Open Innovation* oder *Kollektive Intelligenz* sind in diesem Mechanismus zentrale Treiber (Brabham et al., 2014), die mit ausgeklügelten Managementsystemen, Projektmanagement, Entlohnungsmodellen und Urheberrechtsschutz kombiniert werden (Saxton, Oh, & Kishore, 2013). Je nach Crowdsourcing-Modell wird die Plattform genutzt, um z.B. eine grosse Zahl an kreativen Vorschlägen zu generieren (vgl. Beispiel 99Designs) oder um sehr umfassende Aufgaben, die in unzählige kleine Tasks zerteilt werden, bearbeiten zu können (z.B. für die Kategorisierung tausender Produkte auf Onlineshops). Gemäss Brabham (2008) ist mit einem Auftrag stets eine Belohnung verbunden, die sich als Bezahlung oder in nichtmonetärer Form äussert.

Die Definitionen von Howe (2006) und Brabham (2008) werden in der Literatur kontrovers diskutiert (Estellés-Arolas et al., 2015). Ein zentraler Diskussionspunkt besteht in der Abgrenzung des Begriffs von verwandten Konzepten: z.B., inwiefern sich Crowdsourcing von *Opensource*-Modellen (Brabham, 2013), *Commons-Based Peer Production* (Howe, 2006), *Outsourcing* (Pelzer & Burgard, 2014) oder *e-Business* (Saxton et al., 2013) unterscheidet. Zentrale Beispiele in dieser Diskussion sind die kollektive Entwicklung der Opensource Software *Mozilla Firefox* oder die Entstehung der Onlineenzyklopädie *Wikipedia*. Im Hinblick auf die Definition von Brabham fehlt in diesen Beispielen eine Auftraggeberschaft, welche die Entwicklung der beiden Produkte in der Crowd ausgeschrieben und die Arbeitnehmenden für ihre Lösung entlohnt hätte. Die Produkte sind aber vielmehr aus einer sich selber organisierenden *Community* im Sinne der *Commons-Based Peer Production* (Begriff geprägt durch Benkler, 2002) entstanden. Aus Sicht von Barnes, de Hoyos, Baldauf, Behle, und Green (2013) sind Mozilla Firefox oder Wikipedia hingegen durchaus Beispiele für Crowdsourcing. Barnes und Kollegen differenzieren allerdings zwischen zwei Kategorien, dem *Voluntary Crowdsourcing* i. S. d. genannten Beispiele und dem *Paid Crowdsourcing*, welches weitgehend der Definition von Howe (2006) oder Brabham (2008) entspricht.

Die Abgrenzung der Crowdsourcing-Definition ist für die folgende Diskussion relevant, weil die individuelle Perspektive der Mitglieder einer Crowd im Zentrum stehen soll. Individuen, welche als Crowdworker einen Teil ihres Einkommens beziehen, dürften sich hinsichtlich arbeitsbezogener Implikationen von jenen unterscheiden, die sich unentgeltlich an einem virtuellen Projekt beteiligen. Die vorliegende Arbeit orientiert sich deshalb an der Definition von Brabham (2008) oder an der Kategorie von *Paid Crowdsourcing* nach Barnes et al. (2013). In Bezug auf die Systematik von Hertel et al. (2005) kombiniert Crowdsourcing die drei umschriebenen virtuellen Arbeitsformen unter Berücksichtigung der temporären Begrenzung. Eine organisationale Anbindung ist weitgehend aufgelöst, die Aufträge werden in Einzelarbeit, in virtuellen Teams oder in Communities erfüllt.

2.3.2 *Crowdsourcing als Teil der Plattformökonomie*

Crowdsourcing ist ein Teil der Entwicklung aufstrebender kommerzieller Webportale, deren vielfältige Geschäftsmodelle die Vorteile des ständig verfügbaren, weitreichenden virtuellen Raums des Internets nutzen und damit tiefgreifende Veränderungen in den gängigen Wettbewerbsverhältnissen verursachen (van Alstyne, Parker, & Choudary, 2016). Beispiele solcher disruptiver und populärer Plattformen sind Uber und Airbnb, die allerdings nur stellvertretend für eine weitreichende Entwicklung zu verstehen sind, welche Zysman (2015) als *Platform Economy* (Plattformökonomie) bezeichnet. Der Autor rückt mit diesem Begriff die Webplattformen in den Mittelpunkt der Betrachtung und stellt sie als Ausgangspunkt vielfältiger Veränderungen des digitalen Zeitalters dar. Schmidt (2016) unterscheidet verschiedene Zweige der Plattformökonomie, bei denen es neben der Arbeitsvermittlung auch um die Vermittlung von Gütern (z.B. Airbnb, Spotify, eBay, Amazon), Geld (*Crowdfunding*), Kommunikation (z.B. Facebook), Unterhaltung (z.B. Youtube) oder Informationen (z.B. Nachrichtenportale oder Suchmaschinen) geht. Diese intermediären digitalen Plattformen fördern die weltweite Vernetzung von Menschen und Organisationen und schaffen somit neue Möglichkeiten, um bestimmte kommerzielle aber auch politische und soziale Ziele (z.B. via soziale Netzwerke) zu verfolgen. Das zentrale Merkmal – und gleichzeitiger Wettbewerbsvorteil der Plattformen im weiteren Sinne – ist diese ständige Verfügbarkeit aufgrund räumlicher und zeitlicher Unabhängigkeit. Überall dort, wo ein Internetzugang vorliegt, stehen Unterhaltungs-, Produkte-, Dienstleistungs- und Arbeitsangebote jederzeit zur Verfügung. Ein weiterer zentraler Vorteil ergibt sich durch die Automatisierung der «Vermittlung» von Bedürfnissen und Angebot dank weitentwickelter, intelligenter Algorithmen (Kenney & Zysman, 2015). Diese Vorteile münden in einer Steigerung der Reaktionsgeschwindigkeit und Flexibilität aller Beteiligten (verkürzte Bestell- bzw. Vermittlungsprozesse) und gewähren damit umfangreiche Zeit- und Kosteneinsparungen und gegebenenfalls neue Wertschöpfungsmöglichkeiten.

Im Hinblick auf die Arbeitsvermittlung bedeutet dies, dass innerhalb kürzester Zeit Arbeit auf Abruf (*Work-on-Demand*, vgl. De Stefano, 2016) angeboten und in Anspruch genommen werden kann, weil die Plattform omnipräsent ist, über mobile Devices abrufbar und die Vermittlung zu-

meist automatisch erfolgt. Voraussetzung dafür ist eine genügend grosse Human Cloud, d.h. hinreichend viele User, die sich auf einer Plattform registrieren und ihre vielfältigen Kompetenzen anbieten. Die User bilden das Kapital der betreffenden Crowdsourcing-Plattform (Hossfeld, Hirth, & Tran-Gia, 2012). Den Arbeitgebern steht damit ein schier grenzenloser Pool an Arbeitskräften respektive Kompetenzen zur Verfügung. Schliesslich werden mit Hilfe von Algorithmen die von den Nutzern laufend erzeugten digitalen Daten aggregiert und analysiert, um die Plattformangebote zu personalisieren, d.h. auf individuelles Verhalten und Präferenzen ausrichten zu können. Im Hinblick auf die Arbeitsvermittlung bilden die angereicherten Daten wiederum die Basis, um die Passung von Arbeitskraft und Arbeitsangebot unter Einbezug verschiedener Parameter (Qualifikation, Erfahrung, Bewertungen, Aktivität auf der Plattform, Verfügbarkeit etc.) zu optimieren.

Neben dem Crowdsourcing-Modell lässt sich eine weitere Gruppe von Plattformen der modernen Arbeitsvermittlung identifizieren, die unter dem Begriff *Gig Work* oder *Gig Economy* subsumieren. In Abgrenzung zu Crowdsourcing geht es dabei nicht um virtuelle Arbeit, sondern um die Vermittlung von «herkömmlichen» Tätigkeiten, die vor Ort ausgeführt werden. Beispiele hierfür sind die Vermittlung von Putzkräften, Lagermitarbeitenden, Servicepersonal in der Gastronomie oder Einsatzkräfte im Event- und Promotionsbereich. Die Bezeichnung «Gig» steht metaphorisch für den eventartigen Charakter der Einsätze und dafür, dass die Nutzer/innen (häufig als Freelancer bezeichnet) selbständig Aufträge akquirieren. Der Begriff nimmt Bezug auf die ursprüngliche Bezeichnung für einzelne Auftritte von Musiker/innen. *Gig Work* und *Crowdwork* können aufgrund der Art der Arbeitsausführung (virtuell und global vs. real und lokal) als zwei verschiedene Formen der *Platform Economy* verstanden werden (Konrad & Pekruhl, 2017). Schmidt (2016) differenziert in ähnlicher Art und Weise zwischen ortsunabhängigen und ortsgebundenen Dienstleistungen, wobei der Autor bei beiden Formen danach unterscheidet, ob der Auftrag an ein Individuum (*Freelancing*) oder an eine Gruppe gerichtet ist. Ist letzteres der Fall, handelt es sich um einen Ideenwettbewerb (vgl. Beispiel weiter unten zu *99designs*) oder um sog. *Micro Tasks*, d.h. um additive Aufgaben, bei denen die Summe der Einzelleistungen (ohne Interdependenzen) von hunderten von Individuen zur eigentlichen Aufgabenerfüllung führt.

Auf der Ebene der Plattformökonomie dominieren die gesellschafts-politischen Konsequenzen der Arbeitsformen den aktuellen gesellschaftlichen wie wissenschaftlichen Diskurs (z.B. De Stefano, 2016; Smith & Leberstein, 2015), wenn es beispielsweise um soziale und ökonomische Risiken der Arbeitnehmenden (z.B. hinsichtlich Einkommenssicherheit, Sozialleistungen, Arbeitsmarktfähigkeit) oder um ungleiche Machtverhältnisse und Monopol Tendenzen der Plattformen geht (Schmidt, 2016). Darauf soll allerdings an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden. In der vorliegenden Arbeit geht es in erster Linie um eine virtuelle und flexible Arbeitsform und die Arbeitsidentität von Menschen, die solche Arbeiten ausführen. Die Diskussion zu prekären Arbeitsbedingungen ist eine wichtige, stellt aber ein eigenes Themengebiet dar.

2.3.3 Tätigkeitsspektrum im Rahmen des Crowdworkings

Ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal von virtueller Arbeit, und Crowdwork im Speziellen, sind die verschiedenen Tätigkeiten, denen die Arbeitnehmenden nachgehen. Die beiden inhärenten Faktoren der Distanz (zu Arbeitskollegen/innen, Vorgesetzten und Kunden/innen) und der Technologieabhängigkeit führen dazu, dass nicht jede Art von Arbeit in virtueller Form verrichtet werden kann (Golden, 2009). Folglich besteht eine gewisse Konfundierung von virtueller Arbeitsform und Arbeitstätigkeit. Mit fortschreitender technologischer Entwicklung wird es jedoch möglich, immer mehr und komplexere Aufgaben aus fast allen Bereichen der Wertschöpfungskette in den virtuellen Raum zu verlagern (Leimeister, Zogaj, Durward, & Blohm, 2016). Lister und Harnish (2011) konnten z.B. zeigen, dass einer verhältnismässig grossen Anzahl an Telearbeit aus dem freiberuflichen, dem Wissenschafts-, Verwaltungs-, Finanz-, Kommunikations- oder Dienstleistungsbereich in virtueller Form nachgegangen wird.

Was die virtuelle Arbeit auf Crowdsourcing-Plattformen betrifft, so ist zunächst einmal zu berücksichtigen, dass es ganz unterschiedliche Plattformen gibt im Hinblick auf die Komplexität und Ganzheitlichkeit der dort angebotenen Arbeit und die vorausgesetzten fachlichen Qualifikationen der Crowdworker. Zunächst können Plattformen in unterschiedliche Typen unterteilt werden, die bereits verdeutlichen, welche Tätigkeiten Crowdwork beinhalten kann. Es werden Plattformen unterschieden, welche kleinste Routinetätigkeiten (Microtasks, s. unten) vermitteln, es gibt Plattformen für kreative Tätigkeiten (Kreativ-Wettbewerbe, s. unten das Beispiel zu 99designs), Marktplatz-Plattformen für Freelancer (s. Beispiel unten zu Upwork) sowie Testing-Plattformen (Software-Tests, App-Tests etc.) und Open Innovation-Plattformen (Leimeister et al., 2016). In der Literatur findet sich eine breite Diskussion zur Taxonomie von Crowdsourcing-Plattformen, die sich an unterschiedlichen Dimensionen orientieren (Leimeister et al., 2016; Rouse, 2010). Plattformen selber bieten ihrerseits unterschiedliche Aufgaben an. Für die Beschreibung des Tätigkeitsspektrums wird deshalb von einigen Autoren/innen die Komplexität der Arbeitstätigkeit als Kriterium der Systematisierung verwendet. So schlagen Hossfeld, Hirth und Tran-Gia (2012) vor, zwischen Routineaufgaben, komplexen und kreativen Aufgaben zu unterscheiden. Die drei Typen gehen fliessend ineinander über, lassen sich also nicht eindeutig trennen. *Routine-Aufgaben* sind tayloristische, d.h. einfache, sich wiederholende Aufgaben, die kein Vorwissen verlangen und relativ wenig Aufwand generieren. Diese Aufgaben werden auch als sog. *Micro Tasks* bezeichnet (z.B. Frei, 2009) und können mit wenigen Klicks erfüllt werden. Meistens sind solche Aufgaben repetitiv und monoton, so z.B. das Beurteilen von Emotionsausdrücken portraierter Personen, das Erfassen von Kaufbelegen oder das Recherchieren von E-Mail-Adressen (weitere Beispiele finden sich auf der Plattform von Amazons Mechanical Turk). *Komplexere Aufgaben* von Crowdworkern bestehen aus dem Erstellen von neuen Inhalten in Form von Texten, Wissensbeiträgen in Onlineenzyklopädien, Kommentaren, Produktebeschreibungen oder Tätigkeiten wie das Testen von Software, die Teilnahme an Umfragen. Schliesslich beinhaltet die dritte Kategorie der *kreativen Aufgaben* Entwicklungstätigkeiten (Software und Webentwicklung), das Lösen von komplexen Problemen und Forschungsfragen. Nicht selten sind die Crowdworker, welche

kreative Aufgaben übernehmen, Experten ihres Fachs. Die Grenzen von Laien und Professionellen bei komplexen Aufgaben dürften gemäss Hossfeld et al. (2012) fließend sein. Mit der steigenden Komplexität der Aufgabe gehen höhere Anforderungen an die Qualifikation einher.

Andere Autoren (Zhao & Zhu, 2014) sprechen ebenfalls von einer dreiteiligen Abstufung der Aufgaben nach den Kriterien Schwierigkeit oder Granularität: tiefe, mittlere und hohe Granularität oder einfache, mittlere und anspruchsvolle Aufgaben. Letztlich aber differenzieren diese Vorschläge vorwiegend zwischen den Micro Tasks («Clickwork»), d.h. sehr einfachen, monotonen Aufgaben, die sich nur knapp nicht durch Maschinen rationalisieren lassen und schwierigen, komplexen Aufgaben, die einer (kreativen) Entwicklung neuer Produkte, Konzepte, Programme oder einem Beratungsmandat entsprechen. Dazwischen liegt dann die dritte Form, bestehend aus Content generierenden Aufgaben, ganz ähnlich dem Vorschlag von Hossfeld et al. (2012).

Zwei Beispiele: Crowdsourcing bei 99designs und Upwork

Ein Plattformen-Beispiel für kreative oder anspruchsvolle Aufgaben ist die Plattform *99designs*, ein Marktplatz für Grafikdesign aller Art. Das Prinzip der Plattform basiert auf einem Wettbewerb zwischen den Crowdworkern, der durch die Auftragsausschreibungen der jeweiligen Kunden/-innen initialisiert wird. Abhängig von der Höhe des Preisgeldes reichen unterschiedlich viele Grafiker/innen ihre Vorschläge ein. Der/die Kunde/in wählt nach verstrichener Eingabefrist den/die Sieger/in des Wettbewerbes aus. Letztere/r erhält das Preisgeld für den Auftrag, alle anderen Mitbewerbenden hingegen haben das Nachsehen.

Ebenfalls in diese dritte Kategorie fallen Tätigkeiten, welche auf der Plattform von *Upwork* ausgeschrieben werden. Angesprochen werden gut qualifizierte Crowdworker der Bereiche IT-Entwicklung, Finanz-Buchhaltung und Beratung, Verkauf und Marketing. Die Eignung der Crowdworker wird vorerst mit einem online Test und später aufgrund von Kundenbewertungen verifiziert. Upwork richtet den gesamten Arbeitsvermittlungsprozess konsequent auf die Perspektive von Freelancern aus, die sich neben einer guten Qualifikation durch ein hohes Mass an Selbstbestimmung auszeichnen. Die Auftragsvergabe wird über Offerten geregelt, für welche die Freelancer einen bestimmten Betrag einer plattforminternen Währung bezahlen müssen. Und für erfolgreiche Auftragsabschlüsse werden schliesslich Labels vergeben, die in den Freelancer-Profilen sichtbar sind und die Chance für neue Aufträge erhöhen.

Diese Beispiele (ausführlicher bei Konrad & Pekruhl, 2017) zeigen, dass die Geschäftsmodelle auf den Plattformen abhängig von der Tätigkeit (auch im Vergleich zu den oben genannten Micro Tasks bei Mechanical Turk) ganz unterschiedlich gestaltet werden. Im Hinblick auf die Anstellungs- und Einkommenssicherheit stellen die vergleichsweise schlecht bezahlten Aufgaben bei Mechanical Turk oder die Grafik-Wettbewerbe bei 99desings die Crowdworker vor unterschiedliche Herausforderung.

2.3.4 Prävalenz und Relevanz

Im Jahr 2016 wurde geschätzt, dass weltweit rund 2'300² Crowdsourcing-Plattformen betrieben werden und dass sich die Anzahl der Beschäftigten auf diesen Plattformen jedes Jahr verdoppelt (Leimeister et al., 2016). In der Tat lässt sich auf den Webseiten der Plattformen beobachten, dass die angegebenen Zahlen zu den registrierten Arbeitskräften in erstaunlichem Ausmass wachsen. Der Überblick von Smith und Leberstein (2015) über einige der grösseren Plattformen weltweit lässt die Verbreitung der virtuellen Arbeitsform abschätzen. Die Autoren berichten, dass sich z.B. auf der Plattform *crowdsource.com* 8 Mio. Arbeitnehmende registriert haben, auf *crowdflower.com* 5 Mio. oder auf *clickworker.com* 700'000.

Diese Zahlen sind allerdings für eine Abschätzung der Verbreitung zu wenig präzise. Hierfür können verschiedene Gründe angeführt werden: Die Unschärfe der Begrifflichkeit (z.B. Vermischung von Gig und Crowdwork) erschwert die Vergleichbarkeit verschiedener Plattformen sowie die Interpretation erster Untersuchungen. Nicht alle Plattformen weisen ihre Registrierungszahlen aus und zudem lassen solche Angaben die sehr wahrscheinliche Möglichkeit ausser Acht, dass sich Crowdworker auf mehreren Plattformen gleichzeitig oder auf einer Plattform unter mehreren Identitäten registrieren können (Huws, Spencer, & Joyce, 2016). Dazu kommt, dass nicht alle registrierten Crowdworker überhaupt oder in gleichem Ausmass aktiv sind. Es ist ein immanentes Merkmal von Crowdsourcing, dass die Crowdworker selber bestimmen, welche Arbeitsaufträge (mit unterschiedlichem Umfang und Komplexität) sie zu welchen Zeiten annehmen. Zhao und Zhu (2014) gehen davon aus, dass der Anteil der registrierten, aber inaktiven Crowdworker jeweils besonders gross ist, bzw. dass ein relativ kleiner Anteil an Crowdworkern für eine grosse Mehrheit an Output sorgt. Kuek, Paradi-Guilford, Fayomi, Imaizumi und Ipeiritis (2015) schätzen, dass im Jahr 2013 weltweit 48 Mio. registriert und davon 4.8 Mio. aktiv waren, das entspricht einem Anteil von 10% aller registrierten Personen. Huws et al. (2016) bezeichnen Personen, welche sich bloss registrieren, aber keine Arbeitseinsätze leisten, als *Plattformtouristen*. Zudem wird vermutet, dass die aktiven Crowdworker nur für vergleichsweise kurze Dauer tatsächlich aktiv sind. Crowdsourcing zeichnet sich dahingehend durch eine hohe «Flüchtigkeit» der Arbeitnehmenden aus.

Eine weitere Möglichkeit zur Quantifizierung der Verbreitung von Crowdsourcing schlagen Kässli & Lehdonvirta (2018) mit ihrem Online Labour Market Index vor. Der Index misst die Anzahl Projekte und Aufträge, welche auf den fünf grössten englischsprachigen Plattformen weltweit ausgeschrieben werden. Das Volumen der Aufträge auf diesen Plattformen ist zwischen Frühling 2016 und Januar 2018 um 21% gewachsen (21 Index-Punkte) und scheint sich bis Ende 2018 zu stabilisieren (OECD, 2019). Im internationalen Vergleich kommen am meisten Onlinejobs aus den

² Die uneinheitliche Begriffsverwendung hat Implikationen für die Genauigkeit solcher Häufigkeitsangaben.

USA, gefolgt von England (UK), Indien und Australien. Von den Arbeitnehmenden kommt nur ein Fünftel aus den OECD-Ländern.

Weitere Zahlen werden von Studien geliefert, welche die Verbreitung von Crowdwork in Relation zur arbeitenden Bevölkerung untersuchten. Allerdings variieren die Ergebnisse dieser Studien recht deutlich, wie im Bericht der OECD (2019) festgehalten wird. Mit Fokus auf den deutschsprachigen Raum wird im Folgenden über Ergebnisse aus zwei Studien berichtet.

Huws, Spencer, Syrdal und Holts (2017) haben in repräsentativen Umfragen (in Zusammenarbeit mit europäischen Partnern: Foundation for European Progressive Studies FEPS und UNI Europa) in England, Schweden, Deutschland, Österreich, den Niederlanden, der Schweiz und Italien untersucht, wie viele Erwachsene im Alter zwischen 16 und 75 Jahren Arbeit auf Onlineplattformen im Sinne von Crowd- und Gigwork nachgehen. Die Abbildung 1 zeigt, dass zwischen 16% (Niederlande) und 34% (Österreich) schon einmal Crowdworking-Aufträge auf Plattformen gesucht haben (unabhängig davon, ob sie den Auftrag erhalten haben oder nicht). Diese Werte sind etwas höher als bei Gigwork, wo die Häufigkeiten zwischen 9% (Niederlande) und 24% (Schweiz) liegen. Abbildung 2 zeigt die Arbeitshäufigkeit all jener, die mindestens schon einmal einen Auftrag angenommen haben. Dabei wird nicht mehr zwischen Crowd- und Gigwork differenziert.

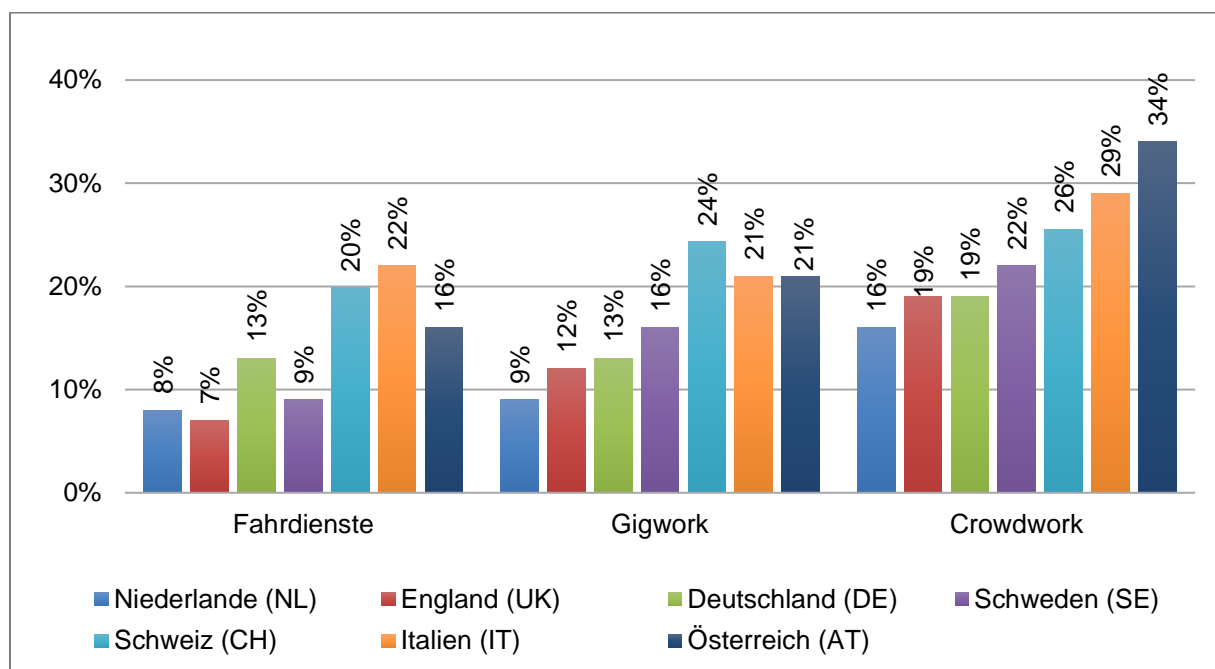


Abbildung 1: Anteil Personen, welche auf Plattformen Arbeit suchen, nach Huws et al. (2017).

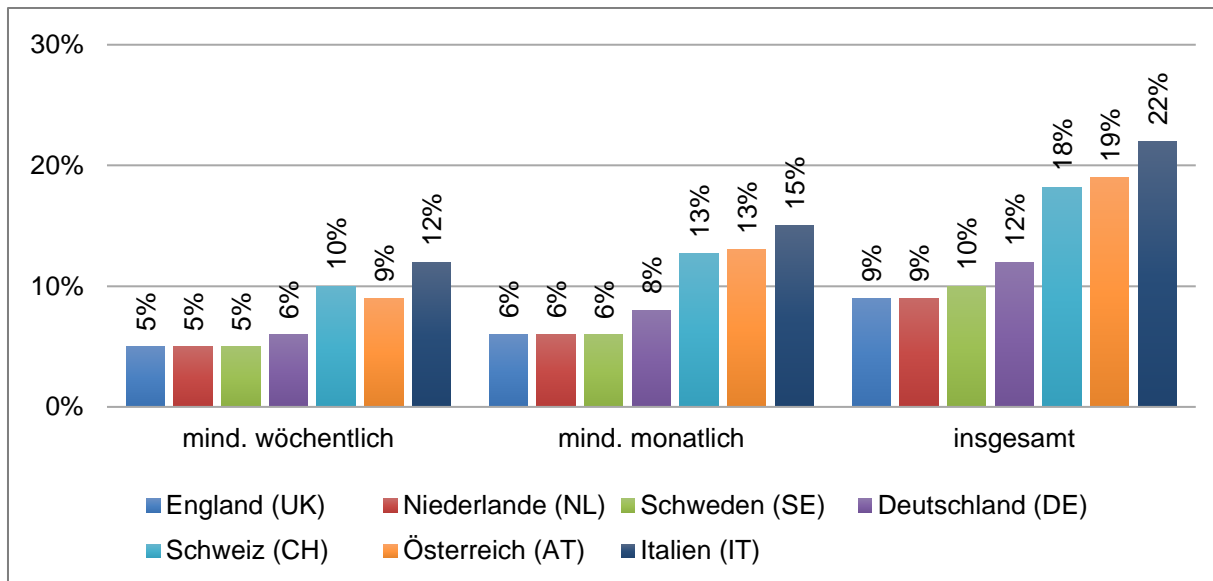


Abbildung 2: Arbeitshäufigkeit von Crowdworkern nach Huws et al. (2017).

Zwischen 9% (Niederlande) und 22% (Italien) der befragten Arbeitnehmenden haben schon einmal Gig- oder Crowdwork-Aufträge angenommen (vgl. Abbildung 2). Was die Arbeitshäufigkeit innerhalb der Gruppe der Crowd-/Gigworker betrifft, so geben in den sieben Ländern zwischen 5% (Niederlande, Schweden, England) und 12% (Italien) an, mindestens einmal pro Woche Aufträge über Plattformen auszuführen. Die Arbeitnehmenden aus der Schweiz, Österreich und Italien scheinen häufiger Aufträge über online Plattformen zu suchen und auch auszuführen. Die Autoren beider Studien (Huws et al., 2017) können auf Basis ihrer Ergebnisse noch keine Gründe für die vergleichsweise hohen Werte von Österreich, der Schweiz und Italien nennen und verweisen auf den Bedarf zukünftiger Untersuchungen. Bei den tatsächlich erledigten Crowdwork-Aufträgen reicht das Spektrum von komplexen, hochqualifizierten Tätigkeiten bis hin zu einfacher Klickarbeit. Aus dem Ländervergleich geht hervor, dass mehr als zwei Drittel der Arbeitnehmenden von Plattformen Büroarbeiten, Kurzaufträge oder einfachste repetitive Aufgaben am eigenen Computer erledigen (60-74%). Zwischen 52% und 65% gehen kreativen Aufgaben oder IT-Arbeiten, ebenfalls am eigenen Computer, nach. Die Werte aus der Schweizer Untersuchung liegen höher, Büroarbeiten, Kurz- und repetitive Aufgaben führen 81%, kreative oder IT-Arbeiten 75% der Befragten aus. Gemäss Huws et al. (2017) gaben die Schweizer/innen in der Umfrage diversere Arbeitstätigkeiten an als erwartet.

Ein weiterer Hinweis zur Verbreitung der Plattformtätigkeiten geht aus Fragen zu den Einkommensanteilen entsprechender Aufträge hervor (Huws et al., 2017). Obwohl nicht alle Plattformen Jobs im kommerziellen Bereich vermitteln, geben 33% (England), 36% (Schweden), 31% (Italien), 25% (Deutschland und Niederlande) und 14% (Österreich) der Plattformarbeitenden an, mehr als die Hälfte ihres Einkommens über Plattformen zu beziehen. 3% bis 11% berichten, das gesamte Einkommen auf diese Art zu erzielen.

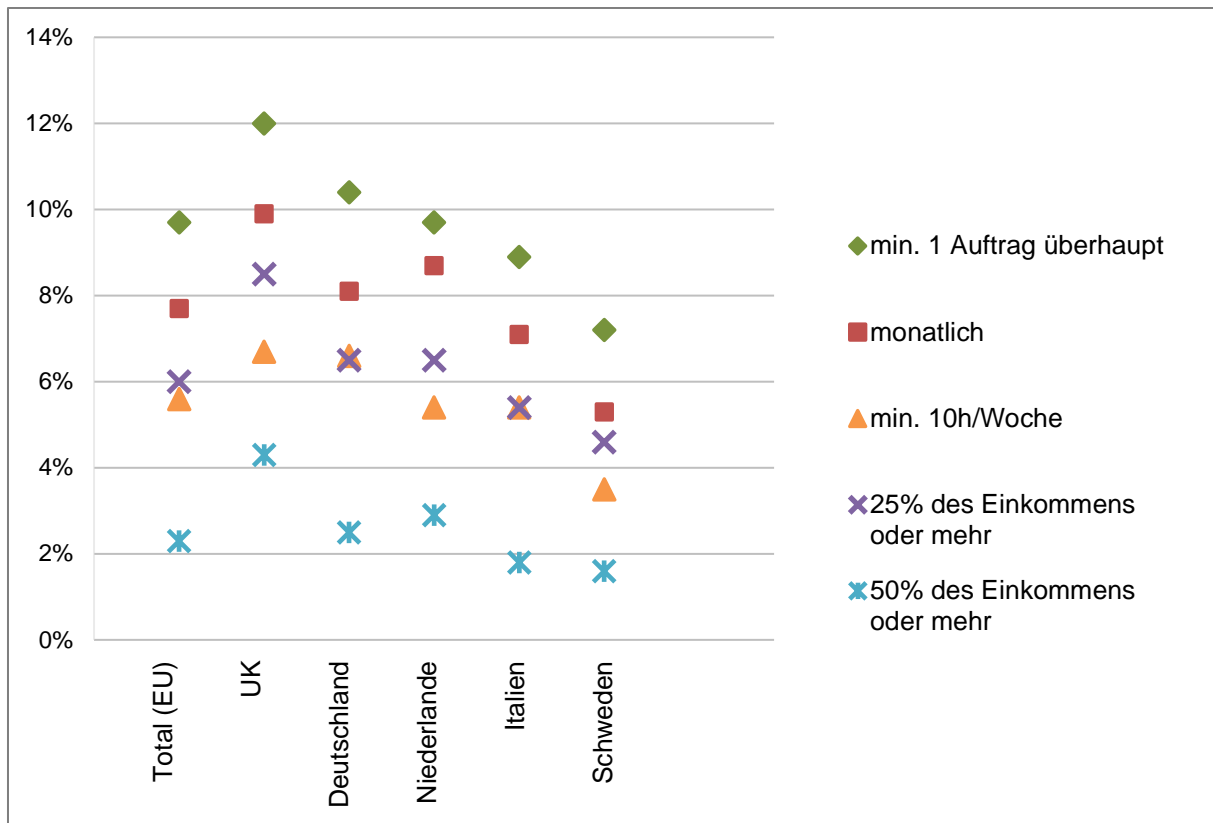


Abbildung 3: Arbeitshäufigkeit und Einkommen von Crowdworkern nach Pesole et al. (2018).
 Anmerkungen: Das Total bezieht sich auf 14 Länder Europas, die in der Studie von Pesole et al. (2018) berücksichtigt wurden. Abbildung 3 enthält nur Länder, die auch in der Studie von Huws et al. (2017) untersucht wurden.

Die zweite Studie (Abbildung 3), welche Angaben zur Verbreitung von Crowdwork in einem Ländervergleich innerhalb von Europa macht, ist jene von Pesole et al. (2018). Die Auswertungen dieser Studie basieren auf dem COLLEEM Survey, eine Panelbefragung über digitale Plattformen zur Vermittlung von Arbeit in 14 Mitgliedsländern der Europäischen Union. Im Vergleich zur Studie von Huws et al. (2017) liegen die Häufigkeiten bei Pesole et al. etwas tiefer. 9.7% der arbeitstätigen Bevölkerung haben mindestens schon einmal einen Auftrag auf einer Plattform ausgeführt, 7.7% tun dies monatlich, 5.6% mindestens während 10 Stunden pro Woche. Hinsichtlich des Einkommens von plattformvermittelter Arbeit zeigt sich, dass 6% der arbeitenden Bevölkerung mindestens einen Viertel und 2.3% mindestens die Hälfte ihres Einkommens über Plattformen verdienen. Im Ländervergleich zeigen sich beim Vereinigten Königreich über alle genannten Kriterien höhere Werte als bei den anderen Nationen. Dort geben 4.3% an, mehr als 50% ihres Einkommens mit Plattformarbeit zu erwerben.

Pesole et al. (2018) werten diese Zahlen dahingehend, dass trotz unterschiedlicher Zahlen in den Studien festgehalten werden kann, dass das Phänomen der plattformvermittelten Arbeit eine beachtliche Verbreitung erreicht hat:

«[...] it is, at the very least, an emerging phenomenon that has affected a significant number of workers, and that provides a small but perhaps important source of income to some of those workers too. Even a relatively small incidence implies a very important growth of this type of work in recent years, since until recently it did not even exist» (S. 20).

Die Studien liefern auch Hinweise zu den Crowd- und Gigworkern selber. Gemäss den Autoren Huws et al. (2017) sind Plattformarbeiter mehrheitlich jung (unter 34 Jahre), verglichen mit der Altersstruktur der Länderpopulationen. Betrachtet man jene, die wöchentlich über Plattformen arbeiten, sind mit Ausnahme der Niederlande und Italien mehr als die Hälfte der jeweils untersuchten Samples jünger als 34 Jahre. Gleichwohl ist Crowdwork keine Arbeitsform, der signifikant mehr Studierende nachgehen als andere Gruppen, wie gemäss Huws et al. (2016) fälschlicherweise angenommen werde. Wenn auch jüngere Personen recht häufig vertreten sind, so sind doch auch höhere Altersgruppen auszumachen. In England und Deutschland sind 11%, in Italien 13%, in den Niederlanden 17% der Befragten, welche via Plattformen Arbeitseinsätze leisten, über 55 Jahre alt (in Österreich 7% und der Schweiz 12%, in Schweden 9%). Dieses Ergebnis kann als Hinweis dafür betrachtet werden, dass Crowdsourcing in verschiedenen Lebensphasen und aus unterschiedlichen Motiven attraktiv sein kann.

Pesole et al. (2018) weisen zudem darauf hin, dass, im Vergleich zur arbeitenden Bevölkerung insgesamt, die Plattformarbeitenden ein höheres Ausbildungsniveau vorweisen. Während 35% der Bevölkerung eine höhere Ausbildung abgeschlossen haben, sind es bei den Plattformarbeitenden, welche über die Hälfte ihres Einkommens auf Plattformen erwerben, 55%. Gleichzeitig ist bei dieser Gruppe von Plattformarbeitenden auch der Anteil der gering Qualifizierten mit 12% vs. 19% deutlich tiefer.

Huws et al. (2017) kommen in ihrer Untersuchung zum Schluss, dass Crowd- und Gigworker im Vergleich zur gesamten arbeitenden Bevölkerung der jeweiligen Länder als heterogene und in starkem Wachstum begriffene Gruppe zu betrachten sei. Unterschiedliche Arbeitstätigkeiten (Crowd- und Gigwork) und Formen (z.B. auch Festanstellungen Teilzeit) variieren auch innerhalb der Personen (über die Zeit), was den Flexibilitätsgewinn durch Plattformarbeit mitunter auszeichnet. Die virtuelle Arbeitstätigkeit stellt einen substantiellen Anteil der ausgeführten Plattform-Tätigkeiten dar. Crowd- und Gigwork können in den Ergebnissen nicht immer unterschieden werden, was für zukünftige Studien wünschenswert wäre.

2.4 Zwischenfazit: Crowdwork, eine neue Arbeitsform

Das Kapitel 2 hat gezeigt, dass Crowdwork als erweiterte Form virtueller Arbeit betrachtet werden kann, zu deren Eigenschaften jene von Telearbeit zählen, ergänzt durch die vertragliche Flexibilisierung (Abbildung 4). Somit geht es bei Crowdwork um Arbeiten am Computer, medienvermittelte Kommunikation via Internet, hohe geographische Distanz der interagierenden Personen, Teams und Organisationen. Raum und Zeit werden überbrückbar, d.h. Arbeiten können zu beliebigen Zeiten und an beliebigen Orten ausgeführt werden. Diese räumlich-zeitliche Flexibilität wird bei Crowdwork durch die vertragliche Flexibilität (Reilly, 1998) ergänzt.

Insgesamt kann Crowdwork als ausgeprägte Form virtueller Arbeit und gleichzeitig als Mischform von Zeitarbeit, Arbeit auf Abruf und Freelancing verstanden werden, eine «virtuelle Arbeit ohne Anstellung». Arbeitsaufträge werden auf Plattformen im Internet bezogen, die Bezahlung erfolgt nach erfülltem Auftrag. Crowdworker interagieren online mit Plattformen, ggf. virtuellen Teams, die sich für einen Auftrag auf der Plattform zusammenfinden, mit Auftraggebern, mit anderen Crowdworkern in der Community. Es entstehen online multiple Arbeitsbeziehungen zu verschiedenen Parteien, die sich in Form und Intensität im Vergleich zu herkömmlichen Arbeitsverhältnissen unterscheiden. Eine Anstellung zu einem Arbeitgeber im herkömmlichen Sinne ist im Crowdworking nicht vorgesehen. Aus der Perspektive der Crowdworker kann vielmehr von einer organisationalen Entkoppelung gesprochen werden. Wie Abbildung 4 zeigt, liegt Crowdwork am anderen Ende der Dimension der organisationalen Zugehörigkeit als Merkmal virtueller Arbeitsformen nach Hertel et al. (2005). Diese veränderten Arbeitsbeziehungen haben Einfluss auf die Arbeitsidentität der Crowdworker. Dies führt zu Fragen, die umgangssprachlich lauten könnten: «Wo fühlen sich Crowdworker zugehörig?», «Wer sind sie?», «Wie beschreiben sie sich als Berufsleute?». Wenn berücksichtigt wird, dass die Arbeitsform des Crowdworkings auch mit anderen Arbeitsformen kombiniert wird, entsteht eine zunehmend komplexere Situation der Arbeitsbeziehungen, und daraus die Frage, inwiefern sich eine komplexer werdende Arbeitswelt auf die Identität der betroffenen Arbeitskräfte auswirkt. Die Konstitution der Arbeitsidentität der Crowdworker ist die zentrale Fragestellung dieser Arbeit. Um sich schrittweise möglichen Antworten zu nähern, folgt im nächsten Kapitel die Abhandlung zur theoretischen Grundlage des Identitätsbegriffs.

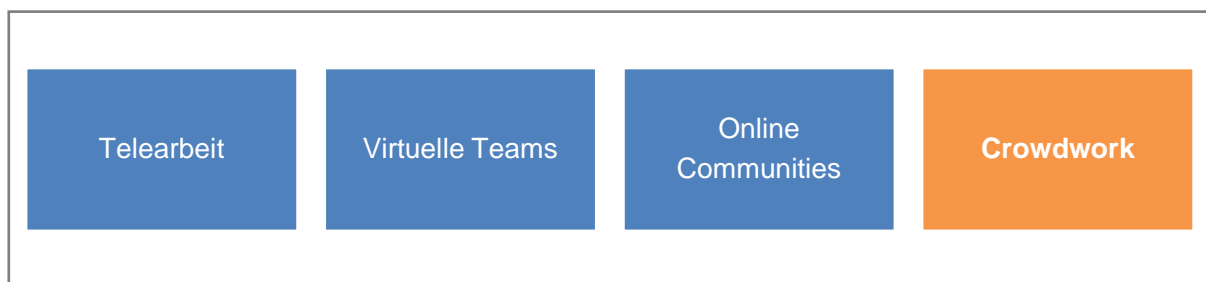


Abbildung 4: Konzeptionelle Verortung von Crowdwork, in Anlehnung an Hertel et al. (2005).

3 Soziale Identität

Identität ist ein viel beschriebenes Konzept, von zahlreichen Disziplinen bearbeitet und erforscht. Basis für die vorliegende Arbeit ist die *Soziale Identitätstheorie*, in deren Rahmen der Identitätsbegriff im Kapitel 3.1 definiert wird. Im Kontext von neuen flexibilisierten Arbeitsformen wie Crowdfunding verändert sich u.a. die organisationale Zugehörigkeit der Arbeitnehmenden, indem kein festes Anstellungsverhältnis mehr vorliegt und allfällige Kontakte virtuell ablaufen. Dieser Aspekt wird in Kapitel 3.2 aus Perspektive des Konzepts der *Organisationalen Identifikation* betrachtet. Organisationale Identifikation steht in Zusammenhang mit organisationalem Verhalten, Arbeitszufriedenheit, Wohlbefinden und Gesundheit. Identität wird aber auch losgelöst vom Arbeitskontext mit psychischer Gesundheit in Verbindung gebracht. Der Zusammenhang von Identität und Gesundheit folgt im Kapitel 3.3.

3.1 Social Identity Approach

Identität umfasst implizite und explizite Antworten auf die Frage «Wer bin ich?» (Ashforth et al., 2008; Crocetti, Avanzi, Hawk, Fraccaroli, & Meeus, 2014) und ist Teil des Selbstkonzepts, d.h. der Summe aller abstrakten und konkreten Erinnerungen über das Selbst (Campbell, 1990). Zu den Elementen dieser Selbst-Definition gehören Eigenschaften und Fähigkeiten der Person, Rollen und Gruppenzugehörigkeiten (Ashforth, 2001).

Die Frage nach der Identität kann in Bezug auf verschiedene Lebensbereiche gestellt werden. Da dem Arbeitsleben für viele Menschen eine besonders grosse Bedeutung zukommen dürfte, kann die Identität in Bezug auf Arbeitgeber (Organisation) und Beruf als Kerndimension der Identität verstanden werden (Crocetti et al., 2014; Hogg & Terry, 2000). Die Identität stellt allerdings über verschiedene Ansätze hinweg ein multidimensionales Konstrukt mit mehreren Subidentitäten dar, die in gewisser Beziehung zueinander stehen und abhängig vom sozialen Kontext sind (Miscenko & Day, 2015). Identität wird nicht nur in verschiedenen theoretischen Ansätzen, sondern auch in unterschiedlichen Disziplinen konzipiert und erforscht.

Die vorliegende Arbeit orientiert sich am *Social Identity Approach*, bestehend aus den miteinander verbundenen *Social Identity Theory* (SIT; Tajfel & Turner, 1979, 1986) und der *Self Categorization Theory* (SCT; Turner, Hogg, Oakes, Reicher, & Wetherell, 1987). Der Social Identity Approach wurde in etlichen, auch neueren Forschungsarbeiten zur Identität im Arbeitskontext als Grundlage eingesetzt (Ashforth et al., 2008). Im Zentrum dieses Ansatzes steht die Idee, dass sich Individuen selber definieren und dies in Beziehung zu ihrer Umwelt tun: «Wer denken sie, dass sie sind?» Diese Frage beantworten Individuen nicht nur im Hinblick auf ihre eigene Person («Ich bin ...») sondern auch in Bezug auf ihre soziale Umwelt («Wir sind...») (Jetten et al., 2012). Tajfel & Turner gehen davon aus, dass Individuen Mitglied in vielen sozialen Gruppen sind und dass diese ihr Selbst darüber definieren, in welchen Gruppen sie Mitglied sind.

Tajfel (1972) definiert soziale Identität als:

«[...] *individual's knowledge that he belongs to certain social groups together with some emotional and value significance to him of this group membership*» (S. 31).

Es geht folglich um die subjektiv empfundene Zugehörigkeit zu einer Gruppe. Diese Gruppenzugehörigkeit wird internalisiert und hat eine emotionale sowie eine evaluative Bedeutung – so das Zitat von Tajfel (1972). Eine soziale Gruppe wird vom Autor als kognitive Einheit beschrieben, die für das Individuum zu einem bestimmten Zeitpunkt wichtig ist. Mit dieser Einteilung in Gruppen schaffen Individuen einen Orientierungsrahmen und ordnen die soziale Welt: «they create and define the individual's place in society» (Tajfel & Turner, 1979, S. 59).

Turner et al. (1987) konkretisierten später in der *Self Categorization Theory* (SCT) den kognitiven Aspekt der Kategorisierung, d.h. der Zuteilung der eigenen Person und anderer Individuen zu sozialen Gruppen. Es geht dabei also um die Frage, wie Menschen denn überhaupt Mitglied einer Gruppe werden. Ausdrücklicher als die SIT postuliert die SCT, dass es verschiedene Levels der Identität (Gruppen und Selbst-Identität) gibt (Spears, 2011).

Gemäss Jetten et al. (2012) bedeutet dies, dass man, um das Verhalten von Individuen zu verstehen, berücksichtigen muss, wie sich Individuen selber in einem bestimmten Kontext verstehen (ob sich eine Person in einer spezifischen Situation als Individuum oder als Gruppenmitglied versteht). Dies deshalb, weil die Normen und Werte der Gruppe vom Individuum übernommen bzw. unter den Gruppenmitgliedern geteilt werden.

Diese Zuteilung wird im Sinne eines Prozesses als *soziale Identifikation* bezeichnet und entspricht der Wahrnehmung von Zugehörigkeit und des Einsseins mit der betreffenden Gruppe (Ashforth & Mael, 1989). Die Eigenschaften der Gruppe werden dabei in die eigene Identität integriert (Jetten & Pachana, 2012). Die Identifikation mit sozialen Gruppen oder Kategorien weist vier verschiedene Dimensionen auf: eine kognitive, evaluative, emotionale und eine konative Dimension (Tajfel & Turner, 1986; van Dick, 2004). Die emotionale und konative Dimension stellen die Konsequenzen der kognitiven und evaluativen Dimensionen dar.

- Kognitive Dimension: Welchen sozialen Kategorien (Gruppen) teilt sich ein Individuum selber zu? Diese Dimension betrifft die Selbst-Kategorisierung und wird als bestimmende Dimension betrachtet (Ashforth & Mael, 1989).
- Evaluative Dimension: Welche Eigenschaften werden den Gruppenmitgliedern beigemessen? Wird eine Gruppe positiv wahrgenommen, übertragen die Mitglieder der Gruppe diese positive Bewertung auf die eigene Person, d.h. die Gruppenmitgliedschaft wird als etwas Positives wahrgenommen: Wie gut sind wir im Vergleich mit anderen? Wie gut/positiv werden wir wahrgenommen? Die kognitive und die evaluative Dimension zusammen beschreiben den Umstand, dass sich Individuen vorwiegend Gruppen anschliessen oder Gruppenmitgliedschaften aufrechterhalten, welche von aussen positiv wahrgenommen werden.

- Emotionale Dimension: Welche Bedeutung hat eine Gruppenmitgliedschaft auf emotionaler Ebene? Individuen bewerten ihre Gruppenmitgliedschaft und die damit verbundenen positiven wie negativen Aspekte auf emotionaler Ebene.
- Konative Dimension: Inwiefern bildet sich die Identifikation im Verhalten eines Gruppenmitgliedes ab? Eine Gruppenmitgliedschaft kann verhaltenswirksam sein, Eigenmitglieder werden bevorzugt behandelt, Werte und Normen wirken sich auch auf das Verhalten aus.

3.1.1 Personale und soziale Identität

Kern des Social Identity Approach ist die Annahme, dass das Selbstkonzept aus einer personalen Identität und einer sozialen Identität besteht. Die personale Identität umfasst das Wissen über individuelle Charakteristika, Eigenschaften sowie Interessen der Person, während die soziale Identität beinhaltet, Teil einer sozialen Gruppe zu sein. Es geht dann um die Eigenschaften, Werte und Normen der sozialen Gruppe (Ashforth & Mael, 1989b).

Eine soziale Identität wird durch situative Hinweisreize aktiviert. Dem entsprechend werden zwei soziale Situationen als Extrempositionen auf einem Kontinuum unterschieden, in denen die Interaktionen zwischen Individuen durch ihre persönlichen Eigenschaften oder durch die Eigenschaften sozialer Gruppen bestimmt werden (Hornsey, 2008). Das Wissen über die eigene Person entsteht durch sozialen Vergleich, d.h. über das «Ich» vs. «Du». Wird in einer Interaktion eine Gruppenzugehörigkeit psychologisch salient, versteht sich eine Person nicht mehr als Einzelperson sondern als Mitglied der betreffenden sozialen Gruppe. Es geht dann nicht mehr um das «Ich» vs. «Du», sondern um ein «Wir» vs. «Ihr», d.h. der Vergleich findet nicht mehr auf Ebene der Person sondern auf der Gruppenebene statt (Jetten et al., 2012).

Individuen bilden kognitive Repräsentationen (oder Prototypen) von sozialen Kategorien, welche die Bedeutung und Normen, die mit dieser Kategorie assoziiert werden, enthalten (Hogg, Terry, & White, 1995). Wird eine soziale Kategorie in einer bestimmten Situation salient, werden die Individuen dieser Kategorie als austauschbare Exemplare, als Vertreter/innen der sozialen Kategorie betrachtet. Soziale Identifikation ist somit ein Prozess der *Depersonalisierung* und bildet die Grundlage für Gruppenphänomene (Turner et al., 1987). Die Beziehung zwischen den Gruppenmitgliedern wird durch die geteilte soziale Identität, d.h. durch die Eigenschaften, Werte und Normen der Gruppe und nicht mehr durch deren persönlichen Beziehungen und Eigenschaften bestimmt (Roccas & Brewer, 2002). Weil die geteilte soziale Identität im Vordergrund steht und diese auf die eigene Person übertragen wird, wird zwischen der eigenen Person und den Mitgliedern der Gruppe eine grosse Ähnlichkeit wahrgenommen (Selbststereotypisierung). Die personale Identität tritt in den Hintergrund, so dass zur Beschreibung und Einschätzung der eigenen Person die Eigenschaften der Gruppe herangezogen werden.

Mit der Identifikation mit einer sozialen Gruppe verändert sich also die Wahrnehmung der Individuen der In- und Outgroup aber auch deren Verhalten. Tajfel, Billig, Bundy und Flament (1971)

konnten diesen Effekt in einer Serie von Experimenten zum «Minimalgruppen-Paradigma» aufzeigen. Versuchspersonen wurden zufällig einer von zwei bedeutungslosen Gruppen zugeteilt, deren Mitglieder sie nicht kannten und zu denen sie während des Experiments keinen Kontakt hatten. Sie mussten kleine Geldbeträge je einem unbekanntem Mitglied der Eigen- und der Fremdgruppe verteilen. Die Autoren konnten beobachten, dass das Geld von den Versuchspersonen so verteilt wurde, dass die Mitglieder der Eigengruppe stets einen maximalen Betrag erhielten. Wenn durch die Verteilung des Geldes aber die Differenz der Beträge für die Mitglieder der Eigen- und der Fremdgruppe maximiert werden konnte, wurde sogar ein tieferer Betrag für das Mitglied der Eigengruppe in Kauf genommen. Das Ergebnis zeigt, dass sich in diesem Experiment allein die formale Zuordnung zu einer fiktiven Gruppe als handlungsleitend erweist. Die Eigengruppe wurde bevorzugt behandelt, die Outgroup benachteiligt.

3.1.2 Soziale Identität und Selbstwert

Ein zentraler Aspekt der Social Identity Theory ist die Verknüpfung von Gruppenmitgliedschaft und Selbstwert des Individuums. Eine Grundannahme der Theorie ist, dass Individuen nach einem positiven Selbstkonzept und hohem Selbstwert streben. Und die SIT geht auch davon aus, dass der Selbstwert durch die Gruppenmitgliedschaften (und damit durch die soziale Identität) beeinflusst, d.h. Selbstwert aus der Gruppenmitgliedschaft abgeleitet wird. Ein Mitglied einer hoch angesehenen Gruppe erfährt durch seine Mitgliedschaft ebenfalls Ansehen. Diese Bewertung von Gruppen wird durch ihre Mitglieder vorgenommen. Eine positive Bewertung der Eigengruppe wird zur positiven Bewertung des Individuums. Menschen sind daher bemüht, sich Gruppen anzuschließen resp. Gruppenmitgliedschaften aufrecht zu erhalten, die z.B. einen hohen sozialen Status haben.

Die Bewertung der eigenen Gruppe erfolgt auch im Vergleich mit anderen Gruppen. Dies ist eine weitere Grundannahme der sozialen Identitätstheorie. Oder anders ausgedrückt lautet die Annahme: Individuen definieren ihre Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe in Abgrenzung zu jenen, die nicht dazugehören (Tajfel & Turner, 1986), d.h. Bewertungen erfolgen durch den Vergleich der Eigengruppe mit der Fremdgruppe. Es wird unterschieden, wer ähnlich und wer verschieden resp. «besser» oder «schlechter» ist. Diese positive Differenz der Eigengruppe (positive soziale Distinktheit, Tajfel, 1972) kann erreicht werden, indem die Eigengruppe positiv von der Fremdgruppe (Aufwertung) resp. die Fremdgruppe negativ von der Eigengruppe (Abwertung) abgegrenzt wird. Individuen setzen sich dafür ein, ihren positiven Status durch entsprechendes Verhalten aufrechtzuerhalten, z.B. indem Mitglieder der Eigengruppe bevorteilt werden. Die Ergebnisse des oben zitierten Experiments (Minimalgruppenparadigma) können als Bestätigung dieser Annahmen betrachtet werden, weil die Versuchspersonen die Differenz der Beträge für Eigen- und Fremdgruppenmitglied maximierten. Zudem wurde im Experiment ersichtlich, dass es für eine Gruppenzugehörigkeit keine unmittelbare Interaktion mit den Mitgliedern der Gruppe braucht, entscheidend ist das Wissen um die Zugehörigkeit zur Gruppe.

3.1.3 Wahrnehmung und Struktur der sozialen Identität

Es besteht in der Literatur weitgehend Einigkeit, dass Individuen multiple soziale Gruppenmitgliedschaften haben (Roccas & Brewer, 2002). Individuen teilen sich mehreren sozialen Gruppen oder Kategorien zu. Nicht alle sozialen Identitäten sind aber in jeder Situation gleichermaßen relevant. Nach der Theorie werden soziale Identitäten durch den Kontext getriggert (Turner et al., 1987): Wann und aus welchem Anlass eine bestimmte Identität salient wird, ist eine Funktion der Zugänglichkeit (*Accessibility*) einer bestimmten Identität und deren Passung zum unmittelbaren Kontext (Hornsey, 2008). Wenn mehrere soziale Identitäten vorliegen, stellt sich neben der Aktivierung auch die Frage, wie diese Identitäten strukturiert sind und wie sie zueinander in Beziehung stehen. Diesbezüglich ging die Social Identity Theory ursprünglich von einer losen Hierarchie aus, in der je nach Kontext die saliente Identität (also eine Identität) «nach oben aufsteigt» und somit handlungsleitend wird (Ramarajan, 2014). Später wurden alternative Identitätsstrukturen diskutiert, bei denen zwei oder mehr Identitäten gleichzeitig salient werden oder Identitäten überlappen (Roccas & Brewer, 2002). So führen z.B. die Autoren Roccas und Brewer (2002) in diesem Zusammenhang das Konstrukt der *Social-Identity-Complexity* ein. Sie beschreiben damit das vom Individuum wahrgenommene Ausmass, wie stark seine sozialen Gruppenmitgliedschaften überlappen.

Ursprünglich entstand die soziale Identitätstheorie zur Beschreibung von Intergruppenprozessen im Hinblick auf Diskriminierung von Gruppen. Später wurde der Social Identity Approach in verschiedenen Bereichen angewendet. Einer davon ist die Organisationspsychologie und die Untersuchung von Gruppenprozessen in Unternehmen, die ihrerseits grosse soziale Gruppen mit vielen kleinen Untergruppen (Abteilungen, Teams etc.) darstellen. In diesem Bereich ist auch die Anwendung der Theorie für die Fragestellung der vorliegenden Arbeit zu verorten. Im nächsten Kapitel folgt nun eine Abhandlung zum Konstrukt der organisationalen Identifikation.

3.2 Organisationale Identifikation

Der erläuterte theoretische Ansatz der Social Identity Theory wurde von Ashforth und Mael (1989) auf den organisationalen Kontext übertragen. Sie schrieben einen vielfach beachteten Artikel, der den Ansatz als neues Paradigma des Studiums organisationalen Verhaltens vorschlug (Haslam & Ellemers, 2011). Die organisationale Identifikation ist einer der am häufigsten untersuchten Prozesse im Zusammenhang mit Arbeitsidentität (Miscenko & Day, 2015).

Eine Unternehmung selbst sowie verschiedene formale und informelle Gruppen innerhalb der Organisation (Arbeitsgruppe, Abteilungen, virtuelle Teams, Interessengruppen etc.) sind soziale Kategorien, denen sich Mitarbeitende im Sinne der SCT zuordnen. Damit bilden die Mitarbeitenden eine entsprechende *organisationale soziale Identität* sowie weitere Sub-Identitäten heraus: z.B. eine übergeordnete organisationale Identität, eine «Abteilungsidentität» und eine personale Identität (z.B. Kompetenzen und Fähigkeiten in Bezug auf die Tätigkeit). Hier zeigen sich die von der

SCT postulierten Abstraktionslevel der Identität. Eine übergeordnete und breite soziale Kategorie (z.B. die berufliche Kategorie «Wissenschaftler») inkludiert die untergeordnete und spezifischere Kategorie (z.B. «theoretischer Physiker»).

Ashforth und Mael (1989) definieren organisationale Identifikation als die wahrgenommene Zugehörigkeit oder das wahrgenommene Einssein der Mitarbeitenden mit ihrer Organisation, wobei sich die Mitarbeitenden als Mitglied der Organisation verstehen. Entsprechend den Ausführungen zur sozialen Identität stellt die Organisation den spezifischen Kontext dar, d.h.

«The individual's organization may provide one answer to the question, Who am I? Hence, we argue that organizational identification is a specific form of social identification.» (Ashforth & Mael, 1989, S. 22).

Eigenschaften der Organisation werden dabei ins eigene Selbstkonzept inkludiert. Die organisationale Identifikation ist folglich organisationsspezifisch. Um die Bedeutung der organisationalen Identifikation für ein Unternehmen zu beschreiben, sei an dieser Stelle auf den handlungsleitenden Effekt in Zusammenhang mit dem Minimalgruppenparadigma hingewiesen, der sich im organisationalen Kontext replizieren liess (Ashforth & Mael, 1989). Die Quintessenz daraus war, dass eine geteilte soziale Identität das Gruppenverhalten erst ermöglicht, so wie eine organisationale Identität organisationales Verhalten zulässt (Haslam, Postmes, & Ellemers, 2003). Das Motiv des positiven Selbstkonzepts fördert Verhalten, das die Ingroup (z.B. die Organisation) hervorhebt, begünstigt und nach aussen abgrenzt. Die Gruppenmitglieder sind bestrebt, den damit verbundenen positiven Selbstwert aufrecht zu erhalten.

Nach Dutton, Dukerich und Harquail (1994) führt eine starke organisationale Identifikation dazu, dass die Ziele der Organisation verinnerlicht und zu den eigenen werden, dass eine loyale und «folgsame» Arbeitsbeziehung zur Organisation und den Vorgesetzten entstehen kann und dass die Bereitschaft erhöht wird, *Extrarollenverhalten* bzw. *Organizational Citizenship Behavior* zu zeigen (d.h. sich über die vertraglich geregelte Aufgabenerfüllung hinweg freiwillig für die Organisation zu engagieren ohne dafür eine Gegenleistung zu erwarten; vgl. Organ, 1997). Die organisationale Identifikation steht damit in Beziehung zum Arbeitsverhalten, zur Leistung des Individuums und zur Leistung der Organisation.

Eine geteilte organisationale Identität fördert kommunikative Prozesse und die Produktivität von Gruppen. Haslam und Ellemers (2011) beschreiben diesen Zusammenhang dahingehend, dass Mitglieder einer Gruppe sich konform zu geteilten Gruppennormen verhalten. Individuelle Einstellungen und Ansichten werden organisiert und in einen Konsens überführt. Dadurch werden gemeinsame Werte und Verhaltensweisen geschaffen und internalisiert, die schliesslich zu einem gemeinsamen Verständnis und Kollaboration führen. Oder wie es Cruwys, Haslam, Dingle, Haslam und Jetten (2014) formulieren:

«[...] in the world at large, social identities (e.g., where «us» encompasses one's family, one's workgroup, one's church, one's neighborhood community, etc.) provide the basis for

networks of shared meaning and activity that bind people together and allow for coordinated goal-oriented endeavor» (S. 218).

Organisationale Identifikation steht auch in Beziehung zur Arbeitseinstellung, z.B. zur Arbeitszufriedenheit (van Dick, van Knippenberg, Kerschreiter, Hertel, & Wieseke, 2008). Wegge, van Dick, Fisher, Wecking und Moltzen (2006) haben untersucht, welchen Einfluss die Tätigkeit (mit unterschiedlichem Motivationspotential) und die organisationale Identifikation auf Arbeitsmotivation und Wohlbefinden bei Call-Center Mitarbeitenden haben. Sie konnten zeigen, dass die organisationale Identifikation einen eigenen Erklärungsbeitrag für Arbeitszufriedenheit, Fluktuationsabsicht, OCB und Wohlbefinden (weniger Gesundheitsbeschwerden, emotionale Erschöpfung und Depersonalisierung) leistet, wobei der Effekt der organisationalen Identifikation sogar etwas stärker war als jener der Tätigkeit.

Der Verlust einer Identität, z.B. im Rahmen einer Reorganisation, stellt eine Bedrohung des Selbstwertes dar und führt in der Folge zu reaktivem Verhalten der betroffenen Mitarbeitenden (Haslam & Ellemers, 2011). Die Konsequenzen einer Abwertung der Identität oder gar eines Identitätsverlustes äussern sich in ausgeprägten Stressreaktionen (Haslam & Reicher, 2006). Fonner und Roloff (2012) weisen darauf hin, dass auch der umgekehrte Zusammenhang vorliegen kann. Die Autoren berichten Ergebnisse, wonach Stresserleben aufgrund von Unterbrechungen zur Schwächung der organisationalen Identifikation führt.

Abschliessend sei darauf hingewiesen, dass in der Literatur eine Unschärfe zwischen dem Konzept der organisationalen Identifikation und dem organisationalen Commitment besteht (Ashforth & Mael, 1989). Riketta (2005) zeigt in einer Meta-Analyse, dass die beiden Konzepte hoch korrelieren ($r = .78$) und dabei 61% geteilte Varianz aufweisen. Die Unschärfe ist gemäss Riketta auch auf jeweils unterschiedliche Skalen zurückzuführen. Konzeptionell betrachtet besteht einer der Unterschiede zwischen den beiden Konzepten darin, dass bei organisationalem Commitment das Selbst und die Organisation zwei separate Einheiten bleiben (Ashforth et al., 2008). Entsprechend lassen sich organisationales Commitment und Identifikation empirisch auch differenzieren (Ashforth et al., 2008; Riketta, 2005). An dieser Stelle soll nicht mehr weiter auf die Unterscheidung der beiden Konzepte eingegangen werden.

3.3 Soziale Identität und Gesundheit

Verschiedene Studien haben den Zusammenhang zwischen sozialer Identität und Gesundheit untersucht. Gemäss Haslam, Jetten, Postmes, und Haslam (2009) hat das Zusammenleben in Gruppen einen bedeutenden Einfluss auf den Gemütszustand und auf die Befähigung, sich mit der Umwelt einzulassen. Jetten et al. (2012) gehen davon aus, dass soziale Kontakte zu Mitmenschen, soziale Netzwerke, das «Eingebettetsein in einer Gemeinschaft» basale psychische Bedürfnisse sind, die sich auf die Gesundheit auswirken. Der Ansatz der sozialen Identität stellt einen Weg dar, die Mechanismen zwischen dem sozialen Vernetztsein und Gesundheit zu erklären

(Jetten et al., 2012). Besonders daran ist, dass nicht die Anzahl sozialer Kontakte, sondern *die subjektive Wahrnehmung der Zugehörigkeit*, d.h. die Identifikation mit sozialen Gruppen, entscheidend ist für den Einfluss auf die Gesundheit (Miller, Wakefield, & Sani, 2016; Sani, Herrera, Wakefield, Boroch, & Gulyas, 2012). In der Folge wirken soziale Identitäten als Ressource, sind eine Basis für soziale Unterstützung, haben einen Einfluss auf die Bewertung von Krankheits-Symptomen und –Reaktionen und beeinflussen gesundheitsbezogene Normen und Verhalten (Haslam et al., 2009).

Wenn vom Zusammenhang von sozialen Identitäten und Gesundheit die Rede ist, verbergen sich hinter dem Gesundheitsbegriff unterschiedliche Konzepte und Operationalisierungen (z.B. Gesundheitsverhalten, Depressions- oder Burnout-Werte usw.). Aus diesem Grund soll im nächsten Kapitel auf den Gesundheitsbegriff eingegangen werden.

3.3.1 Zum Gesundheitsbegriff

Es sind zwei Begriffe, die an dieser Stelle genauer beschrieben werden sollen: *Psychische Gesundheit* und *Wohlbefinden*. Beide Begriffe tauchen im Zusammenhang mit Studien zu sozialen Identitäten aber auch später bei Bezügen zur virtuellen Arbeitsform immer wieder auf.

Psychische Gesundheit steht für den subjektiv wahrgenommenen Zustand des Wohlbefindens, «[...] in which the individual realizes his or her own abilities, can cope with the normal stresses of life, can work productively and fruitfully, and is able to make a contribution to his or her community» (Bericht der WHO: Herrman et al., 2005, S. 18). Ein zentraler Aspekt dieser Definition ist, dass psychische Gesundheit und Wohlbefinden nicht der blossen Abwesenheit psychischer Krankheit entsprechen. Es geht basierend auf dem Salutogenese-Ansatz nach Antonovsky (1979) um die Unterscheidung von der Abwehr von krankmachenden (pathogenen) Risikofaktoren und dem Aufbau von (salutogenen) Ressourcen, die den Gesundheitszustand erhalten oder verbessern (vgl. Ryan & Deci, 2001).

Wohlbefinden (*Well-Being*) wird in der Literatur einerseits als übergreifendes Konstrukt oder Sammelbegriff beschrieben und mit verschiedenen Variablen gesundheitsbezogener Auswirkungen von Arbeit operationalisiert, wie z.B. Arbeit-Familien-Konflikt, Arbeitszufriedenheit, Autonomie, Rollenstress und Depression (z.B. Kossek et al., 2011; Vega, Anderson, & Kaplan, 2015). Andererseits wird Wohlbefinden als Konstrukt im engeren Sinne begriffen, wozu eine Reihe von verschiedenen Definitionen vorliegen (für eine Übersicht, s. Taris & Schaufeli, 2015). Eines dieser Konstrukte ist das subjektive Wohlbefinden (SWB), das nach Diener und Larsen (1993) einen affektiven Zustand beschreibt, der sich aus dem Verhältnis von positivem und negativem Affekt ergibt, d.h. Wohlbefinden entsteht dann, wenn der Anteil an positivem Affekt gegenüber dem negativen überwiegt. Taris und Schaufeli (2015) differenzieren darauf aufbauend zwischen kontextfreiem und bereichsspezifischem Wohlbefinden (z.B. in Bezug auf die Arbeit) sowie zwischen affektiven und multidimensionalen Ansätzen (z.B. *Psychological Well-Being* mit sechs Dimensionen). Gemäss den Autoren stellt die affektive Dimension über verschiedene (multidimensionale)

Ansätze hinweg eine Schlüsseldimension des Wohlbefindens dar, die mitunter im Arbeitskontext Anwendung findet. Eine gewisse Unschärfe besteht je nach Konzeption in Abgrenzung zu Zufriedenheit (*Happiness*) oder allgemeiner Lebenszufriedenheit (*Life Satisfaction*).

In der vorliegenden Arbeit werden die beiden Begriffe genauso wie in einigen der zitierten Studien als übergeordnete Sammelbegriffe verwendet, zumal es in der vorliegenden Studie nicht um die spezifischen Zusammenhänge geht, die erforscht werden.

3.3.2 Soziale Identität als Ressource

Nach Jetten (2016) stellen soziale Identitäten eine Ressource im Sinne eines Fundamentes dar, das in Zeiten der Veränderung und der Unsicherheit Stabilität schafft und eine Perspektive bietet, die Welt um sich herum erklären zu können. Zudem entsteht durch eine soziale Gruppenmitgliedschaft der Zugang zu sozialer Unterstützung in dieser Gruppe (Haslam et al., 2009). Persönliche Ziele (inkl. Arbeitsziele) können erreicht und Herausforderungen bewältigt werden (Jetten, 2016). Insofern ist soziale Identität funktional und kann als Ressource begriffen werden.

Bevor weiter auf die Bedeutung sozialer Identitäten als Ressourcen eingegangen wird, soll zuerst der Ressourcen-Begriff theoretisch verortet werden, und zwar mit Hilfe des *Job-Demands-Resources Model* (JDR; z.B. Demerouti, Bakker, Nachreiner, & Schaufeli, 2001). Das JDR Modell geht von der Annahme aus, dass eine Arbeitsstelle inklusive ihrer Umgebung spezifische Charakteristika aufweist, welche mit psychischem Wohlbefinden in Verbindung stehen, und dass Gesundheit und Wohlbefinden dann entstehen, wenn positive und negative Merkmale in Balance zueinander stehen (Schaufeli & Taris, 2014). Gemäss dem Modell lassen sich die Charakteristika in die zwei Kategorien der *Anforderungen (Demands)* und *Ressourcen (Resources)* einteilen (Bakker & Demerouti, 2007). Als *Arbeitsanforderungen* gelten alle physischen, psychischen, sozialen und organisationalen Arbeitsmerkmale (z.B. Zeitdruck, Rollenkonflikte, Unterbrechungen), welche physische oder geistige Anstrengungen erfordern und mit entsprechenden Kosten verbunden sind. Zu den *Arbeitsressourcen* zählen die physischen, psychischen, sozialen und organisationalen Faktoren (z.B. Kompetenzen, Autonomie, soziale Unterstützung), welche zur Erreichung von Arbeitszielen beitragen, Belastungen reduzieren oder das persönliche Wachstum und die Entwicklung fördern (Demerouti et al., 2001). Die Arbeitsressourcen helfen, mit den durch die Arbeit verbundenen Anforderungen umzugehen.

Im Rahmen des Modells wird von zwei verschiedenen Prozessen im Zusammenhang von Arbeit und Gesundheit ausgegangen (Bakker & Demerouti, 2007). Der erste Prozess führt von den Anforderungen zu den Beeinträchtigungen. Arbeitsanforderungen sind gemäss Bakker und Demerouti nicht zwingenderweise negativ, können aber zu Beeinträchtigungen führen, wenn die Anforderungen länger andauern und sich das Individuum von den physischen und psychischen Anstrengungen nicht mehr angemessen erholen kann und erschöpft ist. Der zweite Prozess zeigt, dass Arbeitsressourcen allein bereits eine positive Wirkung haben, indem sie via Arbeitsmotivation das Engagement und die Leistung bei der Arbeit fördern.

Das Modell unterstellt des Weiteren Verbindungen zwischen den beiden Prozessen in Form von Interaktionseffekten der Arbeitsressourcen und Belastungen (Demerouti et al., 2001). Ressourcen wirken als Puffer gegen negative Effekte der Arbeitsbelastungen, d.h. dass z.B. soziale Unterstützung bei hohem Zeitdruck potentielle Gesundheitsbeeinträchtigungen (z.B. Burnout) abfedern kann. Die zweite Interaktion bezieht sich auf den Einfluss von Arbeitsbelastungen auf den Zusammenhang von Ressourcen und Arbeitsmotivation. Diese Haupt- und Interaktionseffekte konnten empirisch bestätigt werden (Bakker & Demerouti, 2007).

Vor dem Hintergrund des JDR-Modells nun wieder zurück zum Zusammenhang von sozialer Identität und Gesundheit. Gemäss dem *Social Identity Approach* steht die Mitgliedschaft in einer Gruppe in Zusammenhang mit positivem Selbstwert, d.h. dass sich Individuen bevorzugt einer positiv bewerteten Gruppe zuordnen (Tajfel et al., 1971). Die soziale Identität kann alleine bereits einen positiven Effekt auf das Wohlbefinden haben, dies in Übereinstimmung mit den beschriebenen Prozessen des JDR-Modells. Riketta (2005) findet in einer Metastudie einen starken Zusammenhang zwischen organisationaler Identifikation und Arbeitszufriedenheit. Wegge et al. (2006) können den Zusammenhang zu Wohlbefinden aufzeigen. Eine experimentelle Studie zum Gesundheitszusammenhang von Häusser, Kattenstroth, van Dick und Mojzisch (2012) zeigt, dass eine geteilte soziale Identität die stressinduzierte Kortisol-Reaktion abdämpfen kann. Die Autoren heben hervor, dass das blossе Bewusstsein eines Individuums, zusammen mit anderen etwas durchzustehen und nicht allein zu sein, allfällige Stressreaktionen zu lindern vermag. Van Dick und Haslam (2012) schlagen auf Basis verschiedener Studienergebnisse ein integratives Modell vor, das den Zusammenhang zwischen organisationaler Identifikation und den beiden abhängigen Variablen Stress und Wohlbefinden erklärt. Im Modell gehen die Autoren von einem Haupteffekt einer sozialen Identifikation (mit einer Arbeitsgruppe oder der gesamten Organisation) auf Wohlbefinden (positiv, fördernd) und auf Stress (negativ, reduzierend) aus. Ihr Modell enthält zudem einen Pfad von der Identifikation über die soziale Unterstützung und die kollektive Reaktion einer sozialen Gruppe auf Stressoren.

Andere Studienergebnisse verweisen auf den umgekehrten Zusammenhang, d.h., dass Stresserleben zu einer beeinträchtigenden Wirkung auf die organisationale Identifikation führt (Fonner & Roloff, 2012). Zudem kann die Identifikation mit einer Organisation (oder Team) auch negative Auswirkungen auf die Gesundheit haben, wenn eine Überidentifikation vorliegt. Gemäss Avanzi, Schuh, Fraccaroli und van Dick (2015) besteht ein kurvilinearer Zusammenhang zwischen Arbeitssucht (*Workaholism*) und Identifikation. Das bedeutet, dass ab einem kritischen Identifikationsniveau die Wahrscheinlichkeit für Gesundheitsbeeinträchtigungen erhöht ist.

Zusammenfassend sei auf Cruwys et al. (2014) hingewiesen, welche in ihrem Review psychologische Prozesse aufzeigen, die auf der Basis von sozialer Identifikation zustande kommen und gesundheitsförderlich (Reduktion von Depressionswerten) wirken. Eine soziale Identität ist gemäss Autoren eine Ressource, die auf vier verschiedenen Wegen vor Depression schützt: Sie bildet die Grundlage für Zugehörigkeit und Gemeinschaftsgefühl, sie zeigt auf, wo man selber

«hingehört». Soziale Identität erleichtert es, hilfreiche soziale Unterstützung (emotionaler, kognitiver, instrumenteller Art) aus der Gruppe zu erhalten. Gesundheitsverhalten wird durch die Mitglieder der Gruppe beeinflusst (sozialer Einfluss). Und soziale Identität stiftet durch die in der Gruppe geteilte Wahrnehmung Sinnhaftigkeit und Orientierung in der sozialen Umwelt.

3.3.3 Globales Bedürfnis nach Zugehörigkeit vs. soziale Isolation

Greenaway, Wright, Willingham, Reynolds und Haslam (2015) untersuchten in ihrer Studie den Mechanismus des Zusammenhangs von sozialer Identität und Gesundheit. Bisher haben man zeigen können, dass die soziale Identität als Ressource zu verstehen sei, nicht aber, wie sich diese konstituiert. Der Ansatz der Autoren geht davon aus, dass soziale Identitäten dazu beitragen, ein Bündel psychischer Bedürfnisse (*Global Psychological Needs*) als gesamtes zu befriedigen. Hierzu gehören die Bedürfnisse nach *positivem Selbstwert*, nach *Gefühlen der Zugehörigkeit*, nach *Kontrolle* und das *Bedürfnis nach einem sinnerfüllten Leben*, welche alle auch in Zusammenhang mit internalisierten sozialen Identitäten stehen. Die Bedürfnisse werden nicht als statische Elemente verstanden, die stets gleichermassen durch soziale Identitäten befriedigt werden. Vielmehr sind soziale Identitäten und die damit verbundenen Bedürfnisse kontextspezifisch und in ihrer Bedeutung unterschiedlich. Um die vielfältige Wirkung messen zu können, wurden die vier Bedürfnisse als kombiniertes Konstrukt der *Psychological Need Satisfaction* untersucht, genauer noch der Einfluss eines Gewinns oder Verlustes einer sozialen Identität auf die *Need Satisfaction* und in der Konsequenz auf Depression. In drei experimentellen Settings (im Längs- und Querschnitt) konnten Greenaway und Kollegen (2015) zeigen, dass *Need Satisfaction* die Beziehung zwischen sozialer Identität und Depression mediiert. Der Gewinn einer sozialen Identität unterstützt also die Erfüllung globaler psychischer Bedürfnisse und beeinflusst dadurch die Gesundheit positiv (reduzierte Depressionswerte). Umgekehrt behindert der Verlust einer sozialen Identität die Befriedigung dieser Bedürfnisse und beeinträchtigt damit die Gesundheit (in der Studie in Form von erhöhten Depressionswerten).

Dem Zugehörigkeitsgefühl gegenüber stehen Gefühle der Einsamkeit, gegebenenfalls aufgrund sozialer Isolation, welchen im Umkehrschluss zu den genannten Ausführungen eine stark beeinträchtigende Wirkung auf die Gesundheit attestiert werden kann. Die entscheidende Frage dabei ist allerdings, wie die soziale Isolation erlebt wird, d.h. ob das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe dadurch reduziert wird. Bei virtueller Arbeit ist die drohende soziale Isolation für Telearbeitende ein bedeutendes Risiko (Golden, 2009), bedingt durch die Intensität der Arbeitsform, die organisationale Entkoppelung und den Kontext, in dem der Arbeit nachgegangen wird. Soziale Isolation kann zu verminderten Kontakten führen und dazu, dass Bedürfnisse nach Austausch oder Unterstützung, nach dem Teilen von Sorgen und Ängsten nicht befriedigt werden können (Jetten, Haslam, Haslam, Dingle, & Jones, 2014).

3.3.4 Soziale Identität und Umgang mit Stress

Stresserleben ist gemäss dem transaktionalen Modell von Folkman und Lazarus (1980) abhängig von der Bewertung des Stressors und der Coping-Ressourcen. Das transaktionale Modell ist ein prozessorientierter Ansatz, der davon ausgeht, dass individuelle Unterschiede sowie die subjektive Wahrnehmung und Einschätzung von Stressoren und Ressourcen das Stresserleben beeinflussen. Diese Aspekte werden im JDR-Modell noch kaum berücksichtigt (Mark & Smith, 2012). Dem transaktionalen Modell liegen zwei voneinander abhängige Bewertungsprozesse zugrunde. Im *Primary Appraisal* wird die potentielle Bedrohung von Stressoren bewertet. Im Falle eines bedrohenden Stressors wird im *Secondary Appraisal* evaluiert, ob adäquate Ressourcen respektive Coping-Strategien (kognitiv oder behavioral) und Erfahrungen vorhanden sind, um den Stressor zu bewältigen. Wenn ein Stressor folglich als nicht bedrohlich eingestuft wird oder aber genügend Ressourcen respektive Strategien vorhanden sind, mit dem Stressor umzugehen, ist es unwahrscheinlich, dass Stress empfunden und das Wohlbefinden beeinträchtigt wird. Allerdings muss das Coping-Verhalten nicht notwendigerweise erfolgreich verlaufen. In beiden Bewertungsprozessen können Fehleinschätzungen vorkommen, nicht zuletzt liegen auch im Coping-Verhalten individuelle Unterschiede vor (Mark & Smith, 2012). Gemäss van Dick und Haslam (2012) stellt die stark individuelle Perspektive des Modells eine Einschränkung in dessen Aussagekraft dar. Die Autoren verweisen darauf, dass auch externale Einflüsse den Bewertungsprozess beeinflussen, z.B. kulturelle Unterschiede in Unternehmungen, Normen und Werte, welche mitbestimmen, wie die Mitglieder einer Organisation (oder eines Teams) mit Stressoren gemeinhin umgehen.

Van Dick und Haslam (2012) gehen davon aus, dass der Zusammenhang von organisationaler Identifikation auf Stress davon abhängt, wie relevant ein Stressor für die saliente Identität ist. Das heisst, dass die soziale Identität die Beurteilung eines Stressors bezüglich seiner Bedrohung beeinflusst und dass die Beurteilung nicht nur eine individuelle, sondern eben auch eine soziale Dimension aufweist. Die Ergebnisse von Avanzi et al. (2015) gehen in eine ähnliche Richtung. Sie zeigen, dass nicht nur die Beurteilung des Stressors, sondern auch die Beurteilung der zur Verfügung stehenden Ressourcen von der sozialen Identität abhängig sind. In der Studie von Avanzi et al (2015) wurden die soziale Unterstützung und die wahrgenommene *kollektive Effektivität* als Mediatoren im Zusammenhang von organisationaler Identifikation und Burnout untersucht. Ob eine soziale Gruppe als Ressource dient, hängt von der wahrgenommenen Effektivität der Gruppe ab. Eine geteilte organisationale Identität erhöht in der Studie die Wahrscheinlichkeit, soziale Unterstützung zu erhalten, welche ihrerseits das Gefühl der wahrgenommenen kollektiven Effektivität fördert, gleichzeitig aber auch direkt einen reduzierenden Einfluss auf Burnout hat. Soziale Identitäten führen zu einem gemeinsamen Verständnis darüber, welche Unterstützung in welcher Situation adäquat ist und haben somit einen Einfluss darauf, welche Unterstützung angeboten wird und wie sie erlebt wird (Haslam, Reicher, & Levine, 2012). Das heisst, dass «the giving, receiving, and interpreting of various forms of support is always structured by the identity-based relationships between those who give and receive it» (Jetten et al., 2014, S. 115). Die Effektivität des sozialen Supports ist abhängig von der Übereinstimmung der involvierten sozialen

Identitäten (Frisch, Häusser, van Dick, & Mojzisch, 2014). Gemäss Avanzi et al. (2015) ist davon auszugehen, dass die geleistete Unterstützung eines stark mit der Gruppe identifizierten Mitgliedes auch das erfolgreiche Funktionieren der Gruppe selber fördert und daher auf das hilfeleistende Mitglied zurückfällt. Folglich ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich Gruppenmitglieder gegenseitig unterstützen grösser als bei Individuen verschiedener Gruppen.

Für die vorliegende Arbeit ist besonders von Bedeutung, welchen Erklärungsmehrwert die soziale Identität in Zusammenhang mit der neuen Arbeitsform der Crowdworker spielt. Aufgrund der diskutierten Aspekte wird davon ausgegangen, dass durch die Virtualisierung und die Verteilung der Arbeit, d.h. durch die zunehmende Anzahl an Arbeit- und Auftraggeber, herkömmliche Identifikationsziele wie jenes der Organisation an Bedeutung verlieren. Zunächst fehlt aber hier noch die Darlegung des Zusammenhangs von virtueller Arbeit und Gesundheit sowie von virtueller Arbeit und sozialer Identität. Im nächsten Kapitel folgt nun ersteres.

4 Virtuelle Arbeit und Gesundheit: Chancen und Risiken für Arbeitnehmende

Um die soziale Identität und ihre Bedeutung für die Gesundheit im Kontext von Crowdwork besprechen zu können, soll zunächst auf die Zusammenhänge von virtueller Arbeit und Gesundheit eingegangen werden. Im vorangehenden Kapitel wurde aufgezeigt, dass soziale Identitäten Implikationen für die psychische Gesundheit haben können. Diese Implikationen sind später vor dem Hintergrund virtueller Arbeit einzuordnen. Deshalb ist es wichtig, auch die Zusammenhänge von virtueller Arbeit und Gesundheit zu berücksichtigen.

Virtuelle Arbeit wird durch Merkmale wie physische Distanz zum Arbeitgeber, medienvermittelte Kommunikation und die Interaktion mit anderen Arbeitnehmenden oder Vorgesetzten (Telearbeit, virtuelle Teams, virtuelle Communities) beschrieben. Die damit verbundenen Chancen und Risiken werden in der Literatur auf individueller und organisatorischer Ebene untersucht, um letztlich eruieren zu können, unter welchen Bedingungen die virtuelle Arbeitsform sowohl für Arbeitnehmende wie für die Unternehmungen gewinnbringend sein kann (z.B. Allen et al., 2015). Auf individueller Ebene bringt Telearbeit einerseits Chancen mit sich, z.B. erhöhte Autonomie und dadurch Vereinbarkeit von Beruf und Familie, sowie gesteigerte Arbeitsmotivation. Sie birgt aber andererseits auch verschiedene Risiken, wie z.B. physische und soziale Isolation durch reduzierte persönliche Kontakte sowie Rollen- und Zielkonflikte aufgrund des veränderten Arbeitskontexts (Fay & Kline, 2012). Dadurch entsteht zunächst der Eindruck eines Trade-offs, der auch als *Telecommuting Paradox* (Gajendran & Harrison, 2007, S. 1526) diskutiert wird, d.h. dass potentielle Vorteile des virtuellen Arbeitens durch neue potentiell belastende Faktoren neutralisiert werden. Eine Reihe dieser Chancen und Risiken sind oder beziehen sich auf gesundheitsrelevante Variablen. Sie lassen sich als Ressourcen und Anforderungen im Sinne des JDR Modell verstehen (z.B. (z.B. Gajendran, Harrison, & Delaney-Klinger, 2015; Sardeshmukh, Sharma, & Golden, 2012; ter Hoeven & van Zoonen, 2015). Eine Auswahl an Ergebnissen aus Studien zu Telearbeit und Gesundheit werden nun im nächsten Kapitel beschrieben. Die beschriebenen Forschungsergebnisse stammen meist aus quantitativen Studien und mögen dem Leser in einem gewissen Kontrast zu der explorativen qualitativen Fragestellung der vorliegenden Arbeit entgegenstehen. Sie geben aber dennoch einen guten Überblick zu den gesundheitsbezogenen Outcomes und zentralen gesundheitsrelevanten Faktoren virtueller Arbeit.

4.1 Gesundheitsbezogene Outcomes der Telearbeit

Die empirischen Ergebnisse bezüglich gesundheitsrelevanter Outcomes von virtueller Arbeit sind gemischt. Metastudien weisen darauf hin, dass bei den Ergebnissen zu Telearbeit die positiven Effekte überwiegen dürften (Allen et al., 2015; Gajendran et al., 2015; Golden, 2009). Gajendran und Harrison (2007) untersuchten in ihrer Metastudie ein theoretisches Modell, in dem die Variablen *wahrgenommene Autonomie*, *Arbeit-Familien-Konflikt*, und *Beziehungsqualität* den Zusam-

menhang von Telearbeit und verschiedenen gesundheitsrelevanten Variablen medieren. Die Ergebnisse zeigen, dass die Versuchspersonen während der Telearbeitszeit eine erhöhte Autonomie und gleichzeitig weniger starke Arbeit-Familien-Konflikte erlebten. Selbst die Beziehung zwischen Mitarbeitenden und Vorgesetzten stand entgegen der Erwartungen der Autoren in positivem Zusammenhang mit Telearbeit. Weitere positiv beeinflusste Variablen sind die Arbeitszufriedenheit, Arbeitsleistung, reduzierte Fluktuationsabsicht und Rollen-Stress. Die Beziehung von Telearbeit zu diesen Job-Outcome-Variablen wird gemäss Gajendran und Harrison vorwiegend durch wahrgenommene Autonomie mediert und durch die Intensität der Telearbeit moderiert (vgl. Kapitel 4.3). Zudem führt ausgeprägte Erfahrung mit Telearbeit zu vorteilhafteren Effekten (i.S. einer Reduktion) bei Arbeit-Familie-Konflikten und Rollen-Stress. Nicht abschliessend geklärt wurde in der Studie von Gajendran und Harrison (2007) die Richtung einiger Zusammenhänge. So ist z.B. denkbar, dass der positive Zusammenhang zwischen der Mitarbeitenden-Vorgesetzten-Beziehung und Telearbeit dadurch zustande kommt, dass im Fall einer guten Beziehung die Wahrscheinlichkeit der Genehmigung und Einführung von Telearbeitszeiten erhöht wird (Gajendran & Harrison, 2007).

Sardeshmukh et al. (2012) zeigen, dass Telearbeit Zeitdruck und Rollenkonflikte reduziert, gleichzeitig aber die Rollenunklarheit verstärkt. Letzteres erklären die Autoren mit verändertem Kommunikationsverhalten angesichts des neuen sozialen Umfeldes. Vega et al. (2015) finden einen positiven Zusammenhang zwischen Telearbeit und Arbeitsleistung sowie zwischen Telearbeit und Arbeitszufriedenheit. Ein die Arbeitszufriedenheit fördernder Effekt liegt bereits bei kleinen Anteilen an Telearbeit vor (ein Tag pro Lohnperiode). Fonner und Roloff (2012) haben entlang dem Modell von Gajendran und Harrison (2007) den Zusammenhang von Telearbeit und Arbeitszufriedenheit untersucht. Ihr Pfadmodell zeigt einen negativen Effekt von Telearbeit auf Stress durch Unterbrechung aufgrund von geringerem Informationsaustausch. Dieser für Telearbeitende vorteilhafte Zusammenhang hat gemäss den Ergebnissen zur Folge, dass Konflikte zwischen Arbeits- und Privatleben abnehmen und die Arbeitszufriedenheit zunimmt. Fonner und Roloff (2010) heben in ihrer Diskussion hervor, dass Telearbeit entgegen früherer Ergebnisse Stressoren wie Unterbrechung und Ablenkung durch Informationsaustausch zu hemmen vermag. Ebenfalls einen positiven Effekt auf Arbeitszufriedenheit und Wohlbefinden hat die soziale Unterstützung durch die Organisation (Organisation, Vorgesetzte und Mitarbeitende/Kollegen) und durch andere Telearbeitende (Bentley et al., 2016). Bentley und Kollegen zeigen, dass organisationaler Support negativ auf die wahrgenommene soziale Isolation und die damit verbundene psychische Belastung wirkt. Eine weitere Belastung ergibt sich gemäss Kossek, Baletes und Matthews (2011) durch längere Arbeitszeiten (und ständige Erreichbarkeit), weil dadurch das Risiko für mangelnde Erholung und chronischen Stress erhöht wird.

4.2 Zentrale gesundheitsrelevante Faktoren virtueller Arbeit

Die bisherige Diskussion deutet darauf hin, dass es Faktoren gibt, welche aus Sicht der arbeitsbezogenen Gesundheit im Allgemeinen (d.h. z.B. aus Sicht des JDR-Modells) und aus Sicht der virtuellen Arbeitsform im Speziellen eine wichtige Rolle spielen. In den folgenden Kapiteln werden vier Aspekte ausführlicher dargelegt. Die Auswahl bezieht sich auf Aspekte, welche über Telearbeit hinaus auch bei Crowdwork als zentral erachtet werden können und ist nicht abschliessend.

1. Die *wahrgenommene Autonomie* wird sowohl im Rahmen des JDR-Ansatzes (Bakker & Demerouti, 2007) als auch im Kontext virtueller Arbeit als Arbeitsressource resp. zentralen Vorteil erachtet (Allen et al., 2015; Gajendran & Harrison, 2007). Durch die Flexibilisierung der Arbeitsverhältnisse im Crowdfunding, erhält die Autonomie als wahrgenommene Kontrolle über eine flexible Arbeiterorganisation besondere Bedeutung.
2. Weiter wird die *soziale Isolation* bei Teleworkern als Risikofaktor diskutiert (Wiesenfeld, Raghuram, & Garud, 2001) und dürfte für Crowdworker durch die organisationale Entkopplung an zusätzlicher Relevanz gewinnen.
3. Ein weiterer Faktor, der bislang in empirischen Studien vernachlässigt wurde, ist die Diversität und Komplexität der *virtuellen Arbeitstätigkeit* im eigentlichen Sinne (Boell, Cercez-Kecmanovic, & Campbell, 2016). Einerseits werden gerade im Crowdsourcing zahlreiche monotone Einfachaufgaben vermittelt, andererseits haben Studien zu Telearbeit gezeigt, dass die räumliche Distanz z.B. zu weniger Unterbrechungen und daher zu geringerem Stresserleben führen kann (Fonner & Roloff, 2012).
4. Und dann entsteht für Crowdworker durch die ständige Akquise neuer Aufträge ein Risiko erhöhter *Arbeitsplatzunsicherheit*. Die genannten Faktoren sind jeweils vor dem Hintergrund der Intensität des Crowdfundings (vgl. Kapitel 5.3.2) zu betrachten, welche eine Art strukturierender Faktor darstellt.

Die Ergebnisse zu diesen Themen stammen zu grossen Teilen aus der Literatur zu Telearbeit. Crowdfunding ist als Phänomen noch bedeutend weniger stark untersucht, kann aber als Steigerung oder extremere Variante von virtueller Arbeit betrachtet werden (vgl. Kapitel 2.3.1).

4.2.1 *Wahrgenommene Autonomie*

Gajendran und Harrison (2007) sind in ihrer Metaanalyse der Frage nachgegangen, welche Mechanismen dem Zusammenhang von Telearbeit und individuellen Konsequenzen zugrunde liegen. Die Variablen Autonomie, Work-Family-Konflikte und Beziehung zu Arbeitskollegen/innen und Vorgesetzten wurden auf ihre medierende Rolle untersucht. Die wahrgenommene Autonomie stellte sich in der Metaanalyse von Gajendran und Harrison (2007) als wichtigster Mediator heraus. Eine vollständige Mediation lag bei positiven Einflüssen der Telearbeit auf die Arbeitszufriedenheit vor. Das bedeutet, dass die Telearbeitsform die wahrgenommene Autonomie und diese in der Konsequenz die Arbeitszufriedenheit positiv beeinflusst. Eine partielle Mediation fanden die Autoren bei der Beziehung zu den Vorgesetzten, der Arbeitsleistung, Fluktuationsabsicht

und Rollenstress. Die Variablen Arbeit-Familien-Konflikt und Arbeitsbeziehung (Arbeitnehmende-Vorgesetzte) sind als Mediatoren im Vergleich zur wahrgenommenen Autonomie nur von moderater Wichtigkeit. Bakker und Demerouti (2007) bezeichnen die Autonomie als eine der wichtigsten Arbeitsressourcen, welche den gesundheitsbeeinträchtigenden Effekt von Arbeitsbelastungen puffert. Die Studie von Sardeshmukh et al. (2012) zeigt, dass Telearbeit zu mehr Autonomie (-Erleben) führen kann, gleichzeitig aber auch zu einer Schwächung in Unterstützung und Feedback, was in der Studie schliesslich in einer Beeinträchtigung des Arbeitsengagements mündete.

Die durch die Telearbeit geschaffene örtliche und zeitliche Flexibilität wurde mit der Hoffnung verbunden, zunehmend komplexer werdenden Herausforderungen der Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben (modernere Lebens- und Familienmodelle) begegnen zu können (Golden, 2009). Kossek et al. (2011) konnten in ihren Studien zeigen, dass jedoch nicht die Telearbeit per se, sondern erst die subjektiv wahrgenommene Kontrolle (*Personal Job Flexibility Control*) über eine umfassendere flexible Arbeitsorganisation einen positiven Einfluss auf das psychische Wohlbefinden hat. Die durch Telearbeit erreichte Flexibilität bezieht sich dabei nicht nur auf die persönliche Kontrolle der eigentlichen Arbeitsaufgabe, sondern auch darauf, selbständig entscheiden zu können, wann und wo man arbeiten will (die Autoren erweitern damit das herkömmliche Konzept der Aufgabenkontrolle des Job-Characteristics-Models von Hackman und Lawler (1971)). Ein ähnlicher Effekt ist in der Plattformökonomie zu beobachten, in der auch die flexiblen Arbeitsverhältnisse zu einem weiteren Gewinn an Autonomie in Bezug auf Arbeitszeit, Ort und Dauer führen und diese Autonomie als Grund für die Wahl der flexibilisierten Arbeit angegeben wird (Berger, Frey, Levin, & Danda, 2018).

Die Herausforderung im Zusammenhang mit Vereinbarkeit und Telearbeit besteht im Management physischer und psychischer Abgrenzung (Kossek et al., 2011). Wenn durch den neuen (Tele-) Arbeitskontext auch neue Erwartungen von Personen aus ebendiesem Kontext (z.B. Familienmitglieder) auftreten, können Rollenkonflikte entstehen und sich negativ auf das psychische Wohlbefinden auswirken (Gajendran & Harrison, 2007). Das heisst, dass virtuelle Arbeit mit Kosten verbunden ist und die Virtualität allein nicht zu vorteilhaften Arbeitsbedingungen führt. Vorteile ergeben sich erst durch die Gestaltung der Arbeit und des Arbeitsverhältnisses (Kossek et al., 2011). Es geht dabei um Fragen des *Boundary Management*, d.h. wie mit dem Aufeinandertreffen von Arbeitswelt und Privatleben (z.B. im Home-Office) und den damit verbundenen unterschiedlichen Erwartungen, Rollen und Aufgaben umgegangen werden soll. Integration und Separation stellen zwei solcher Strategien dar (Campbell Clark, 2000). Separation bedeutet, dass klare zeitliche und räumliche Grenzen gezogen werden, um Arbeit und Privates voneinander zu trennen, während bei der Integration die Grenzen zwischen den beiden Welten als durchlässig erachtet und Aktivitäten von beiden Seiten integriert werden. Diese Kosten aufgrund von Abgrenzung u.a. deuten darauf hin, dass Flexibilität nicht nur als Motiv für virtuelle Arbeitsformen, sondern auch als Anforderung der Arbeitsform betrachtet werden sollte.

Der Grad der Autonomie ist zudem abhängig von der Qualifikation der Crowdworker. Eine gute Qualifikation erhöht die Möglichkeiten, Aufträge mit guter Arbeitsqualität wählen zu können und erhöht so die subjektive Wahrnehmung der Autonomie. Der Effekt der Autonomie auf die Gesundheit wird dahingehend erklärt, dass sie die Basis (Ressource) schafft, Stresssituationen zu bewältigen oder zu vermeiden (Clasen, 2012). In diesem Zusammenhang steht gemäss Thatcher und Zhu (2006) auch der ursprüngliche Beweggrund für Telearbeit. Gemäss den Autoren ist es entscheidend, ob die virtuelle Arbeitsform freiwillig gewählt oder vorgeschrieben wurde. Die Freiwilligkeit beeinflusst mitunter, ob ein flexibles Arbeitsverhältnis tatsächlich als Chance für mehr Autonomie wahrgenommen wird (Pirani, 2015). In der Studie von Pirani (2015) zu atypischen Arbeitsformen ist die Freiwilligkeit (Wahl der Arbeitsform) gerade auch im Hinblick auf Gesundheitsfolgen ein zentraler Faktor.

4.2.2 Soziale und berufsbezogene Isolation

Virtuelle Arbeit bedeutet in der Regel eine räumliche Trennung, eine physische Isolation vom Büroarbeitsplatz beim Arbeitgeber, wodurch neben potentiellen Vorteilen, wie z.B. der gewonnenen Flexibilität, auch Nachteile entstehen. Häufig geht mit dieser physischen Isolation eine *soziale Isolation* einher (Bartel, Wrzesniewski, & Wiesenfeld, 2012), d.h. eine Trennung der Telearbeitenden von ihren Arbeitskollegen/innen und Vorgesetzten³ und in der Folge eine Reduktion von Face-to-Face-Interaktionen. Obwohl in der heutigen Arbeitswelt für solche Situationen verschiedenste Kommunikationstechnologien zur Verfügung stehen, ist bei Telearbeitenden von vergleichsweise hohen Anteilen an Zeiten physischer und sozialer Isolation auszugehen. Dies stellt ein potentielles Gesundheitsrisiko dar, wenn durch die Isolation das Zugehörigkeitsgefühl und interpersonale Bindungen (als fundamentales und globales Bedürfnis) gehemmt werden, wodurch es zu physischen und psychischen Beeinträchtigungen kommen kann (Baumeister & Leary, 1995).

Im Hinblick auf gesundheitsrelevante Konsequenzen der sozialen Isolation ist zwischen einer *objektiven* und *subjektiven Isolation* zu unterscheiden (Cacioppo & Cacioppo, 2014). Aspekte objektiver Isolation sind beobachtbare Grössen, wie z.B. Kontakthäufigkeiten, Kontaktart (z.B. Medien/Kanäle), Zivilstand oder Formen der Beziehungen. Die *subjektive Isolation* beschreibt hingegen, wie stark sich das Individuum sozial isoliert *fühlt*, unabhängig davon, welche objektiven Merkmale vorliegen. Die subjektive Isolation wird daher mit Gefühlen der Einsamkeit umschrieben. Objektive Isolation erhöht zwar das Risiko subjektiver Isolation, trotzdem kann sich auch ein Individuum mit einem grossen sozialen Umfeld einsam fühlen. Gemäss Cacioppo und Cacioppo (2014) ist es vor allem die empfundene Einsamkeit, welche als Einflussfaktor für Gesundheitsfolgen herangezogen werden soll. Die subjektive Isolation beeinflusst gemäss den beiden Autoren

³ In Bezug zum Arbeitsplatz wird diesbezüglich auch von *Workplace Isolation* gesprochen (z.B. Marshall, Michaels, & Mulki, 2007). Wie die weiteren Ausführungen zeigen, ist dieser Begriff zu wenig differenziert.

Aufmerksamkeit, Kognition und soziales Verhalten und führt in der Folge zu beeinträchtigenden physiologischen Prozessen, zu depressiven Symptomen sowie zu erhöhten Krankheits- und Sterblichkeitsraten. Im Kontext der virtuellen Arbeit liegen mehrere Studien vor, welche zeigen, dass Telearbeit Gefühle der Einsamkeit (Bentley et al., 2016; Hislop et al., 2015; Reaney, 2012) und damit verbundene schädliche Effekte auf das psychische Wohlbefinden fördert (Bloom, Liang, Roberts, & Ying, 2015; Wiesenfeld et al., 2001).

Soziale Interaktionen am Arbeitsplatz und darüber hinaus haben weitere wichtige sozio-emotionale Funktionen. Sie sind die Grundlage für soziale Unterstützung von Arbeitskollegen/innen und Vorgesetzten, welche sich positiv auf die organisationale Identifikation und das Wohlbefinden auswirken (Marshall, Michaels, & Mulki, 2007; Wiesenfeld et al., 2001). Allerdings reduziert sozialer Support nicht zwingend Gefühle der Einsamkeit, weil soziale Unterstützung nicht gleichbedeutend mit dem Kontakt in einer präferierten sozialen Beziehung ist, sondern auch mit Kosten (z.B. nach dem Austauschprinzip) verbunden sein kann (Cacioppo & Cacioppo, 2014).

Telearbeit fördert nicht nur die Isolation vom sozialen Umfeld am Arbeitsplatz durch reduzierte persönliche Kontakte (und formale oder informelle Kommunikation), sondern auch vom arbeitsbezogenen Informationsfluss (Golden, 2009). Um diesen Aspekt zu betonen, wird in der Literatur der Begriff *Professional Isolation* verwendet (Golden, Veiga, & Dino, 2008). Berufsbezogene Isolation kann gemäss Golden et al. (2008) zu geringeren Chancen bei Personalentwicklungsmassnahmen führen, was ebenfalls auf die Sichtbarkeit von virtuell Arbeitenden durch ihre örtliche Abwesenheit im Unternehmen zurückzuführen ist. Dieser Umstand geht einher mit dem subjektiven Gefühl der berufsbezogenen Isolation. Entsprechende Hinweise gehen aus der Befragung von Redman, Snape und Ashurst (2009) hervor, in der sich Telearbeitende (aus wissensintensiven Branchen) dahingehend äussern, sich in ihrer beruflichen Karriere und persönlichen Entwicklung weniger durch die Organisation unterstützt zu fühlen.

Isolierten Telearbeitsplätzen im Home-Office stehen mittlerweile Einrichtungen gegenüber, welche gezielt Raum schaffen (z.B. Co-Working Space, vgl. Spinuzzi, 2012), in dem Telearbeitende und Freelancer arbeiten und Beziehungen untereinander aufbauen können. Das Aufsuchen solcher Arbeitsplätze entsteht nach Spinuzzi (2012) aufgrund unterschiedlicher Bedürfnisse: um nicht mehr im Home-Office arbeiten zu «müssen», um Ablenkung zu finden oder um (Arbeits-) Motivationsschwierigkeiten und Gefühlen des Isoliertseins zu entgehen. Folglich ist für Überlegungen zu möglichen Gesundheitsfolgen nicht nur die Zeit, in der den Tätigkeiten ausserhalb des Büros nachgegangen wird, sondern die Dauer, in welcher insgesamt sozial isoliert gearbeitet wird (resp. die subjektive Empfindung davon), von Bedeutung (Bartel et al., 2012).

Gemäss Bartel et al. (2012) ist davon auszugehen, dass mit dem technologischen Wandel und den damit verbundenen organisationalen Veränderungen physische und soziale Isolation in Zukunft häufiger vorkommen und somit im Zusammenhang mit Telearbeit ein zunehmend relevanteres Thema für Organisationen sein wird. Demzufolge führt wohl auch die Arbeitsform des

Crowdsourcings in diese Richtung, wenn nicht aufgrund der Trennung vom herkömmlichen organisationalen Kontext gar von einem erhöhten Risiko sozialer Isolation auszugehen ist. Die Thematik der sozialen Isolation ist auch in Zusammenhang mit sozialen Identitäten zu betrachten. Diese Überlegungen werden in Kapitel 5 aufgegriffen.

4.2.3 Virtuelle Arbeitstätigkeit

Ob eine Arbeitsaufgabe in virtueller Form ausgeführt werden kann, hängt von der Tätigkeit selber ab (Allen et al., 2015). Auch im Hinblick auf die Anforderungen virtueller Arbeit dürften die Tätigkeiten im engeren Sinne eine wichtige Rolle spielen. Sie wurden jedoch in Studien zur Telearbeit bisher vernachlässigt (Golden, 2009). In der Literatur zu Telearbeit wird öfters auf den Faktor der Autonomie als zentraler Gewinn dieser Arbeitsform verwiesen (z.B. Golden, 2009; Kossek et al., 2011). Nach dem Job-Characteristics-Model von Hackman und Lawler (1971) stellt die Autonomie eines von drei Merkmalen (neben der *Bedeutung der Aufgabe* und *Feedback*) dar, welche die Motivation, die Arbeitszufriedenheit und die Leistung positiv beeinflussen. Dieser Zusammenhang wird durch drei entscheidende psychische Stadien mediiert, nämlich ob die Arbeit als sinnhaft erlebt, Verantwortung für Arbeitsergebnisse erfahren und Ergebnisse der eigenen Arbeitsaktivität wahrgenommen werden können. Die Rolle der Autonomie im Kontext virtueller Arbeit wurde bereits besprochen (vgl. Kapitel 4.2.1). In Anlehnung an die diskutierte Verschiedenheit der Crowdfunding-Tätigkeiten (vgl. Kapitel 2.3.3) kann festgehalten werden, dass auf zahlreichen Crowdsourcing-Plattformen einerseits einfachste und zumeist monotone Routineaufgaben vermittelt und auf der anderen Seite aber auch komplexere und ganzheitlichere Tätigkeiten (z.B. Entwurf für ein neues Corporate Design bei 99Designs) angeboten werden. Die Variation der Tätigkeiten dürfte sich somit auch auf entsprechende Unterschiede in deren Bedeutung und bezüglich des Feedbacks zum Aufgabenergebnis auswirken. Die Bezeichnung Telearbeit oder Crowdwork lässt folglich nur ansatzweise auf die Art der Tätigkeit schließen.

Die Art der Aufgabe steht dann auch in Verbindung mit der erfahrenen sozialen Isolation bei der Arbeit (Orhan, Rijsman, & van Dijk, 2016). Eine höhere Aufgaben-Komplexität steht in Zusammenhang mit Koordinationserfordernissen, einer Zunahme sozialer Interaktion mit anderen virtuell Arbeitenden oder mit Auftraggebern. Während eine hohe Intensität virtueller Einzelarbeit das Risiko für soziale Isolation erhöht, bedarf es bei komplexeren virtuellen Tätigkeiten oder Tätigkeiten im Team einer stärker ausgeprägten virtuellen Koordination und Kooperation, die ihrerseits mit einer veränderten Wahrnehmung (ggf. puffernden Wirkung auf soziale Isolation) der Entkopplung vom Arbeitsteam zusammenhängt (Orhan et al., 2016).⁴

⁴ In Verbindung mit komplexeren Tätigkeiten, die in virtuellen Arbeitsteams gelöst werden, stehen auch Aspekte der Gruppendynamik und Zusammensetzung virtueller Teams. Sie werden in dieser Arbeit nicht weiter diskutiert.

4.2.4 Arbeitsplatzunsicherheit und Crowdwork

Die Arbeitsplatzunsicherheit ist ein Merkmal, das insbesondere bei Crowdworkern relevant sein dürfte. Da die Arbeit stets auf Auftragsbasis verrichtet wird, nimmt die Akquise von neuen Aufträgen eine zentrale Bedeutung hinsichtlich der Einkommenssicherheit ein. Der temporäre Charakter des Crowdsourcings weist gewisse Parallelen zur Temporärarbeit (Zeitarbeit) im herkömmlichen Sinne auf. Es gibt eine Reihe von Studien, welche den Zusammenhang zwischen Temporärarbeit und Gesundheit untersuchten (für einen Überblick De Cuyper et al., 2008). Gesundheitsfolgen werden basierend auf der Feststellung untersucht, dass die Kurzfristigkeit und die Befristung mit einer insgesamt höheren Unsicherheit und folglich geringeren Kontrollierbarkeit (Einkommensrisiko, geringere Planbarkeit von Beruf- und Arbeitsleben) einhergehen (Pirani, 2015). Waenerlund, Virtanen und Hammarstrom (2011) konnten zeigen, dass die subjektiv wahrgenommene Arbeitsplatzunsicherheit einen nachteiligen Einfluss auf die psychische Gesundheit hat (partielle Mediation des Zusammenhangs von Temporärarbeit und Gesundheitsstatus).

Aus der Studie von Pirani (2015) zu atypischen Beschäftigungsformen⁵ geht hervor, dass die temporäre Anstellungsform im Vergleich zur Festanstellung nur auf einen von vier untersuchten Gesundheitsfaktoren, der allgemeinen psychischen Gesundheit, einen negativen Einfluss hat. Die Skala zur psychischen Gesundheit basiert auf den Aspekten Angst, Depression, Verhaltens- und emotionaler Kontrolle sowie Wohlbefinden. Temporärarbeitende befinden sich insgesamt in einem Spannungsfeld zwischen positiven Aspekten der Flexibilität, der Freiheit und Autonomie in Fragen der Arbeitsorganisation, Vereinbarkeit und Karriereplanung auf der einen Seite und den Nachteilen durch reduzierte Arbeitsplatzsicherheit und den damit verbundenen ökonomischen und sozialen Risiken auf der anderen Seite (Bosmans, Hardonk, De Cuyper, & Vanroelen, 2016). Beide Seiten beeinflussen das psychische Wohlbefinden der Arbeitnehmenden in jeweils unterschiedliche Richtungen. Gemäss Bosmans et al. (2016) vermitteln und moderieren die Coping Ressourcen den genannten Zusammenhang.

4.3 Strukturierender Faktor: Intensität virtueller Arbeit

Eine zentrale Dimension zur Beschreibung und Untersuchung der virtuellen Arbeit ist ihre Intensität (zur Rolle des Ausmasses von Telearbeit, s. Golden & Veiga, 2005). Sie wird durch die relative oder absolute Häufigkeit der virtuellen Arbeitsform oder durch das Ausmass der Nutzung von

⁵ Gemäss Pirani (2015) bedeutet atypische Arbeitsform nichts anderes, als dass ein Arbeitsverhältnis ohne Festanstellung vorliegt. In einigen Studien zu arbeitsbezogenen Gesundheitsfolgen werden die temporären mit festangestellten Arbeitnehmenden verglichen. Die Autorin gibt zu bedenken, dass durch diese Dichotomie die Heterogenität atypischer Arbeitsformen gänzlich vernachlässigt wird. Im Zusammenhang mit virtueller Arbeit, könnte Crowdwork ebenfalls als atypische Arbeitsform bezeichnet werden, was jedoch aus eben genannter Feststellung für die vorliegende Arbeit keinen Mehrwert liefern würde.

entsprechenden Kommunikationstechnologien operationalisiert. Die Intensität konnte als strukturierender Moderator im Zusammenhang von Telearbeit und Arbeit-Familien-Konflikt empirisch bestätigt werden (Gajendran & Harrison, 2007). Eine hohe Intensität von Telearbeit wurde vor allem mit negativen Konsequenzen in Verbindung gebracht, insgesamt sind allerdings die Studienergebnisse widersprüchlich (Vega et al., 2015). Allen et al. (2015) vermuten, dass diese gemischten Ergebnisse zustande kommen, weil öfters von einer dichotomen Kategorie, d.h. dem Vergleich von Telearbeitenden und «nicht Telearbeitenden» ausgegangen wird. Um die Wirkung von Telearbeit abzuschätzen, ist es aber notwendig, verschiedene Intensitätsstufen zu kontrollieren. So wird vorgeschlagen, sowohl die untersuchten Tätigkeiten möglichst genau zu beschreiben, als auch den Grad der Virtualität resp. die Intensität der virtuellen Arbeit zu beachten (Allen et al., 2015; Gilson, Maynard, Jones Young, Vartiainen, & Hakonen, 2015). Allen et al. (2015) kommen in ihrem Review zum Schluss, dass die Intensität der Telearbeit einen entscheidenden Einfluss auf positive Arbeitsergebnisse haben. Ein moderates Ausmass an Telearbeit, d.h. ein ausgeglichenes Verhältnis von physischen Treffen und virtuellem Kontakt, sei am gewinnbringendsten. Abgesehen von der Intensität besteht jedoch ein Trade-off zwischen den beschriebenen positiven Effekten und potentiellen negativen Auswirkungen z.B. auf die Beziehungen unter Mitarbeitenden sowie auf Wissensteilung und Innovation. Einen Effekt der Intensität von Telearbeit haben Vega et al. (2015) gefunden. Sie untersuchten die Auswirkungen von Telearbeit in einem within-subject Design, d.h. die Unterschiede zwischen Telearbeit und Arbeit vor Ort beim Arbeitgeber wurden nicht zwischen zwei verschiedenen Gruppen, sondern innerhalb der Personen, die beide Arbeitsformen erlebten, gemessen. Die befragten Mitarbeitenden stufte ihre eigene Produktivität und Leistung an Telearbeitstagen sogar höher ein als an Büroarbeitstagen im Unternehmen vor Ort. Die neuen flexiblen Arbeitsformen bringen bezüglich der Intensität einen weiteren Aspekt hinzu: Crowdwork kann innerhalb einer Person einen unterschiedlich grossen Stellenwert einnehmen, weil sie nicht im Zusammenhang mit einer festen Anstellung erfolgen muss. Die virtuelle Arbeit kann als Hauptbeschäftigung auf einer Plattform, auf verschiedenen Plattformen oder in Kombination mit Ausbildung und Studium oder einer Teilzeitanstellung im herkömmlichen Sinne vorkommen. Im Hinblick auf die später diskutierten Forschungsfragen soll hier bereits angemerkt werden, dass die Intensität von Crowdwork mitberücksichtigt werden soll.

5 Soziale Identität der Crowdworker: Theoretischer Rahmen und Forschungsfragen

Im folgenden Kapitel werden verschiedene Aspekte der Arbeitsform Crowdsourcing behandelt, die einen Einfluss auf die sozialen Identitäten (im Sinne der SIT) der Crowdworker haben dürften. Es wird angenommen, dass die Merkmale von Crowdsourcing die sozialen Beziehungen und damit die sozialen Identitäten von Crowdworkern beeinflussen. Zu den Merkmalen von Crowdsourcing gehören die ausgeprägte Form der Virtualität (vgl. Kapitel 2.4), die Flexibilisierung der Arbeitsverhältnisse und die Verteilung von Arbeit. Der soziale Kontext und die Arbeitsbeziehungen eines Crowdworkers verändern sich dadurch in verschiedener Hinsicht:

- *Organisationale Entkoppelung*: Konventionelle Arbeitsbeziehungen zu Organisationen und deren Mitarbeitenden fallen aufgrund der Virtualität und Verteilung von Arbeit weg. Wechselnde Arbeitsvermittler und Arbeitgeber führen Crowdworker in ein Spannungsfeld zwischen Temporärarbeit, Teilzeitanstellung und Selbständigkeit. Diese Veränderung wird mit Bezug zum Konzept der organisationalen Identifikation sowie Studien aus dem Bereich *der Temporary Agency Work* diskutiert. Unter Berücksichtigung der organisationalen Beziehungen im weitesten Sinne, bedeutet dies, dass sich die Fragen nach einer Identifikation mit Plattformen oder Arbeitgeber stellen, respektive danach, welche alternativen Identifikationsziele im Rahmen beruflicher Tätigkeiten vorliegen könnten.
- *Crowdwork als Beruf*: Im Kontext von Crowdsourcing bilden sich neue abstraktere soziale Gruppen, wie z.B. online Communities, Gruppen von Crowdworkern, die sich online austauschen und gegenseitig unterstützen (z.B. mturkforum.com für Amazon's Mechanical Turk, s. Schmidt, 2015). Solche Gruppen können als Orientierung an einer grösseren «Berufs»-Gruppe betrachtet werden. In Bezug auf die Identität ist zu diskutieren, ob eine übergeordnete Gruppe der Crowdworker, eine sog. *Large-Scale Gruppe*, eine relevante soziale Identität darstellt und welche Rolle Berufsgruppen (z.B. Autoren/innen) spielen.
- *Heterogenität der Arbeitswelt*: Die zunehmende Verteilung der Arbeit, was in Zusammenhang mit alternativen und multiplen Identitäten steht, ermöglicht die Mischung verschiedener Arbeitsverhältnisse und die Vermischung von Lebensbereichen. Im Zentrum steht hier die Annahme, dass die soziale Umwelt komplexer und die sozialen Identitäten (Angebote) multipler werden. Hier schliesst die Frage an, wie denn diese multiplen Identitäten zueinander in Beziehung stehen.

Das Kapitel 5 ist entlang dieser Veränderungen aufgebaut. In den nächsten drei Unterkapiteln werden *identitätsrelevante Merkmale* von Crowdwork, die *theoretischen Bezüge und Konzepte* zur sozialen Identität (Social Identity Approach) diskutiert und daraus dann entsprechende *Forschungsfragen* abgeleitet. Ein Überblick dazu findet sich in Abbildung 5. An dieser Stelle sei anzumerken, dass diese Abhandlung nicht unter der Perspektive prekärer Arbeitsverhältnisse erfolgt, denen herkömmliche Arbeitsverhältnisse (Festanstellung) stets als bessere Alternative gegenübergestellt werden (Pirani, 2015). Diese Diskussion ist zweifellos wichtig und stellt gegen-

wärtig auch einen dominanten öffentlichen Diskurs dar, ist aber als eigenes Thema zu behandeln. Hier geht es vielmehr um eine differenzierte Analyse der sozialen Identitäten im Kontext von Crowdfunding, beeinflusst durch Virtualität, Flexibilität und Verteilung von Arbeit.

Crowdsourcing wird als ausgeprägte Form der virtuellen Arbeit verstanden. Unter der Annahme, dass die berufliche Tätigkeit einen dominanten Lebensbereich darstellt, besteht bei intensiver virtueller Arbeit das Risiko der sozialen Isolation. Diese Gefahr wird in Forschungsarbeiten zu Telearbeit diskutiert und findet im Kontext von Crowdsourcing eine Fortsetzung. Ein ständiger Wechsel von Plattformen und Auftraggebern steht in Zusammenhang mit einer dauernden «Neuorientierung», was für die Bedeutung alternativer Identifikationsziele spricht, für das Risiko von Identitätsverlust oder für die Chance, neue Identitäten zu gewinnen.

Somit wird deutlich, inwiefern soziale Identitäten mit Wohlbefinden und psychischer Gesundheit zusammenhängen. Die entsprechenden bisherigen Forschungsergebnisse legen nahe, dass ein globales Bedürfnis nach Zugehörigkeit den Zusammenhang zwischen sozialer Identität und Gesundheit herstellen, dass soziale Identitäten eine Ressource darstellen und dass ein Gewinn neuer sozialer Identitäten negative Effekte auf die Gesundheit auffangen kann. Der Zusammenhang von sozialer Identität und Gesundheit wird dann im Kapitel 6 behandelt.

Identitätsrelevantes Merkmal	Theoretischer Bezug und Identitätskonzepte	Forschungsfragen 1 bis 3
Virtualität, Verteilung & Anonymität	Social Identity Theory & Self Categorization Theory	<i>Konstitution der Arbeitsidentität von Crowdworkern</i>
Organisationale Entkoppelung	Soziale Identitäten im organisationalen Kontext: z.B. organisationale Identifikation	<i>1. Welche Rolle spielen die Crowdsourcing-Organisationen hinsichtlich sozialer Identität der Crowdworker?</i>
Crowdwork als Beruf oder Berufe im Crowdfunding	Small-/ Large-Scale Gruppen (online), z.B. Berufsidentität (Berufsgruppen)	<i>2. Welche Rolle spielt Crowdwork in der Konstitution der beruflichen Identität?</i>
Heterogenität der Arbeitswelt (und der Arbeitsbeziehungen)	Multiple Identitäten, z.B. Mischung von Lebensbereichen	<i>3. Inwiefern lässt sich Heterogenität in der Arbeitsidentität feststellen und welche Rolle spielt Crowdfunding dabei?</i>

Abbildung 5: Identitätsrelevante Merkmale, theoretischer Bezug und Forschungsfragen.

5.1 Organisationale Entkoppelung der Crowdworker

Mit der Bezeichnung der *organisationalen Entkoppelung* wird verschiedenen Merkmalen Rechnung getragen, welche die Arbeitsform des Crowdworkings charakterisieren. Zunächst sind zwei Eigenschaften zentral: (1) Beim Crowdworking besteht keine feste Arbeitsbeziehung zu einer Organisation. Crowdworker arbeiten in befristetem Arbeitsverhältnis auf Auftragsbasis, wobei die virtuelle Plattform als arbeitgebende Organisation (oder zumindest als Vermittlerin) auftritt, zu welcher aber kein physischer Kontakt besteht (vgl. Boons et al., 2015) und kein längerfristiges festes Arbeitsverhältnis vorgesehen ist. (2) Neben dem Arbeitsverhältnis verändert sich der Kanal der Kommunikation und ggf. der Zusammenarbeit. Diese findet fast ausschliesslich im virtuellen Raum statt. Die Virtualität führt zu einer typischerweise hohen Anonymität der Crowdworker. Jede Plattform ist eine Art virtueller Arbeitsort, wo Aufträge vermittelt werden und in diesem Rahmen Interaktion stattfindet, wo aber im Vergleich zu einem herkömmlichen Arbeitgeber keine physische Nähe und insgesamt keine oder nur wenig soziale Interaktion mit anderen Crowdworkern vorliegt. Die Crowdworker sind für andere meist nicht oder nur in Form eines virtuellen Profils sichtbar. Im Gegensatz zu traditionellen Arbeitsformen in gemeinsamen Räumen kommen auch keine Face-to-Face Meetings vor. Darüber hinaus ist nicht nur die Distanz und Virtualität zur Plattform und zum Auftraggeber relevant, sondern auch der Aspekt der Kurzfristigkeit der Aufträge, die nicht auf eine längerfristige Arbeitsbeziehung ausgelegt sind.

Daraus ableitend folgen zwei weitere wichtige Eigenschaften von Crowdwork, welche die Entkopplung ausmachen: (3) Gerade weil Crowdworker nicht an eine Plattform im Sinne eines Arbeitgebers gebunden sind, können sie sich auf mehreren Plattformen gleichzeitig registrieren, d.h. multiple Beziehungen zu online Plattformen unterhalten (Hinweise dazu gehen hervor aus den Studien von: Huws et al., 2017). Damit kann die Chance erhöht werden, genügend Auftragsangebote resp. auch konkrete Zusagen zu erhalten. Durch die organisationale Entkoppelung werden also multiple Arbeitsbeziehungen möglich – oder gar nötig – und sind ihrerseits Teil der Entkopplung. (4) Schliesslich ist festzustellen, dass abhängig vom Crowdsourcing-Modell, über eine Plattform auch Beziehungen zu verschiedenen Auftraggebern oder gar zu anderen Crowdworkern hergestellt werden können. Allerdings ist an dieser Stelle zwischen verschiedenen Plattformmodellen und der Tätigkeitskomplexität zu differenzieren. Gewisse Vermittlungsprozesse auf den Plattformen sind so gestaltet, dass eine Aushandlung von Stundenansätzen zwischen Crowdworker und Kunde/in (Auftraggeber/in) vorgesehen ist (z.B. upwork.com). Meist stehen solche Prozesse im Zusammenhang mit komplexen Aufträgen, die über den Vermittlungsprozess hinaus auch während der Auftragsdurchführung eine Absprache bezüglich Arbeitsorganisation zwischen den beiden Parteien erfordern. Andere Plattformen beteiligen mehrere Crowdworker am selben Auftrag (vgl. Kapitel 2.3.3), die sich bei Fragen kontaktieren können (z.B. Testing-Aufträge im IT-Bereich). Nichtsdestotrotz kann im geschilderten Falle von einer distanzierten, virtuellen Form des Kontaktes und der Kommunikation ausgegangen werden.

Diese vier Eigenschaften von Crowdworking sind nun in den Zusammenhang mit der sozialen Identität und entsprechenden empirischen Befunden zu setzen. Hierzu wird das Konstrukt der organisationalen Identifikation beigezogen. Empirische Befunde zeigen, dass unterschiedliche Arbeitsformen einen Einfluss auf die organisationale Identifikation haben. Bei Crowdworkern besteht dieser Einfluss aufgrund der Virtualität, der Anonymität und der losen Arbeitsbeziehungen zu Plattformen und Auftraggebern. Es bedarf deshalb einer genaueren Betrachtung der Zusammenhänge zwischen den umschriebenen Eigenschaften und deren Konsequenzen für die Identität und darüber hinaus auch für gesundheitsrelevante Outcomes, zumal die organisationale Identifikation unter diesen Bedingungen als Ressource in Frage gestellt werden darf.

5.1.1 Virtualität und organisationale Identifikation

Es sind eine Reihe von Faktoren, die gemäss Wiesenfeld et al. (2001) bei herkömmlichen Arbeitsformen eine organisationale Identifikation mit dem Arbeitgeber ermöglichen: die Kontaktintensität mit der Organisation und deren Mitglieder, die Sichtbarkeit der eigenen Mitgliedschaft in der Organisation, die Kultur einer Organisation mit ihren Symbolen (Logos, Kleidung etc.) und die Teilnahme an Ritualen und Zeremonien (Programme und Anlässe). Bei der virtuellen Arbeit bewirkt jedoch die inhärente Distanz zur Organisation, dass diese Faktoren beeinträchtigt werden, was die Beziehung zwischen den Mitarbeitenden und der Organisation schwächt. Wiesenfeld et al. (2001) stellen fest, dass folglich virtuelle Arbeit neue Anforderungen an die Arbeitsstrukturen und an die Rollen der Arbeitnehmenden und deren Kompetenzen stellt. Zudem sind Arbeitsstrukturen und Kontexthinweise auf die Organisation psychologisch relevante Faktoren, welche die Aktivierung der organisationalen Identität initialisieren (Thatcher & Zhu, 2006). Doch dürften gerade die Arbeitsstrukturen im Crowdworking weniger ausgeprägt und die Kontexthinweise im virtuellen Raum geringer sein als in herkömmlichen analogen Arbeitsverhältnissen.

Gleichzeitig stellen Wiesenfeld, Raghuram und Garud (1999) heraus, dass die organisationale Identifikation im Kontext virtueller Arbeit der Ansatzpunkt sei, um die Koordination und Qualität der Arbeit zu sichern, respektive um aufwändige technische Kontrollmechanismen zu kompensieren und die Arbeitnehmenden über interne Kontrolle (Vertrauen, Motivation und Zielkonvergenz) zu führen. Die Konsequenz für Crowdsourcing ist demnach, eine Art der organisationalen Identifikation im Rahmen der virtuellen Kommunikationsmöglichkeiten und der Schaffung von Instrumenten zur Vernetzung der Crowdworker herzustellen resp. zu stärken (Konrad & Pekruhl, 2017). Aus Sicht der Arbeitnehmenden, besteht die Relevanz der organisationalen Identifikation nicht in der Qualitätskontrolle, sondern vielmehr in der damit verbundenen sozialen Unterstützung und dem Austausch mit Kollegen/innen. Die arbeitsbezogene soziale Unterstützung ist ihrerseits ein zentraler Prädiktor für die organisationale Identifikation von virtuell Arbeitenden (Wiesenfeld et al., 2001).

Bartel et al. (2012) untersuchten, welchen Einfluss die reduzierten Face-to-Face-Kontakte der Telearbeitenden mit Kollegen/innen am Arbeitsplatz auf die organisationale Identifikation haben.

Die Autoren konnten zeigen, dass der Respekt, den die am Arbeitsplatz verbleibenden Mitarbeitenden ihren virtuellen Arbeitskollegen/innen entgegenbringen, den Effekt auf die organisationale Identifikation mediiert. Da die direkten Kontakte zu den Kollegen/innen am Arbeitsplatz durch die virtuelle Tätigkeit abnehmen, gerieten die virtuellen Arbeitenden in der Studie unter Druck, sich zunehmend als „gute Arbeitnehmende“ beweisen zu müssen. Die Autoren argumentieren, dass durch die physische Isolation die virtuellen Arbeitnehmenden weniger als (proto-) typische Mitarbeitende wahrgenommen werden, was zu einer Stereotypisierung führen kann und letztlich in sozialer Benachteiligung mündet. Bei Telearbeitenden ist häufiger als bei den Mitarbeitenden vor Ort *Impression Management* Verhalten zu beobachten, das als Kompensation zur reduzierten Sichtbarkeit während der Arbeit verstanden werden kann (Bartel et al., 2012). Dem gegenüber stehen die Resultate von Fonner und Roloff (2012), die den umgekehrten Zusammenhang von virtueller Kommunikation und organisationaler Identifikation finden. Sie gehen davon aus, dass sich Telearbeitende zwar eine gewisse Häufigkeit an Kommunikation wünschen, dass aber das Überschreiten eines kritischen Masses als Unterbrechung wahrgenommen wird und Stress verursachen kann. Die Distanz der Telearbeitenden zur Organisation wird auch als vorteilhafte Bedingung für konzentriertes Arbeiten wahrgenommen. Zu häufige Nachrichten und Anrufe von Kollegen/innen und Vorgesetzten führen dann zu störenden Unterbrechungen. Daraus resultierendes Stresserleben beeinträchtigt schliesslich die organisationale Identifikation.

Thatcher und Zhu (2006) schlagen im Rahmen der Telearbeit vor, Personal in atypischem Arbeitsverhältnis anzustellen, z.B. temporäre Mitarbeitende eines Personalverleihers, die sich zwar weniger mit dem Arbeitgeber identifizieren aber stattdessen einen hohen Leistungseinsatz und eine hohe Kundenorientierung mitbringen. Die Autoren führen an dieser Stelle nicht weiter aus, weshalb bei solchen nichttraditionellen Arbeitsformen automatisch von einem hohen Leistungseinsatz ausgegangen werden kann, wann dieser zustande kommt und was deren veränderter Kontext für die Arbeitsidentität im weitesten Sinne bedeutet. Diese temporären Arbeitskräfte, von denen Thatcher und Zhu schreiben, könnten aus heutiger Sicht Crowdworker sein. Und hier stellt sich eben die Frage, welche Identifikationsziele für diese neuen Arbeitnehmenden vorliegen.

Die Virtualität ist eine der zentralen Eigenschaften der Arbeitsform Crowdfunding, und wie sich gezeigt hat, ist sie als solche für die Ausprägung der organisationalen Identifikation mit einem Arbeitgeber relevant. Nun konstituiert sich Crowdfunding gerade nicht durch *den einen festen* Arbeitgeber, sondern lässt die Möglichkeit offen, Arbeitsbeziehungen zu Plattformen aber auch zu den Auftraggebern einzugehen. Das folgende Kapitel diskutiert diese beiden Parteien als mögliche Identifikationsziele.

5.1.2 *Multiple Arbeitsbeziehung und organisationale Identifikation*

Das zentrale Merkmal von Crowdsourcing-Modellen ist die intermediäre Plattform, d.h. eine Drittpartei, welche die Arbeitsaufträge zwischen Arbeitnehmenden und Kunden vermittelt. Diese intermediäre Rolle ist ausserhalb der virtuellen Arbeit aus der Temporärbranche (*Temporary Agency Work* oder *Contract Work*) bekannt (z.B. George & Chattopadhyay, 2005; Kalleberg, Nesheim, &

Olsen, 2015). Temporärarbeit wird als triadisches Beschäftigungsverhältnis definiert, das zustande kommt, wenn eine Agentur (Verleiher) Arbeitnehmende anstellt und sie für einen begrenzten Zeitraum an einen Arbeitgeber (Entleiher) vermittelt (De Cuyper et al., 2008). Auch bei Crowdsourcing besteht eine triadische Beziehung zwischen Plattform, Kunde/in und Crowdworker, mit dem wesentlichen Unterschied, dass die Beziehung zum Intermediär und zum/zur Kunden/in (Auftraggeber) sowie die Auftragsausführung virtuell und die Arbeitsbeziehungen von kürzerer Dauer sind. Je nach Geschäftsmodell der Plattform und der Komplexität der Arbeit sind die Beziehungen zwischen den Parteien mehr oder weniger intensiv ausgeprägt (oder gar nicht vorhanden). Insgesamt sind die Freiheitsgrade der Crowdworker in den meisten Fällen wohl grösser als die der Temporärarbeitenden. Trotz dieser Unterschiede sind im Hinblick auf die organisationale Entkoppelung gewisse Parallelen erkennbar: die damit einhergehende Unsicherheit, die befristeten Arbeitsverhältnisse und die damit verbundenen Konsequenzen für die soziale Identität (z.B. die organisationale Identifikation). Studien zu Temporärarbeit und ihren Folgen für Einstellung, Wohlbefinden und Verhalten der Arbeitnehmenden liefern Hinweise zur vorliegenden Forschungsfrage. Sie werden anschliessend diskutiert.

Studien, welche die Identität in diesem Kontext untersuchten, orientierten sich häufig am Konzept der organisationalen Identifikation, welche durch die mit der Temporärarbeit verbundenen Eigenschaften der Arbeitsgestaltung entscheidend beeinflusst wird (z.B. Koene & Riemsdijk, 2005). Aufgrund der kurzen Dauer der Einsätze werden die Beziehungen zu den Mitgliedern des Entleihers weniger stark ausgebildet, was zu einer geringeren Sichtbarkeit der Temporärarbeitenden führt und die organisationale Identifikation beeinträchtigen kann (Dutton et al., 1994). Weil zur sozialen Gruppe der arbeitgebenden Organisation nur vorübergehend eine Mitgliedschaft besteht, ist sie für die Selbstkategorisierung weniger relevant (ebd.). Ergänzend dazu besteht eine zweite Arbeitsbeziehung zur vermittelnden Agentur. George und Chattopadhyay (2005) zeigen diese duale Identifikation in ihrer Untersuchung auf und differenzieren dahingehend, dass jeweils unterschiedliche Faktoren für die Identifikation mit den beiden Organisationen von Bedeutung sind: Hinsichtlich der Identifikation mit dem Arbeitgeber spielen die sozialen Beziehungen zu Vorgesetzten und Arbeitskollegen/innen eine stärkere Rolle, während Eigenschaften wie Prestige, positive Distinktheit der Organisation und Übereinstimmung von organisationalen Merkmalen mit individuellen Präferenzen die einzigen Faktoren sind, welche die Identifikation zum Intermediär beeinflussen (eine soziale Beziehung zu Mitarbeitenden der Agentur tritt in den Hintergrund bzw. liegt nicht vor). Entgegen der Annahme, dass es aufgrund der Befristung zu einer reduzierten Ausbildung der organisationalen Identifikation gegenüber dem Arbeitgeber kommt, konnten George und Chattopadhyay (2005) keinen Effekt der Beschäftigungsdauer nachweisen. Ashforth et al. (2008) gehen ebenfalls davon aus, dass sich Temporärarbeitende sowohl mit dem (vorübergehenden) Arbeitgeber als auch mit dem Intermediär identifizieren. Jiang (2015) kommt in seiner Untersuchung bei chinesischen Temporärarbeitenden zum Ergebnis, dass die organisationale Identifikation mit dem Arbeitgeber sowohl durch das *Image der Organisation* als auch durch

die *wahrgenommene soziale Unterstützung* gefördert werden kann. Welche Rolle das Image einer Organisation für die Identifikation mit ebendieser spielt, dürfte zudem vom Image der jeweils anderen Organisation abhängig sein (im Hinblick auf die Selbstkategorisierung). So stellen Cappelli und Keller (2013) die Frage, wie sich ein tiefer Status der Agentur bei gleichzeitig hohem Status der arbeitgebenden Organisation auf die organisationale Identifikation auswirkt. Aus den Ergebnissen von George und Chattopadhyay (2005) geht zumindest hervor, dass die Ähnlichkeit beider Organisationen (in Schlüsselattributen) die Wahrscheinlichkeit einer Identifikation mit beiden erhöht. Diese Überlegung verdeutlicht, dass es für die Identifikation eine Rolle spielt, wie die Organisationen, die Teil der triadischen oder im Falle von Crowdsourcing einer multiplen Arbeitsbeziehung sind, von den Arbeitnehmenden wahrgenommen werden, und dass vermutlich mehrere Parteien – Vermittler und Auftraggeber – als Identifikationsziel in Frage kommen. Im Crowdsourcing stehen nun zahlreiche Instanzen beider Parteien zur Verfügung.

5.1.3 *Organisationale Identität auf Crowdsourcing-Plattformen*

Anhand der SI und der SCT lässt sich auf theoretischer Ebene skizzieren, inwiefern Crowdworker eine organisationale Identifikation mit einer Plattform ausbilden resp. wie stark diese ausgeprägt sein mag. Boons et al. (2015) haben diesen Zusammenhang von organisationaler Identifikation und Crowdsourcing-Plattformen empirisch untersucht. Sie gingen der Frage nach, welches Konzept das Verhalten von Crowdworkern auf der Plattform am besten beschreibt. In ihrer Argumentation greifen sie auf die SI und SCT zurück und folgern, dass das Konzept der organisationalen Identifikation kaum adäquat für Verhaltensvorhersagen sei. Boons et al. (2015) argumentieren, dass die reduzierte soziale Interaktion, die Anonymität sowie die Durchlässigkeit der Gruppe der Crowdworker (die Teilnahme auf einer Crowdsourcing-Plattform ist grundsätzlich für alle Internetnutzer/innen möglich) keine oder kaum Inter- und Intragruppenvergleiche zulassen, welche jedoch einen zentralen Aspekt der sozialen Identifikation darstellen. Die Zugehörigkeit zu einer Gruppe wird in Abgrenzung zu jenen, die nicht dazugehören, definiert (Tajfel & Turner, 1986). Auf Crowdsourcing-Plattformen ist allerdings die Wahrnehmung von Zugehörigkeit zum Vermittler resp. zur Plattform (hinsichtlich der oben genannten vier Beobachtungen) eingeschränkt. Entsprechend ist die Bedeutung des Konzeptes der organisationalen Identifikation als Indikator zur Beschreibung des Verhaltens von Crowdworkern in Bezug zum Vermittler in Frage gestellt (Boons et al., 2015). Die Autoren unterstellen dabei, dass kaum soziale Interaktion (auch nicht auf online Foren etc.) zwischen Crowdworkern stattfinden würde. Diese Prämisse ist allerdings zu prüfen; das Ausmass sozialer Interaktion zwischen den Parteien ist abhängig von der Tätigkeitskomplexität, von der Gestaltung der Plattformprozesse und von der Intensität des Crowdworkings im Sinne des Pensums. Letzteres beeinflusst die Identifikation im Sinne einer Beeinträchtigung im Rahmen der Telearbeit (z.B. Bartel et al., 2012). Gleichwohl zeigen Ergebnisse aus Studien zu Temporärarbeit (Agency-Work), dass trotz spärlicher Kontakte zur vermittelnden Agentur eine organisationale Identifikation zu ebendieser Organisation gemessen werden kann (Ashforth et al., 2008).

Des Weiteren geht die SCT davon aus, dass Individuen kognitive Repräsentationen von sozialen Kategorien bilden, sog. Prototypen. Allerdings muss eine soziale Kategorie allgemein bekannt sein, damit sie als Referenz dienen kann (vgl. Turner et al., 1987). Auch in diesem Zusammenhang bleibt zu untersuchen, ob sich Crowdworkern überhaupt erschliesst, was ein prototypisches Verhalten, Werte und Normen einer Gruppe von Crowdworkern sind (vgl. Boons et al., 2015), denn auf einer Plattform können sie kaum in Erfahrung bringen, wer ausser ihnen sonst noch als Crowdworker arbeitet. Das Branding des Vermittlers oder allfällige Angaben zur Anzahl der registrierten Crowdworker stellen zwar Identitätsangebote dar, wie sehr sie eine Identifikation mit der Plattform (dem Vermittler) ermöglichen, bleibt jedoch an der Stelle offen (vgl. 5.1.2 Multiple Arbeitsbeziehung und organisationale Identifikation).

Dem gegenüber stehen Befunde aus den Experimenten zum Minimalgruppen-Paradigma (Tajfel et al., 1971), welche gezeigt haben, dass eine formale Zuteilung zu einer fiktiven Gruppe bereits handlungsleitend sein kann. Entsprechend ist vorstellbar, dass das Wissen um die «Gruppe» der Crowdworker einer bestimmten Plattform bereits einen Effekt auf die soziale Identität haben kann. Die vorherrschende Anonymität führt zu einer Depersonalisierung der Crowdworker. Falls geteilte Eigenschaften vorliegen, könnte durchaus eine erlebte Gemeinsamkeit und somit eine geteilte Identität entstehen (vgl. Vinke, 2005).

5.1.4 Forschungsfragen

Wenn gemäss Boons et al. (2015) lediglich von einer schwachen Identifikation mit der Plattform und kaum sozialer Interaktion mit anderen Crowdworkern ausgegangen werden kann, bedeutet dies möglicherweise, dass entsprechende soziale Identitäten für das Individuum nicht mehr gleichermassen wichtig sind. Während Boons et al. aus einer Managementperspektive nach einer zur organisationalen Identifikation alternativen Erklärung suchen und hierzu Gefühle des Stolzes und des Respektes als Treiber für eine längerfristige aktive Mitgliedschaft auf der Plattform identifizieren, soll in der vorliegenden Arbeit untersucht werden, wann aus der individuellen Perspektive der Crowdworker die Plattformen und oder Auftraggeber als Identifikationsziele überhaupt in Frage kommen. Virtualität und gleichzeitig befristete Arbeitsverhältnisse mögen eine allfällige organisationale Identifikation beeinträchtigen, in welchem Ausmass bleibt offen. Hieraus lässt sich die Forschungsfrage zum Thema der organisationalen Entkoppelung formulieren:

Forschungsfrage 1: *Welche Rolle spielen die Crowdsourcing-Organisationen (Plattformen und Auftraggeber) hinsichtlich sozialer Identität der Crowdworker?*

- a. *Inwiefern können Plattformen als Identifikationsziele im Sinne von Arbeitgebern empfunden werden?*
- b. *Inwiefern findet eine Identifikation mit Auftraggebern statt?*

5.2 Crowdwork als Beruf

Abgesehen von der Organisation, kann der Beruf respektive die soziale Kategorie der Menschen, welche denselben Beruf/dieselben Tätigkeiten ausüben, als Identifikationsziel betrachtet werden. Im Kontext des Crowdsourcings bieten sich die Tätigkeiten der multiplen Anwendungsgebiete dieser Arbeitsform an. Gleichzeitig zeigen erste Erhebungen zur Häufigkeit von Crowdsourcing (Huws et al., 2017), dass auch gemischte Arbeitsformen vorkommen. Zur Diskussion dieser Aspekte wird im Folgenden das Konzept der Berufsidentität sowie dessen Bedeutung im Kontext des Crowdsourcings besprochen. Entscheidend beeinflusst werden diese Überlegungen durch die Virtualität, die sich hinsichtlich sozialer Beziehungen in der Bildung von online Communities zeigen könnte, die ihrerseits Identifikationsangebote darstellen.

5.2.1 Berufsidentität als Crowdworker

Die Berufsidentität (Professional Identity) ist nach Skorikov & Vondracek (2011) die bewusste Wahrnehmung, das Selbstverständnis der eigenen Person als Arbeiter/in. Sie ist eine weitergefasste soziale Kategorie auf dem kollektiven Level (Miscenko & Day, 2015) und der organisationalen Identität übergeordnet, da sie über mehrere Arbeitsstellen und Organisationen hinausgeht (Ashforth et al., 2008). Die Entwicklung der beruflichen Identität spielt über das gesamte Berufsleben hinweg eine kritische Rolle (Crocetti et al., 2014). Der Berufsidentität wird eine zentrale Bedeutung zugesprochen, weil sie sowohl für wichtige berufliche Entscheidungen und Zielsetzungen als auch für die Struktur und Entwicklung des individuellen Lebens wichtig ist (Skorikov & Vondracek, 2011).

Aus der Perspektive des Social Identity Approachs sind damit abstraktere, weiter gefasste soziale Identitäten, z.B. eben Berufsgruppen (in unterschiedlicher Differenziertheit), angesprochen. Hinsichtlich dem Untersuchungsgegenstand der Crowdworker stellt sich die Frage, ob und wenn ja, welche Berufsgruppen hier in Betracht gezogen werden müssten und ob die Arbeitsform des Crowdworkings einen Einfluss auf die mit der ausgeführten Tätigkeit verwandten Berufsgruppen (z.B. Grafiker/in zu virtueller Grafiker/in o.ä.) hat. Die Forschung zeigt, dass Berufsgruppen eigene Werte und Normen entwickeln können resp. eigene Subkulturen in Berufsgruppen entstehen (Guzman et al., 2004), die sich von organisationalen Identitäten unterscheiden oder sogar widersprechen können (Hirsh & Kang, 2016).

Ähnliche Fragen wurden im Kontext von Telework diskutiert. Thatcher und Zhu (2006) gehen in ihrem Artikel davon aus, dass die Identifikation mit Berufsgruppen gerade in virtuellen Arbeitsformen eine wichtigere Bedeutung einnehmen wird. Sie schlagen angesichts der geschwächten organisationalen Identifikation von Telearbeitenden vor, eine Einstellungsänderung der Mitarbeitenden gegenüber der Anstellung und der eigenen beruflichen Laufbahn zu fördern. Es soll deutlich gemacht werden, dass Karrierepfade über die Grenzen der Organisation hinausgehen können und dass eine (neue) Anstellung als Chance betrachtet werden sollte, Kompetenzen zu festigen

oder neu zu erwerben. Dieser Vorschlag bedeutet eine Auseinandersetzung mit der Berufsidentität (Skorikov & Vondracek, 2011), so dass der Beruf oder die Karriere zum wichtigeren Identifikationsziel als die Organisation werden könnten (Mattarelli & Tagliaventi, 2010). Dieser Aspekt interessiert auch im Kontext der Crowdworker, weil sich diese aufgrund der organisationalen Entkopplung alternativen Identifikationszielen zuwenden dürften. Bei solchen berufsbezogenen Identifikationszielen interessieren hier die entsprechenden sozialen Identitäten.

Die Berufsidentität von Crowdworkern ist bisweilen kaum untersucht. Es ist unklar, wie sich Crowdworker beschreiben, wenn sie nach ihrer beruflichen Identität gefragt werden, ob z.B. Crowdworking als (allgemein akzeptierte) soziale Kategorie wahrgenommen wird. In einer ersten qualitativen Studie zur Selbstwahrnehmung von Crowdworkern der Microtask-Plattform Amazon's Mechanical Turk haben Lehdonvirta und Mezier (2013) den Identitätsprozess der Arbeitnehmenden untersucht. Die Identitätsarbeit (*Identity Work*) der Crowdworker und deren Narrative stehen im Mittelpunkt der Betrachtung von Lehdonvirta und Mezier. Identitätsarbeit beschreibt den Prozess der Auseinandersetzung mit der eigenen Identität (Brown, 2015). Im Austausch mit dem sozialen Umfeld geht es dabei nach Brown um die Bildung, das Hinterfragen und Verändern sowie den Erhalt von Identitäten, basierend auf dem Verständnis kohärenter und distinkter Identitäten. Lehdonvirta und Mezier stellen drei verschiedene Identitätsprozesse heraus. Der erste beinhaltet die Konstruktion einer beruflichen Identität. In entsprechenden Narrativen werden Motive der Flexibilität, der Abwechslung und des Einkommens thematisiert. Im zweiten Prozess der Konstruktion einer «substitute identity» (S.15) werden Narrative zusammengefasst, in denen sich Microworker selber von ebendieser Gruppe distanzieren. Im Zusammenhang mit Erzählungen zu ihrem Beruf nennen sie dann Funktionen oder Tätigkeitsbereiche (z.B. Freelancer, Autor, tätig in der Forschung, im E-Commerce), Organisationen, für die sie arbeiten (z.B. Amazon) oder begreifen Microwork insgesamt als eine Art Video-Spiel im Netz. Im dritten Prozess, hin zu einer «sub-cultural identity» (S. 21), werden identitätsstiftende Beziehungen zu anderen Microworkern beschrieben. Auf informeller Basis bilden sich online Communities (z.B. in einem Forum für Microwork), welche Funktionen der sozialen Unterstützung übernehmen. Die Vernetzung von Microworkern schafft darüber hinaus Identitätsangebote, indem sich in Communities Werte und Normen herausbilden, die einen idealen Microworker beschreiben (Lehdonvirta & Mezier, 2013).

5.2.2 Identifikation mit online Communities als large-scale Gruppen

Eine mögliche Form von sozialer Berufsidentität könnten online Communities sein. Ergänzend zu der im Kapitel 2 genannten Definition von online oder virtuellen Communities (Hertel et al., 2005; Igbaria, 1999) sei an der Stelle eine umfassendere Definition von Ridings, Gefen und Arinze (2002) genannt, welche von der Bedeutung her den Gemeinschaftsaspekt dieser virtuellen Gruppen herausstellt:

«Virtual communities can be defined as groups of people with common interests and practices that communicate regularly and for some duration in an organized way over the internet through a common location or mechanism. The location of the virtual community,

although not physical, is important because it establishes the virtual 'place' where the members meet» (S. 273).

Online Communities im Sinne von Ridings et al. (2002), die ein gemeinsames Wertesystem haben, soziale Identitätsangebote liefern sowie die Kooperation und Kommunikation ihrer Mitglieder fördern, könnten ein alternatives Identifikationsziel zum Arbeitsvermittler darstellen. Die «location of the virtual community» stellt die Webseite, die Plattform oder ein bestimmtes Forum dar, in dem ein regelmässiger Austausch zwischen den Mitgliedern stattfinden kann. Plattformen, die eine Interaktion der Crowdworker zulassen oder gar fördern, könnten zu einem Ort einer online Community werden, der sich den Crowdworkern als Identifikationsangebot darstellt. Die Definition von Ridings et al. (2002) gleicht der einer sozialen, interagierenden Gruppe, die stärker strukturiert oder organisiert ist und online/virtuell in regelmässigem Kontakt steht.

Online Communities oder auch die Gruppe der Crowdworker als übergeordnetes, sich einem Berufsbild ähnelndes Konstrukt, stellen im Unterschied zu einer Organisation oder einem Arbeitsteam eine besonders grosse soziale Gruppe dar, die sich von einer kleinen, interagierenden Gruppe, in der sich die Mitglieder kennen, unterscheidet. Eine online Community könnte folglich als eine virtuelle soziale Gruppe bezeichnet werden. Abfalter, Zaglia und Mueller (2012) sprechen von gefühlter Gemeinschaft, «a spirit of belongig together» (S. 400).

Im Hinblick auf Effekte sozialer Gruppen wurde in der bisherigen Diskussion dieser Arbeit noch kaum auf die Grösse der sozialen Gruppen eingegangen. Im Sinne der SCT ordnen sich soziale Identitäten auf verschiedenen Abstraktionslevels ein und werden inkludierend konzipiert (Spears, 2011). Das bedeutet, dass umfassendere übergeordnete und meist abstraktere Gruppen kleinere untergeordnete einschliessen (z.B. Frau > Biologin > Abteilungsleiterin). Eine online Community könnte so als Teil einer grösseren Gruppe von Crowdworkern verstanden werden (z.B. der Plattformorganisation) oder aber selber weitere Gruppen (oder virtuelle Teams zur Ausführung bestimmter Aufgaben) enthalten.

5.2.3 Forschungsfragen

Zusammenfassend zeigt sich: Das Selbstverständnis von Crowdworkern kann sich einerseits an der eigentlichen Tätigkeit, z.B. an der eines/einer Grafikers/in, orientieren, welche gegebenenfalls auch eine gewisse berufliche Qualifikation erfordert. Die virtuell verteilte Arbeitsform könnte nun dazu führen, dass die Berufsidentität als Grafiker/in konform ist. Dies z.B. dann, wenn die Arbeitsform des Crowdworkings resp. die Plattformen als Kanal betrachtet werden, durch den Arbeitsaufträge akquiriert werden. Auf der anderen Seite stellt möglicherweise die Zuordnung zur Gruppe der Crowdworker im Sinne der Arbeitsform ein mit der Berufsidentität vergleichbares Konzept dar. Möglicherweise liefern für beiderlei Formen die online Communities ein entsprechendes Identifikationsangebot und stellen potentielle soziale Gruppen dar, die für entsprechende Crowdworker relevant sind. Hieraus lassen sich die Forschungsfragen formulieren:

Forschungsfrage 2: *Welche Rolle spielt Crowdwork (Arbeitsform und Tätigkeit) in der Konstitution der beruflichen Identität?*

- a. *Identifizieren sich Crowdworker mit einer gleichnamigen sozialen Gruppe oder welche anderen sozialen Kategorien werden verwendet, die sich auf die Arbeit als Crowdworker beziehen?*
- b. *Inwiefern konstituiert sich die berufliche Identität durch die Tätigkeit (z.B. Gruppe der Informatiker/innen)?*
- c. *Inwiefern sind online Communities relevante soziale Gruppen für Crowdworker?*

5.3 Heterogene Arbeitswelt

Die Feststellung einer heterogenen Arbeitswelt von Crowdworkern basiert auf zwei Beobachtungen: (1) Das soziale Setting (inkl. sozialer Identifikation) des Arbeitsortes beeinflusst die soziale Identität. Crowdworker wählen ihren Arbeitsort selber aus. Findet die Arbeit z.B. im Home-Office statt, kann angenommen werden, dass die Wahrscheinlichkeit für die Mischung beruflicher und privater Lebensbereiche steigt (vgl. Thatcher & Zhu, 2006). (2) Crowdwork wird häufig als ergänzende «Teilzeit»-Arbeit genutzt (vgl. Huws et al., 2017). Die Verteilung (oder eben die Heterogenität) der Arbeit liegt folglich innerhalb und ausserhalb des Crowdsourcings, d.h. innerhalb der Crowdwork verteilt sich Arbeit auf verschiedene Plattformen und Auftraggeber und ausserhalb von Crowdwork liegen auch noch andere Arbeitsformen und Beziehungen als Haupt- oder Nebenbeschäftigung vor. Diese Beobachtungen stützen die Annahme, dass sich innerhalb des Bereichs Arbeit und über diesen heraus – auch im Sinne einer Vermischung verschiedener Welten – ein zunehmend komplexeres soziales Umfeld abzeichnet (Hirsh & Kang, 2016). Die zwei genannten Beobachtungen sollen in den nächsten Abschnitten genauer diskutiert werden.

5.3.1 Soziales Setting der Arbeitsumgebung und soziale Identität

Virtuelle Arbeit findet typischerweise ausserhalb der physischen Grenzen einer Organisation statt, d.h. zuhause, in einer «privaten» Umgebung (z.B. Home-Office), in öffentlichen Büroräumlichkeiten (sog. open Workspaces), Bibliotheken oder unterwegs in öffentlichen Verkehrsmitteln usw. Die Crowdworker sind während der Arbeitsverrichtung allein oder in Gegenwart von oder in kommunikativem Austausch mit anderen Personen und Institutionen. Verglichen mit herkömmlichen Büroräumlichkeiten bedeuten verschiedene Arbeitsorte auch ein unterschiedliches soziales Umfeld (Thatcher & Zhu, 2006). Mattarelli und Tagliaventi (2010) zeigen, dass das soziale Umfeld bei Telearbeitenden einen Einfluss auf die Konstitution der Identität hat. Thatcher und Zhu (2006) beschreiben eine weitere Konsequenz der veränderten sozialen Umgebung: Sie besteht darin, dass die Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben durchlässiger werden. Die Wahrscheinlichkeit für soziale Interaktion mit privaten Kontakten und Gruppen steigt, was sich im Rahmen der Telearbeit auf die Beziehung zu den Vorgesetzten und Arbeitskollegen/innen auswirkt.

Gemäss den Autoren ist wichtig, die Abstimmung von organisationalen Identitäten und solchen, die sich auf andere Ziele beziehen, zu unterstützen, z.B. durch das Schaffen einer Balance von Arbeit und Privatleben. In diese Diskussion fliessen auch die Kontextfaktoren aus Forschungsarbeiten zu Telearbeit und deren Einfluss auf das Wohlbefinden ein. Das soziale Setting ist z.B. mitentscheidend für eine soziale und berufsbezogene Isolation (z.B. Bartel et al., 2012).

Der SIT folgend, bildet sich der (Arbeits-) Kontext in sozialen Kategorien ab und ist daher identitätsstiftend (Lubbers, Molina, & McCarty, 2007). Individuen haben verschiedene Identitäten, die sich an der sozialen Umgebung orientieren. Bei hoher Intensität von Telearbeit wird es entsprechend schwieriger, eine herkömmliche organisationale Identifikation aufrecht zu erhalten, weil die Interaktion mit Arbeitskollegen/innen und Vorgesetzten durch die Distanz beeinträchtigt ist. Gleichzeitig entstehen durch die Onlineaktivitäten neue soziale Räume mit entsprechenden Kontexthinweisen und ihren Einflüssen auf soziale Identitäten.

Wenn sich der Arbeitskontext auf die Identität auswirkt, haben auch multiple Jobs resp. Arbeitsbeziehungen einen Einfluss auf die Identität (vgl. Selenko et al., 2018). Multiple Jobs ermöglichen multiple soziale Identitäten. Es kann sich um Kombinationen von verschiedenen ähnlichen oder unterschiedlichen Jobs handeln, was die Anstellungsform, die Arbeitsform, das Pensum usw. betrifft. Und Crowdfunding selber kann sich auf verschiedene Tätigkeiten oder Kombinationen mit anderen Jobs resp. Anstellungen beziehen. Durch diese Kombinationsmöglichkeiten und die vermutete Vielfalt der Jobs – begünstigt durch die Arbeitsform des Crowdfundings – entsteht die heterogene Arbeitswelt und ggf. eine komplexe Arbeitsidentität mit vielen verschiedenen sozialen Identitäten. Im Hinblick auf die Untersuchung der sozialen Identität (die Bestimmung relevanter sozialer Identitäten) von Crowdfundern ist zu berücksichtigen, ob Crowdfunding die Hauptbeschäftigung oder eine ergänzende Tätigkeit zu einer Festanstellung, Ausbildung usw. darstellt. Hinweise zur Verteilung von Crowdfunder und Job-Kombinationen folgen im nächsten Kapitel.

5.3.2 *Teilzeit Crowdfunder: Heterogenität der Population*

Die Ergebnisse der Studien von Huws et al. (2017) deuten auf eine recht hohe Heterogenität der Population der Crowdfunder hin. Gerade weil sich durch den hohen Flexibilitätsgrad Crowdfunder als Ergänzung (zu einer Hauptbeschäftigung) anbietet, ist von verschiedenen Tätigkeiten ausserhalb von Crowdfunder auszugehen. Hinweise dafür liefern die Fragen zum Anteil der Arbeitsform am Gesamteinkommen und der Altersspanne von 16 bis 75 Jahren (vgl. Kapitel 2.3.4).

Eine erste eigene Untersuchung liegt zu Gigworkern der Plattform Coople vor⁶. Sie zeigt, dass 30.5% der befragten Gigworker Studierende sind, 31.5% eine Festanstellung (Voll- oder Teilzeit) haben und 13.4% die Tätigkeit als Gigworker als Hauptbeschäftigung einstufen. Diese Werte

⁶ Befragt wurden 1721 Gigworker (= 9% Rücklauf) zwischen dem 30. Juni und dem 14. Juli 2015. Teilgenommen haben zu 64% Frauen; die Befragten sind zwischen 18 und 62 Jahre alt (Median: 26 Jahre, $M = 30.1$, $SD = 10.6$).

können nicht vorbehaltlos auf die Crowdworker übertragen werden, sondern sind als Hinweise zu werten. Gigwork ist wie Crowdwork Teil der *Plattformökonomie* und weist somit die gemeinsamen Merkmale der Flexibilität bezüglich Zeit, Raum und Arbeitsbeziehung auf. Der entscheidende Unterschied liegt im Arbeitsort und der Face-to-Face Interaktion mit Arbeitskollegen/innen und ggf. mit dem Arbeitgeber. Dieser Unterschied dürfte sich auch im Prozess sozialer Identifikation abbilden. Zurzeit liegen keine vergleichbaren Studien zu Crowdfunding vor. Es kann allerdings aus diesen Zahlen der Hinweis gewonnen werden, dass flexible Arbeitsformen im Rahmen der Plattformökonomie in vielen Fällen als Ergänzung zu einer anderen Arbeitsform oder einer Ausbildung ausgeübt werden.

Dieser Aspekt der Heterogenität ist ein entscheidender. Wenn über das Thema Crowdsourcing oder andere Beschäftigungsformen (z.B. Temporärarbeit oder Teilzeitarbeit) geschrieben wird, besteht zuweilen die Gefahr, ebendiese Kategorien als weitgehend homogen zu betrachten. In bisherigen Studien zu atypischen Beschäftigungsformen⁷, zu denen auch Crowd- und Gigwork gezählt werden können, wurden innerhalb einer Arbeitsform selten weitere Segmentierungen vorgenommen (Pirani, 2015). Nicht nur die Intensität der Arbeitsform, sondern auch die Qualifikation und Motivation der Arbeitnehmenden variieren aber stark. Die Reduktion der Population von atypisch Beschäftigten auf eine Kategorie hat zu widersprüchlichen Forschungsergebnissen geführt, wie z.B. die dichotome Gegenüberstellung von Temporärarbeitenden und Festangestellten (De Cuyper et al., 2008). Neuere Untersuchungen zeigen, dass sich Arbeitnehmende innerhalb der Temporärbranche in verschiedener Hinsicht differenzieren lassen. Die Studie von Swisstaffing (2015) weist darauf hin, dass die Beweggründe, weshalb jemand diese Arbeitsform wählt, sehr unterschiedlich sind. Die Studie stellt heraus, dass es sich bei Temporärarbeitenden nicht nur um gering qualifizierte Arbeitslose handelt, die eine Festanstellung suchen (67% arbeiten in der Funktion einer Fachkraft); 45% haben sich wegen der Passung zur individuellen Lebenssituation für Temporärarbeit entschieden. Eine weitere Studie (Gracia, Ramos, Peiró, Caballer, & Sora, 2011) zeigt, dass bei Temporärarbeitenden die Motivation (und Volition), Qualifikation und Arbeitsmarktfähigkeiten stark variieren. Es handelt sich also bei Temporärarbeitenden um eine heterogene Gruppe, die sich empirisch in weitere Subgruppen differenzieren lässt. Die in den Studien unterstellte Dichotomie wirft ein falsches Licht auf die Effekte einer Arbeitsform. Ähnliches gilt für die virtuelle Arbeit: Crowdworker als homogene Gruppe zu betrachten dürfte schon aufgrund des Tätigkeitsspektrums (vgl. Kapitel 2.3.3) und der damit verbundenen Qualifikation den geltenden Verhältnissen nicht gerecht werden. Hinzu kommen zudem die oben beschriebenen Mischungen von verschiedenen Arbeitsverhältnissen, wie z.B. Crowdwork und eine Teilzeitstelle.

⁷ Alle Arbeitsformen die nicht der Standardarbeitsform der Mehrheit entsprechen (z.B. Pirani, 2015).

Im Hinblick auf die sozialen Identitäten ist davon auszugehen, dass die Heterogenität der Population der Crowdworker einhergeht mit unterschiedlichen oder multiplen sozialen Identitäten (Selenko et al., 2018). Die Bedeutung einer sozialen Identität steht in gewisser Abhängigkeit zu anderen sozialen Identitäten, was zur Annahme führt, dass die Betrachtung multipler Identitäten ein umfassenderes Bild der Arbeitsidentität zeichnen lässt und somit diese Heterogenität auch abzubilden vermag. Forschungsarbeiten zu herkömmlichen Arbeitsverhältnissen zeigen, dass die simultane Betrachtung mehrerer Identifikationsziele auch innerhalb eines Jobs (Arbeitsteam, Vorgesetzte, Organisation) von Bedeutung ist. Horstmeier, Homan, Rosenauer und Voelpel (2016) beschreiben verschiedene Identitäten bei der Arbeit und zeigen, dass multiple Identifikationen durch spezifische soziale Interaktion zustande kommen. Zudem können multiple Identitäten auch gleichzeitig salient sein (Ramarajan, 2014).

5.3.3 Forschungsfragen

Die räumlich-zeitliche Flexibilität des Arbeitens ermöglicht unterschiedliche soziale Arbeitssettings/-lokalitäten und unterschiedliche Kombinationsmöglichkeiten von Crowdwork und anderen Arbeitsformen. Diese Heterogenität lässt den Schluss nach einer zunehmenden Komplexität des sozialen Miteinanders zu (Hirsh & Kang, 2016). Konzeptionell betrachtet könnten sich in Anlehnung an die Forschungsfragen 2a bis c die multiplen Arbeitsbeziehungen in einem neuen Selbstverständnis als eigene soziale Kategorie abbilden. Selenko et al. (2018) stellen die Vermutung an, dass sich in atypischen Arbeitsformen, zu denen auch Crowdsourcing gezählt werden kann, nach einer gewissen Zeit das Verständnis und die Erwartungen verschieben, was ein «normaler» Beruf ist, und dass ein «multiple job holder» (S.330) selber zu einer neuen Identitätskategorie werden kann. Diese Aspekte führen nunmehr zu den folgenden Forschungsfragen.

Forschungsfrage 3: *Inwiefern lässt sich Heterogenität in der Arbeitsidentität feststellen und welche Rolle spielt Crowdworking dabei?*

- a. Inwiefern zeigen sich multiple Arbeitsbeziehungen in den berichteten Gruppenmitgliedschaften?*
- b. Welche sozialen Identitäten aus anderen Arbeitsbereichen ausserhalb von Crowdworking sind wichtig?*
- c. In welchem Verhältnis stehen soziale Identitäten aus anderen Arbeitsbereichen zu sozialen Identitäten des Crowdworkings?*

6 Identität und Gesundheit im Kontext von Crowdwork

Bisherige Forschungsarbeiten haben innerhalb des Social Identity Ansatzes verschiedene Identitätskonzepte untersucht, welche die Mechanismen der Gesundheitseffekte erklären können. Der Zusammenhang von Identität und Gesundheit lässt sich über die Bedeutung der sozialen Identitäten als Ressource (im Sinne des Belastungs-Ressourcen-Ansatzes) herstellen (vgl. Kapitel 3.3). Diese Aspekte sind nun in den Kontext von Crowdwork zu rücken. Das folgende Kapitel 6 befasst sich in den ersten beiden Kapiteln mit dem spezifischen Kontext von Crowdwork, der dritte Teil mit zentralen Identitätskonzepten im Hinblick auf die Ressourcenfrage:

- In Kapitel 6.1 geht es um die organisationale Identifikation bei Crowdworkern, d.h. wer die «Organisation» ist, ob es die Plattformunternehmung oder die Auftraggeber sind und welche Auswirkungen dies auf ihre Bedeutung als Ressource bei der Arbeit haben könnte.
- Dann ist im Kontext virtueller Arbeit von neuen, und zunehmend abstrakten sozialen Gruppen auszugehen, wie z.B. online Communities. In Kapitel 6.2 geht es um die Frage, ob solche abstrakte Gruppenmitgliedschaften auch eine Ressource darstellen können.
- Forschungsarbeiten zum Zusammenhang von Identität und Gesundheit zeigen, dass die Anzahl sozialer Identitäten, die subjektive Relevanz einer Identität (z.B. Entwicklung sozialer Identitäten beim Jobwechsel oder beim Wechsel der Arbeitsform) und die Vereinbarkeit von sozialen Identitäten relevant für die Bedeutung sozialer Identitäten als Ressource sind (Kapitel 6.3).

Diese vier Fragen strukturieren dieses Kapitel und führen dann zur Entwicklung der vierten Forschungsfrage zur Bedeutung von sozialen Identitäten im Crowdworking als Ressource.

6.1 Organisationale Identität als Ressource

Eine soziale Identität kann als Ressource betrachtet werden, das haben die Ausführungen im Kapitel 3.3 gezeigt. Die organisationale Identifikation stellt eine besonders wichtige Ressource dar, wenn berücksichtigt wird, dass in einem herkömmlichen Arbeitsumfeld der Arbeitgeber eine zentrale Rolle einnimmt und darüber hinaus die Arbeit in unserem Kulturkreis einen identitätsprägenden Lebensbereich darstellt. Wegge et al. (2006) z.B. konnten zeigen, je stärker die Identifikation mit der Organisation, desto geringer sind Gesundheitsbeschwerden, emotionale Erschöpfung und Depersonalisierung. Mit Bezug zum Ressourcen-Ansatz lässt sich nun folgern, dass die organisationale Entkoppelung als Beeinträchtigung einer Ressource betrachtet werden kann. Oder aber es liegen alternative Identifikationsziele vor, welche in ähnlicher Art und Weise funktional sind. Plattformorganisationen oder Auftraggeber sind ggf. solche Identifikationsziele, wenn gleich dies aufgrund der Virtualität bezweifelt werden darf. Das könnte bedeuten, dass die organisationale Identifikation als Ressource an Bedeutung verliert. Dazu kommt, dass unter der Annahme von multiplen Jobs auch die Zahl sozialer Identitäten im Arbeitsumfeld grösser werden könnte (Selenko et al., 2018). Nicht nur die organisationale Identifikation, sondern auch andere soziale

Identitäten können als Ressource betrachtet werden. In diesem Kontext scheint die Ressourcenfrage sozialer Identitäten relevant. Es wird angenommen, dass sich der Fokus arbeitsbezogener Identitäten bei intensivem Crowdfunding verschiebt, weg von der organisationalen Identifikation hin zu anderen Identifikationszielen (in Anlehnung an Thatcher & Zhu, 2006). Diese Annahme ist abhängig davon, ob Crowdfork mit einer herkömmlichen Anstellung bei einer Organisation kombiniert wird, welche als Identifikationsziel dient.

6.2 Abstraktionslevel und Gruppengrösse: large-scale Gruppen

Der Berufsidentität (oder auch eine soziale Gruppe wie die der Crowdforker) wird eine höhere Abstraktionsebene im Vergleich zu Organisationen zugesprochen, d.h. eine Berufsgruppe, die zu einer relevanten sozialen Identität wird, ist typischerweise abstrakter als eine interagierende Projektgruppe. Dementsprechend lassen sich soziale Gruppen unterscheiden: Grosse, abstrakte Gruppen oder soziale Kategorien (z.B. Nationen, Bevölkerungsgruppen, Geschlecht) werden als *large-scale Gruppen* bezeichnet. Nicht alle Mitglieder dieser Gruppen kennen sich gegenseitig. Im Vergleich dazu werden kleinere, interagierende Gruppen (z.B. Arbeitsteams, Familie, Verein) *small-scale Gruppen* genannt. Hier ist davon auszugehen, dass sich die Gruppenmitglieder gegenseitig kennen. Als nächstes soll besprochen werden, inwiefern Gesundheitseffekte auch bei grossen Gruppen vorliegen (Khan et al., 2014), d.h. ob large-scale Gruppen auch als gesundheitsrelevante Ressourcen betrachtet werden können.

Khan und Kollegen (2014) liefern mit ihrer Studie Hinweise dafür, dass soziale Identitäten sowohl hinsichtlich kleiner wie grosser Gruppen physisches und psychisches Wohlbefinden fördern. In der Studie von Khan et al. wird die religiöse Gemeinschaft der Hindu als large-scale Gruppe untersucht. Die Autoren zeigen, dass eine stärkere soziale Identifikation als Hindu in ländlichen indischen Gebieten einen indirekten Effekt auf das Wohlbefinden hat und zwar via subjektiver Überzeugung, geeignete Coping-Strategien zu haben, um mit alltäglichen Stressoren umgehen zu können (stressbezogene Selbstwirksamkeit). Es zeigt sich in der Studie jedoch auch, dass eine starke Identifikation sogar zu negativen Auswirkungen auf die Gesundheit führen kann (z.B. aufgrund veränderter Symptomwahrnehmung durch starke Identifikation). Insgesamt liegen aufgrund dieser Studie vier wichtige Erkenntnisse vor: Die soziale Identität hat einen Einfluss auf die Gesundheit, unabhängig davon, ob es um kleine oder grosse, um besondere oder alltägliche Gruppen geht. Dieser Effekt verläuft indirekt über die Selbstwirksamkeit. Die bislang in westlichen Nationen beobachteten Effekte sozialer Identität konnten in einer östlichen Kultur bestätigt werden und schliesslich kann eine zu starke Identifikation auch zu negativen gesundheitlichen Folgen führen (Khan et al., 2014). Gruppen verschiedener Abstraktionslevel resp. verschiedener Grössen sind innerhalb und ausserhalb des Crowdfunding denkbar. Im Bereich Crowdfunding ist aber aufgrund der Arbeitsform auch mit grossen abstrakten Gruppen zu rechnen, das betrifft Berufsgruppen oder online Communities von Plattformen oder Communities und Gruppen auf Social-Media-Kanälen.

6.3 Zentrale Identitätskonzepte mit Gesundheitsbezug

Es wird deutlich, dass soziale Gruppenmitgliedschaften, sei es bezüglich einer Organisation oder einer abstrakteren Berufsgruppe, als gesundheitsrelevante Ressource betrachtet werden können. Entsprechende positive Effekte sind allerdings abhängig von verschiedenen Bedingungen, so z.B. von der Vereinbarkeit sozialer Identitäten (im Sinne des multiplen Identitätsansatzes, vgl. Roccas & Brewer, 2002).

Forschungsarbeiten im Rahmen des Social Identity Approachs weisen auf folgende Aspekte hin, die im Hinblick auf Gesundheitseffekte zu beachten sind. (1) Zunächst zeigt sich, dass die Anzahl sozialer Identitäten eines Individuums durchaus einen eigenen fördernden Beitrag zur Gesundheit liefert (Cruwys, 2016). (2) Andere Forschungsarbeiten finden, dass dieser Effekt abhängig ist von deren Bedeutsamkeit und Relevanz (oder Identifikationsstärke). (3) Drittens zeigt sich, dass ein Gewinn einer neuen sozialen Identität negative Gesundheitseffekte eines Identitätsverlustes (in Phasen der Veränderung) auffangen kann. (4) Und viertens spielt, wie oben bereits angetönt, die Vereinbarkeit oder Kompatibilität von sozialen Identitäten eine bedeutende Rolle. Diese vier Aspekte sollen im Folgenden dargelegt werden.

6.3.1 Die Anzahl sozialer Identitäten

Die Anzahl verschiedener Gruppenmitgliedschaften und die damit verbundenen multiplen Identitäten leisten einen eigenen Beitrag zur Förderung der Gesundheit (Cruwys, 2016). Sie fördern die Resilienz bei physischen Belastungen. Zu diesem Ergebnis kommen Jones und Jetten (2011) in ihren experimentellen Untersuchungen. Sie zeigen, dass die Mitgliedschaft in mehreren Gruppen eine schnellere Erholung nach physischer Anstrengung begünstigt. Aus der Studie geht weiter hervor, dass bereits durch die Variation der Salienz von unterschiedlich vielen Gruppenmitgliedschaften Belastungen länger ertragen werden (z.B. beim Eintauchen der sub-dominanten Hand in Eiswasser). Die bloße Anzahl zugänglicher Gruppenmitgliedschaften leistet demnach einen eigenen Beitrag zur Förderung der Resilienz.

Im Kontext Crowdfunding, wo multiple Arbeitsverhältnisse oder Job-Kombinationen vermutet werden, kann die Anzahl verschiedener Identitäten positive wie negative Implikationen haben. Nach Selenko et al. (2018) sind multiple arbeitsbezogene Identitäten im Kontext atypischer und verteilter Arbeit «Fluch und Segen» zugleich, die aufgrund der Heterogenität Verwirrung, Identitätskonflikte und Desorientierung auslösen könnten (Caza, Moss, & Vough, 2018).

6.3.2 Die Relevanz einer sozialen Identität

Der Zusammenhang von sozialer Identität und Gesundheit kann über das Verhalten in relevanten Gruppen (beeinflusst durch die Gruppennormen) hergestellt werden. Zugrunde liegt folgender Mechanismus: Je relevanter die Gruppe (je stärker die Identifikation mit der Gruppe), desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass die geltenden Gruppennormen übernommen werden, d.h.

konformes Verhalten gezeigt wird. Diese Form von Gesundheitseinfluss sozialer Gruppenmitgliedschaften ist zwar für die vorliegende Studie nicht direkt relevant, zeigt aber einen wichtigen Mechanismus des Zusammenhangs von sozialer Identität und Gesundheit auf und sei deshalb anhand der Studie von Miller et al. (2016) kurz erläutert:

Nach Miller et al. (2016) spielt neben der Anzahl auch die Stärke der Identifikation (persönliche Relevanz) mit sozialen Gruppen eine Rolle. Ihre Untersuchung zeigt zunächst den oben berichteten Effekt der Anzahl sozialer Identitäten: Eine hohe Anzahl von sozialen Gruppen, mit denen sich Jugendliche stark identifizieren, führt mit geringerer Wahrscheinlichkeit zu negativem Gesundheitsverhalten (Rauchen, Komatrinken und Cannabis-Konsum). Dann zeigt die Studie, dass der bloße Kontakt zu diesen Gruppen, also ohne eine hohe Identifikation, gegenteiligen Effekt hat, d.h. negatives Gesundheitsverhalten fördert. Die Autoren erklären den Effekt damit, dass die Identifikation mit spezifischen Gruppen (Familie, Schule, Freunde) das Gesundheitsverhalten unterschiedlich beeinflusst, weil dadurch die in den Gruppen vorhandenen Normen übernommen werden. Somit ist nicht jede soziale Identität als weiteren «positiven Einfluss» auf die Gesundheit zu verstehen. Es ist entscheidend, ob Gruppennormen vorliegen, welche ein negatives oder positives Gesundheitsverhalten fördern (Cruwys et al., 2014).

Die Relevanz sozialer Identitäten im Crowdfunding geht auch bereits aus den beiden vorangehenden Kapiteln 6.1 und 6.2 hervor. Es ging darum, ob Organisationen wie die Plattformen oder die Auftraggeber des Crowdfundings überhaupt relevante Identifikationsziele sind. Gleichzeitig wurde auch diskutiert, inwiefern aus large-scale Gruppen relevante soziale Identitäten entstehen können, welche in Zusammenhang stehen mit Gesundheit. Wie wir gesehen haben, verläuft dieser letzte Zusammenhang über individuelle Coping-Strategien. Es wird Teil der Untersuchung sein, diese Aspekte zu untersuchen und wird in die Formulierung der entsprechenden Forschungsfrage einfließen (vgl. Kapitel 6.3.4).

6.3.3 Gewinn neuer sozialer Identitäten

Weitere Hinweise zum Einfluss der Anzahl sozialer Identitäten gehen aus einer Längsschnittstudie von Steffens, Cruwys, Haslam, Jetten und Haslam (2016) hervor. Sie untersuchten den Einfluss der Anzahl Gruppenmitgliedschaften (i.S. der SI) auf die subjektiv wahrgenommene Lebensqualität und die Lebenserwartung (während 6 Jahren, mittels 5 Erhebungswellen der English Longitudinal Study of Ageing, ELSA) bei Menschen vor und nach der Pensionierung. Insbesondere der Übergang in eine neue Lebensphase wie die der Pensionierung kann zu tiefgreifenden Veränderungen und entsprechenden Herausforderungen in der Lebensgestaltung führen. Im Hinblick auf die Identitätsfrage fällt durch einen Übergang in den Ruhestand (abgesehen von flexibilisierten Modellen der Teilzeitpensionierung) die organisationale Identität mit dem Arbeitgeber, dem Arbeitsteam und ähnlichen Gruppen weg. Die Studie von Steffens et al. (2016) zeigt nun, dass in diesem Kontext der Veränderung die Anzahl sozialer Identitäten in positivem Verhältnis zur Lebensqualität und Lebenserwartung stehen. Interessanterweise sind dabei vor allem die

Gruppenmitgliedschaften nach der Pensionierung von Bedeutung, während jene vor dem Übertritt in die neue Lebensphase vor allem bei der Kontrollgruppe wichtig waren. Die Autoren schließen daraus, dass der Verlust von organisationaler oder Team-Identität beim Arbeitgeber nicht automatisch zu einer Gesundheitsgefährdung führt bzw., dass der Gewinn neuer Gruppenmitgliedschaften sogar wichtiger sein dürfte als die Erhaltung bestehender Mitgliedschaften vor der Pensionierung. Bereits ältere Studien zeigen, dass Konsequenzen bei Identitäts-Veränderungen durch neue Identitäten aufgefangen werden können (z.B. Iyer, Jetten, Tsivrikos, Postmes, & Haslam, 2009). Ein Crowdworker, der sich neu in diesem Arbeitsumfeld befindet, könnte folglich Verluste von sozialen Gruppenmitgliedschaften und deren potentiellen negativen Auswirkungen durch den Gewinn neuer Gruppenmitgliedschaften kompensieren.

6.3.4 Vereinbarkeit sozialer Identitäten

Die Heterogenität der Arbeitswelt nimmt nicht nur Bezug auf die Vereinbarkeit verschiedener Arbeitsbereiche, sie spricht auch die Vereinbarkeit verschiedener Identitäten an. Identitäten stellen nicht automatisch eine Ressource dar, die durch «Anreichern» weiterer sozialer Identitäten direkt gestärkt wird. Brook, Garcia und Fleming (2008) gehen davon aus, dass multiple Identitäten nur dann eine Ressource darstellen, wenn diese für das Individuum wichtig sind und eine harmonische Beziehung zwischen den Identitäten besteht. Sind diese zwei Bedingungen gegeben, sind positive Effekte auf die Gesundheit möglich. Soziale Identitäten können jedoch zueinander in Konflikt stehen, wenn sich deren Normen und Erwartungen widersprechen.

Hirsh und Kang (2016) nehmen an, dass die zunehmend komplexere soziale Umwelt der Gegenwart dazu führt, dass wir Menschen uns mit immer mehr sozialen Gruppen gleichzeitig identifizieren. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass zwei oder mehr Identitäten gleichzeitig salient sind, deren Normen oder Werte sich aber widersprechen und folglich Identitäts-Konflikte auslösen. Solche Konflikte können zwischen verschiedenen Lebensbereichen (z.B. Arbeit und Familie), zwischen Geschlecht und sozialen Rollen, sexueller Orientierung und sozialer Identität oder zwischen verschiedenen ethnischen Identitäten (Zugehörigkeit zu mehreren Rassen oder Kulturen; Hirsh & Kang, 2016) bestehen. Ein Identitätskonflikt ist vergleichbar mit dem Rollenkonflikt, der durch gegenläufige Rollenerwartungen des sozialen Umfeldes zustande kommt⁸. Solche Identitätskonflikte können auch innerhalb des beruflichen Umfeldes bestehen, z.B. zwischen der Berufs- und der organisationalen Identität (oder zwischen Team- und organisationaler Identität). Bei Wissensarbeitenden aus Expertenorganisationen, z.B. Wissenschaftlern oder Ärzten, wird typischerweise eine hohe Berufsidentifikation festgestellt, während gleichzeitig die Identifikation mit

⁸ Hirsh und Kang (2016) unterscheiden Rollen und Identitäten dahingehend, dass bei ersterem keine Identifikation mit einer grösseren Gruppe besteht. Die Rolle „Mutter“ beschreibe z.B. eine strukturelle Position innerhalb der Familie. Eine soziale Identität entstehe erst dann, wenn eine Selbstkategorisierung zur «Gruppe der Mütter» stattfindet.

der Organisation eher gering ausfällt (Mattarelli & Tagliaventi, 2010). Auch hier kann ein Widerspruch der Werte und Normen zwischen Profession und Organisation zu entsprechenden Identitäts-Konflikten führen. Die Übereinstimmung der Werte und Normen hingegen bewirkt eine gegenseitige Verstärkung der beiden Identitäten (Ashforth & Mael, 1989), d.h. wenn die Organisation die mit der Profession verbundenen Erwartungen unterstützt.

6.4 Forschungsfrage zu den Gesundheitsimplikationen

Im Fokus der Untersuchung steht nach wie vor die Konstitution der Arbeitsidentität der Crowdworker als sehr offene, explorative Frage. So wie die theoretische Abhandlung in den obigen Kapiteln gezeigt hat, gewinnt die Frage nach dieser Arbeitsidentität an Bedeutung, wenn in Betracht gezogen wird, dass über soziale Identitäten mitunter grundlegende psychische Bedürfnisse wie z.B. positiver Selbstwert, Gefühl der Zugehörigkeit, Kontrolle und Sinnstiftung (Greenaway et al., 2015) erfüllt werden können.

Zudem hat sich gezeigt, dass die Anzahl sozialer Identitäten sowie der Gewinn neuer Identitäten eine positive Wirkung auf die Gesundheit haben. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung interessiert, inwiefern soziale Identitäten aus dem Bereich Crowdfunding entwickelt wurden, d.h. Identitäten, welche nach Beginn der Crowdworker-Tätigkeit «neu» dazugekommen sind. Die vorangehenden Kapitel haben auch gezeigt, dass die positiven Effekte auf die psychische Gesundheit abhängig sind von der Stärke der Identifikation mit den Gruppen, der Bedeutung und der Vereinbarkeit oder Kompatibilität der Gruppenmitgliedschaften.

Aus dieser Perspektive der Ressourcenfrage wird eine Art Bewertung der Untersuchungsergebnisse möglich sein. Folgende Forschungsfrage wird dazu formuliert:

Forschungsfrage 4: Inwiefern können die sozialen Identitäten aus dem Bereich Crowdfunding als Ressource gedeutet werden?

Wichtig zu bemerken ist an der Stelle, dass anhand der sozialen Identitäten und insbesondere über ihre Anzahl, Bedeutung und Vereinbarkeit abgeschätzt werden soll, inwiefern die gefundenen Gruppenmitgliedschaften als Ressource interpretiert werden können. Wenn fortwährend von psychischer Gesundheit oder Wohlbefinden gesprochen wird, dann stets im Hinblick auf die diskutierten theoretischen Grundlagen (vgl. Kapitel 3.3). Es geht also weder um die Untersuchung des Zusammenhangs von sozialer Identität und Gesundheit an sich, noch geht es direkt um das Wohlbefinden und die psychische Gesundheit von Crowdworkern. Wie auch das Kapitel 4 zu virtueller Arbeit und Gesundheit gezeigt hat, sind die Einflussfaktoren im Zusammenhang von virtueller Arbeit und Gesundheit weit vielfältiger. Wäre das Wohlbefinden oder die psychische Gesundheit von Crowdworkern das zentrale Forschungsthema, müssten einige weitere Faktoren mitberücksichtigt werden.

7 Untersuchungsansatz

Um die Rolle der sozialen Identität im Arbeitsumfeld von Crowdworkern zu untersuchen, wird ein integrativer methodischer Ansatz benötigt, der die hergeleiteten Forschungsfragen zusammen berücksichtigen kann. Der Untersuchungsgegenstand der verteilten virtuellen Arbeitsform sowie die beschriebenen Zusammenhänge sozialer Identität und psychischer Gesundheit sprechen für die Betrachtung multipler Identitäten (Roccas & Brewer, 2002). Damit wird die Untersuchung der vermuteten Komplexität gerechter, die durch die organisationale Entkoppelung und Flexibilisierung der Arbeitsform entsteht. Wie das vorgängige Kapitel gezeigt hat, geht es dabei nicht nur um das gleichzeitige Erfassen mehrerer Identitäten, sondern auch um die Annahme, dass mitunter die Anzahl sozialer Identitäten, deren individuelle Bedeutung und gegenseitige Kompatibilität einen Einfluss auf die psychische Gesundheit haben (Brook et al., 2008; Jones & Jetten, 2011; Steffens et al., 2016). Das heisst, dass sich die Identitäten gegenseitig beeinflussen und Interaktionen vorliegen, die es zu beachten gilt. Forschungsmethodisch bedeutet es, nicht einzelne soziale Identitäten isoliert, sondern mehrere Identifikationsziele pro Individuum *gleichzeitig* zu untersuchen. Dies wird in der Literatur unter dem Begriff der *Identifikationsprofile* behandelt.

Nachfolgend wird genauer auf den Ansatz der Identifikationsprofile aus theoretischer und methodischer Sicht eingegangen (Kapitel 7.1). Dazu gehören die verschiedenen Anforderungen an die Identifikationsprofile, welche aus den Forschungsfragen hervorgehen. Es wird der Frage nachgegangen, welche Art der Daten erhoben werden sollen und inwiefern sich die Konstrukte aus den Forschungsfragen durch entsprechende Indikatoren operationalisieren lassen. Der explorative Charakter der vorliegenden Studie erfordert zunächst eine konzeptionelle Grundlage, welche die Bedeutung und Konstitution dieser Profile genauer beschreibt. Hierzu bietet sich der Ansatz der sozialen Netzwerkanalyse an (Kapitel 7.2), aus welchem sich methodische Zugänge einerseits für den Untersuchungsgegenstand sozialer Identitäten und zugleich auch für das Verfahren der Datenerhebung selbst eröffnen (Kapitel 7.3).

Die nun folgenden Kapitel beziehen sich zu Beginn auf eine Reihe von quantitativen Studien. Dies hat zwei Gründe: Erstens überwiegen in der Literatur zu diesem Thema Studien mit quantitativem Design im Vergleich mit den qualitativen. Zweitens liefern die Ergebnisse aus den quantitativen Studien gute Argumente für die hier gewählte Analysemethode, auch wenn die vorliegende Studie auf ein exploratives, qualitatives Forschungsdesign ausgerichtet ist.

7.1 Integrierender Ansatz zur Untersuchung multipler Identitäten

Der Ansatz der angesprochenen Identifikationsprofile (z.B. Lipponen, Helkama, Olkkonen, & Juslin, 2005; van Dick et al., 2008) bietet die Möglichkeit, auch die Beziehungen zwischen multiplen sozialen Identitäten zu untersuchen. Im Hinblick auf multiple Identitäten und Gesundheit ist dieser Aspekt wichtig, weil sich Identitäten gegenseitig verstärken oder auch in Konflikt zueinander ste-

hen können (Brook et al., 2008). Um zu erläutern, was unter Identifikationsprofilen genau verstanden wird und welchen analytischen Mehrwert sie bieten können, sei an der Stelle auf die Studie von Crocetti et al. (2014) hingewiesen. In der Studie wurden einfache Profile auf Basis zweier Identifikationsziele erhoben und deren Einfluss auf die Gesundheit untersucht. Obwohl es sich beim zitierten Bericht um eine quantitative Untersuchung handelt, zeigt sie exemplarisch auf, was mit der gegenseitigen Beeinflussung zweier sozialer Identitäten und ihrer Auswirkung auf die Gesundheit gemeint ist. Anschliessend wird erörtert, inwiefern sich dieser Ansatz auf den Crowdsourcing-Kontext übertragen lässt und welche methodischen Anforderungen im Rahmen der vorliegenden Studie bestehen.

7.1.1 Identifikationsprofile im organisationalen Kontext

Crocetti et al. (2014) untersuchten die Identifikation von über 500 Lehrpersonen mit ihrem Team und ihrer Organisation. Gemäss Autoren wurden in bisherigen Studien den beiden Identitäten zwar einzeln jeweils grosse Bedeutung für verschiedene Job Outcome-Variablen zugeschrieben, ihre Interaktion sei jedoch kaum berücksichtigt worden. Crocetti et al. gingen der Frage nach, ob eine Kombination von hoher Identifikation zur einen Gruppe bei gleichzeitig schwacher Identifikation zur anderen Gruppe zu jeweils unterschiedlichen Konsequenzen führt. Die Autoren untersuchten vier verschiedene Identifikationsprofile, welche den Kombinationen von jeweils starker und schwacher Identifikation mit der Arbeitsgruppe und Organisation entsprachen. Mittels Clusteranalyse konnten Crocetti et al. zeigen, dass sich die Profile nicht nur theoretisch, sondern auch empirisch bestätigen lassen. Anschliessend wurde der Zusammenhang dieser vier Profile mit Burnout, Arbeitszufriedenheit und organisationalem Engagement (*Organizational Citizenship Behavior*) geprüft. Gemäss den Resultaten führt eine gleichzeitig hohe Identifikation mit Gruppe und Organisation zu tieferen Burnout-Werten, höherer Arbeitszufriedenheit und höherem Engagement als bei Fällen, in denen eine geringe Identifikation zur Gruppe und zur Organisation vorhanden war. Vergleichbare Ergebnisse liegen auch dann vor, wenn die Identifikation nur mit einem der beiden Ziele vorhanden ist. Eine hohe Identifikation mit Gruppe und Organisation steht in Zusammenhang mit einer hohen Zufriedenheit in Bezug auf das Verhältnis zu Vorgesetzten und die Zusammenarbeit mit Kollegen/innen sowie mit einer positiven Wahrnehmung der In-Group und dem damit verbundenen höheren Selbstwert (Crocetti et al., 2014).

Crocetti et al. (2014) analysierten die gleichzeitige Identifikation der Individuen mit zwei Gruppen (Team und Organisation) unter der Prämisse, dass diese beiden sozialen Identitäten voneinander abhängig sind. Auf den Kontext der Crowdwork übertragen könnte das z.B. bedeuten, dass von einer geringen organisationalen Identifikation mit einer Plattform bei gleichzeitig hoher Identifikation mit einer online Community sowie einer übergeordneten Crowdworker-Gruppe berichtet wird. Die Erhebung von Identifikationsprofilen lässt sich im Rahmen quantitativer Ansätze als personenzentrierten Ansatz (vgl. Wang & Hanges, 2011) verstehen. Dabei wird angenommen, dass die Komposition der unabhängigen Variablen einen eigenen Effekt auf die untersuchten abhängigen Variablen haben. Durch die Berücksichtigung dieser Komposition wird die Einzigartigkeit der

an der Studie beteiligten Individuen berücksichtigt und damit auch die Heterogenität der Population in die Analyse miteinbezogen (Wang & Hanges, 2011). Dem personenzentrierten Ansatz liegt die Annahme zu Grunde, dass die betreffende Population aus weiteren Subpopulationen mit jeweils unterschiedlichen Ausprägungen in den untersuchten Variablen besteht, und dass gerade die kombinierte Betrachtung dieser Variablen neue Erkenntnisse zulässt⁹. Im Rahmen qualitativer Forschungsdesigns wird hier eine fallorientierte Herangehensweise angesprochen. Dabei werden gemäss Kuckartz (2016) «[...] nicht primär Variablen oder allgemeiner gesagt Merkmale und Attribute miteinander verglichen, sondern es sind Fälle, zumeist Personen, die miteinander verglichen und kontrastiert werden und dann methodisch kontrolliert zu Typen gruppiert werden» (S. 38).

Der Ansatz der Identifikationsprofile bietet einen Erklärungsmehrwert, weil er durch die Erhebung von Beziehungen die gegenseitigen Abhängigkeiten der Identitäten miteinschliesst und im Hinblick auf die Forschungsfragen z.B. auch die Heterogenität der Arbeitswelt berücksichtigt. Es bedarf jedoch weiterer Überlegungen, wie die explorativen Aspekte, z.B. die individuell unterschiedliche Anzahl relevanter Identifikationsziele, bei der Erhebung der Profile integriert werden können. Das folgende Kapitel soll zeigen, welche Anforderungen an den methodischen Ansatz im Rahmen virtueller, verteilter Arbeitsformen bestehen, um die Forschungsfragen auf allen drei Ebenen untersuchen zu können.

7.1.2 Identifikationsprofile im Kontext von Crowdwork

Einige Studien zu multiplen Identitäten analysieren Zusammenhänge zwischen Identifikationsprofilen und verschiedenen Job-Outcomes (z.B. Horton & Griffin, 2017; Lipponen et al., 2005). In der Untersuchung von Crocetti et al. (2014) geht es um Profile zur Identifikationsstärke mit einer Arbeitsgruppe und mit der Organisation. Ein damit vergleichbarer Kontext ist bei Crowdworkern jedoch nicht zu erwarten. Es wird Gegenstand der Untersuchung sein, die im Rahmen der beruflichen Tätigkeit relevanten Identifikationsziele überhaupt erst festzustellen. Hierzu wird ein qualitativer explorativer Ansatz unabdinglich. Zudem greift eine Reduktion auf zwei Identifikationsziele, wie im Fall von Crocetti et al. (2014), zu kurz, weil einerseits die Bedeutung der beiden Identifikationsziele für Crowdworker in Frage gestellt werden kann und andererseits auch andere arbeitsbezogene Gruppen relevant sein dürften. Dieser letzte Aspekt bezieht sich auf die diskutierten alternativen Identifikationsziele, die ihrerseits in Verbindung mit Gesundheitseffekten stehen (z.B. Brook et al., 2008; Jones & Jetten, 2011). Die Heterogenität alternativer Identifikationsziele im Kontext des Crowdsourcings ist gross, d.h. es ist nicht von einer homogenen Population der

⁹ Das analytische Vorgehen des personenzentrierten Ansatzes steht dem variablenzentrierten Ansatz gegenüber, der die Zusammenhänge verschiedener Variablen in den Mittelpunkt stellt und nach Mechanismen im Sinne von Kovarianzen oder latenten Faktoren sucht, ausgehend von der Annahme, dass die untersuchten Populationen homogen sind (Wang & Hanges, 2011).

Crowdworker auszugehen, was darauf hindeutet, dass eine grosse Variabilität der alternativen Identifikationsziele erwartet werden kann.

Bis zu diesem Punkt steht der Begriff der Identifikationsprofile für die Berücksichtigung mehrerer Identitäten und deren Interaktionen. Die Anforderungen an den methodischen Ansatz zur Untersuchung von Identitäten im Kontext der Crowdwork gehen weiter. Ein entscheidender Aspekt ist die Relation zwischen verschiedenen Identitäten, die Beziehung respektive die Art der Verknüpfung der Identitäten selbst. Als spezifische Anforderung kommt hinzu, dass zunächst offenbleibt, welche und wie viele Gruppenmitgliedschaften bei der Erhebung genannt werden.

Es bedarf eines methodischen Ansatzes, welcher sowohl die relevanten Identifikationsziele als auch deren Ausprägung in Kombination erheben kann. Abgeleitet aus den Forschungsfragen sollen die Identifikationsprofile verschiedene Struktur-Merkmale (oder Subkonstrukte, wie es Cruwys et al., 2016 nennen) aufweisen. Nach Ramarajan (2014) bezieht sich die Struktur multipler Identitäten auf deren Hierarchie (z.B. unterschiedliche Bedeutung einer sozialen Identität über verschiedene soziale Situationen hinweg), Unabhängigkeit (die Ausprägung einer sozialen Identität zeigt eigene Effekte auf Outcome-Variablen), die Anzahl sozialer Identitäten (wie viele Identitäten zählen Befragte typischerweise auf?) und die Qualität der Beziehungen zwischen den sozialen Identitäten (konfligierend, verstärkend, integrierend).

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Die Profile der vorliegenden Studie sollen also darüber Auskunft geben, wie viele soziale Identitäten genannt werden. Sie sollen zweitens die Relevanz jeder genannten Identität (im Hinblick auf den beruflichen Kontext) abbilden und zeigen, wie stark sich ein Crowdworker mit den entsprechenden Gruppen identifiziert. Relevant ist nach Eggins, O'Brien, Reynolds, Haslam und Crocker (2008) eine soziale Identität dann, wenn sich Personen der entsprechenden Gruppe zugehörig fühlen, weiterhin in dieser Gruppe bleiben wollen, sie befürworten und wenn auch Personen der Outgroup, die Gruppe als solche anerkennen. Schliesslich soll drittens ermittelt werden können, wie die Identitäten zueinander in Beziehung stehen. Ein integrativer Ansatz, der diesen Anforderungen nachkommt und die gleichzeitige Berücksichtigung verschiedener Identitäts-Konstrukte ermöglicht, wurde bislang nur spärlich diskutiert (Cruwys et al., 2016). Ein möglicher Ansatz findet sich in der Netzwerkforschung. Im folgenden Kapitel wird daher auf den konzeptionellen Rahmen der sozialen Netzwerkanalyse eingegangen.

7.2 Erweiterung der Profile zu Identitäts-Netzwerken: Konzeptioneller Rahmen

Eine in der empirischen Sozialforschung etablierte Methode und zugleich ein konzeptioneller, theoretischer Ansatz, welcher die Beziehung zwischen sozialen Einheiten (Akteuren) in den Fokus rückt, ist die *Soziale Netzwerkanalyse (SNA)*. Methodisch betrachtet stellt die SNA ein Instrument dar, mit welchem relationale Daten, d.h. Beziehungsdaten, z.B. die Anzahl positiver und negativer Verbindungen zwischen Akteuren sowie deren Positionen und Rolle in einem Netzwerk, quantitativ und/oder qualitativ erhoben und untersucht werden. Damit lassen sich spezifische

Vernetzungsmuster erforschen und diese in Zusammenhang mit weiteren Forschungsfragen (wie z.B. Fragen nach Auswirkungen auf die psychische Gesundheit) setzen.

Konzeptionell betrachtet kann die SNA beigezogen werden, um Identität als Verknüpfungsmuster eines Individuums mit anderen Individuen zu beschreiben, z.B. bei Lubbers et al. (2007). Der soziale Identitäts-Ansatz (Turner et al., 1987) hingegen geht davon aus, dass Identitäten durch Gruppenmitgliedschaften entstehen, dass sich entsprechende Netzwerkeffekte auf Gruppenebene abbilden. SNA und der Social Identity-Approach sind zwei Forschungstraditionen, die einander bisher nur wenig beachtet bzw. deren Ansätze noch kaum integrierend behandelt wurden (Mawson, Best, & Lubman, 2016). Der Vorteil einer integrativen Betrachtung beider Ansätze liegt gemäss den Autoren – mindestens in methodischer Hinsicht – in der Berücksichtigung relationaler Daten als auch in der Datenerhebungsmethode. Im Folgenden sollen zunächst einige grundlegende Merkmale eines sozialen Netzwerkes und deren Analyse (SNA) aufgezeigt werden (Kapitel 7.2.1). Anschliessend werden Bezüge zum sozialen Identitätsansatz (Kapitel 7.2.2 und 7.2.3) und entsprechende Verfahren für die Datenerhebung diskutiert (Kapitel 7.3).

7.2.1 Soziale Netzwerkanalyse

Ein soziales Netzwerk setzt sich aus *Akteuren* (Individuen, Gruppen oder Organisationen) und *Verbindungen* zwischen diesen Akteuren zusammen. Ein solches Netzwerk lässt sich visualisieren, indem die Akteure als Knoten, die Beziehungen als Kanten zwischen den Knoten dargestellt werden (Herz, 2012). Die Beziehung zwischen den Knoten steht jeweils für eine spezifische Fragestellung, z.B. wer mit wem in einer Organisation kommuniziert. Grundsätzlich lassen sich zwei Netzwerktypen unterscheiden, die *personalen/egozentrierten Netzwerke* und *Gesamt- oder soziozentrierten Netzwerke*. Egozentrierte Netzwerke zeigen die individuellen Perspektiven auf, d.h. die Beziehungen einer Person zu den von ihr genannten Alteri (Akteure). Entsprechend wird in der visuellen Darstellung das Ego in der Mitte, alle anderen Knoten, zu denen das Ego in Beziehung steht, in konzentrischen Kreisen um das Ego herum gruppiert. In Abgrenzung dazu stellen Gesamtnetzwerke alle Akteure innerhalb eines definierten Rahmens sowie deren Beziehungen untereinander dar. Dieser Rahmen bezieht sich auf eine definierte Ausgangsmenge, meist aufgrund natürlicher Grenzen, wie z.B. die einer Organisation, Abteilung oder Schulklasse. Von allen Akteuren innerhalb dieser Grenzen werden ihre Beziehungen zu den anderen Akteuren ermittelt. Unabhängig von den beiden Netzwerktypen können verschiedene Beziehungsrichtungen unterschieden werden. *Reziproke/wechselseitige Beziehungen* bestehen dann, wenn sich zwei Personen gegenseitig nennen (z.B. A schickt Informationen an B und B an A). *Unilaterale Beziehungen* hingegen gehen nur von einer Person aus. Aus Sicht einer bestimmten Person im Netzwerk sind unilaterale Beziehungen *eingehend* (wird von Person A genannt) oder *ausgehend* (nennt Person A). Die Anzahl eingehender Beziehungen kann als Mass für die Popularität und möglicherweise auch Einfluss eines Akteurs interpretiert, die Anzahl ausgehender Beziehungen als Mass für Geselligkeit gedeutet werden (Kornienko, Santos, & Updegraff, 2015).

Positionen von Akteuren im Netzwerk sowie die Struktur und Komposition der Netzwerke lassen sich im Hinblick auf eine bestimmte Fragestellung interpretieren. Zur Beschreibung dieser Aspekte auf Ebene der Akteure werden in quantitativen Ansätze verschiedene Zentralitätsmasse verwendet (Schönhuth, Gamper, Kronenwett, & Stark, 2013): Das *Degree-Mass* (Dichte) gibt die Anzahl Verbindungen pro Akteur an («zentral ist, wer am meisten Verbindungen hat»).

Closeness steht für die Nähe zu anderen Akteuren («zentral ist, wer die kürzesten Verbindungen zu allen anderen hat»). Und die *Betweenness* beschreibt die Kontrollmöglichkeit von Ressourcen (zentral ist, wer auf den meisten kürzesten Pfaden zwischen den Akteuren liegt).

7.2.2 Soziale Netzwerkanalyse und soziale Identität

Kornienko et al. (2015) haben beschrieben, welche konzeptionellen und methodischen Beiträge die SNA zur Untersuchung von Identitäten leisten kann. Gegenstand ihrer Studie war das Konzept der «*ethnic-racial identity*» (S. 177). Die Autoren fanden heraus, dass die Erhebung von solchen Daten nicht nur die Beschreibung der Netzwerke selber ermöglicht, sondern dass Netzwerkeigenschaften auch in direktem konzeptionellen Bezug zur Identität stehen. Lubbers et al. (2007) untersuchten den Zusammenhang von persönlichen Netzwerken (Egonetzwerken) von Migranten/innen in Spanien und ihrer ethnischen Identifikation. Die Autoren klassifizierten die erhobenen Netzwerke anhand ihrer Struktur (Beziehung zwischen den Mitgliedern eines Netzwerks, z.B. Anzahl Knoten und Kanten sowie Zentralitätsmasse) und Komposition (Attribute oder Charakteristika der Mitglieder eines Netzwerks, z.B. Alter, Geschlecht, Herkunft) in fünf verschiedene Netzwerkprofile und setzten diese in Beziehung zur Identifikation. Um die erhobenen Netzwerke besser zu verstehen, führten sie qualitative Interviews mit den befragten Migranten/innen durch, indem sie jeweils über deren visualisiertes persönliches Netzwerk sprachen. Die Ergebnisse der Studie zeigen gemäss den Autoren, dass Homogenität und Heterogenität der Netzwerke in Verbindung mit einer exklusiven resp. einer pluralistischen Definition der ethnischen Identifikation stehen. Homogenität bedeute dabei Konvergenz von Meinungen und Identitäten im Netzwerk, Heterogenität hingegen diversere kognitive Erfahrungen und reichhaltigere Ressourcen zur Entwicklung eigener ideologischer Aspekte. Diese Ergebnisse zeigen, so Lubbers und Mitarbeitende (2007), dass anhand personaler Netzwerke auch Bezüge zwischen sozialer Interaktion und Kognition hergestellt werden können.

Soziale Netzwerkanalyse und Identität können also gemäss der Studie von Lubbers et al. (2007) in Zusammenhang gebracht werden, indem Kontakte zwischen Personen erfasst, in einem Netzwerk dargestellt und in Beziehung zur Identität gesetzt werden. Es wird der Frage nachgegangen, welche Aspekte der Identität anhand eines sozialen Netzwerkes erklärt werden können. Im Hinblick auf den Ansatz der sozialen Identität (SIT & SCT) interessieren weniger die direkten Beziehungen zwischen Individuen als vielmehr die Frage, welchen Gruppen sich eine Person zugehörig fühlt. Folglich müsste ein Netzwerk relationale Daten zwischen relevanten sozialen Gruppen eines Individuums erfassen.

7.2.3 *Intrapersonal Identity Network Approach*

Vor dem Hintergrund der sozialen Netzwerkanalyse schlägt Ramarajan (2014) ein *intrapersonales Identitätsnetzwerk* vor, um multiple Identitäten zu untersuchen. Die Ausführungen der Autorin basieren neben dem Ansatz der sozialen Netzwerkanalyse auch auf assoziativen Netzwerkmodellen aus der Kognitionspsychologie, die erklären, wie Wissen im Gedächtnis gespeichert, repräsentiert und abgerufen wird (z.B. Fiske & Taylor, 2010, S. 75ff). Ramarajan (2014) argumentiert, dass eine oder eben auch mehrere Identitäten als Wissenskategorien in einem assoziativen Netzwerk aufgefasst werden können. Entsprechend liesse sich die Aktivierung einer Identität als assoziativen Vorgang beschreiben, bei dem auch mehrere Identitäten gleichzeitig aktiviert werden können. In der Sprache des Netzwerkansatzes bedeutet dies folglich, dass die Knoten einzelne Identitäten darstellen und die Kanten für die «Beziehung» zwischen den Identitäten stehen. Eine solche Beziehung weist – abhängig von der Forschungsfrage – verschiedene Qualitäten auf und zeigt z.B., welche Identitäten zueinander in Konflikt stehen, ob sich die Identitäten gegenseitig verstärken, ergänzen oder ob sie sich überlappen (resp. integrieren). Eine soziale Identitätskarte unterscheidet sich also von einem herkömmlichen sozialen Netzwerk dahingehend, dass erstere auf Gruppenlevel und nicht auf die Beziehungsebene zwischen Individuen fokussiert (Cruwys et al., 2016).

Entsprechend dem Netzwerkansatz lassen sich Strukturmerkmale oder die Position der Identitäten im Netzwerk beschreiben und interpretieren. Die Aktivierung einer Identität in einem dichten Netzwerk führt dazu, dass mit allen Identitäten verknüpftes Wissen häufiger aktiviert wird als in einem losen Netzwerk (Ramarajan, 2014). Erlebt ein Individuum gegensätzliche Identitäten, bildet sich dies in einem durchschnittlich hohen Grad konfligierender Beziehungen zwischen den Identitäten im Netzwerk ab. Ähnliches beschreibt die Autorin für das Mass der Closeness-Zentralität. Dieses Mass würde z.B. den Fall beschreiben, in dem eine Identität in hoher Ausprägung mit vielen anderen Identitäten in Konflikt steht. Dabei könnten all die anderen Identitäten in positivem Verhältnis zu einander stehen oder sich gegenseitig sogar verstärken. Je nach Fragestellung können auch hier weitere Masse der SNA (Hierarchie, Unabhängigkeit, Clusterbildung etc.) in Betracht gezogen werden (Ramarajan, 2014). Die Autorin spricht sich für die Anwendung des intrapersonalen Netzwerkansatzes in verschiedenen Forschungsbereichen aus, indem sie zwei entscheidende Vorteile herausstellt:

«[...] first, it enables scholars to consider more than two identities simultaneously, and second, it helps scholars examine relationships among identities in greater detail. This is important because preliminary evidence suggests that multiple identities shape important outcomes in organizations, such as individual stress and well-being, intergroup conflict, performance, and change» (S.589).

Ramarajan (2014) betont in ihrer Aussage unter anderem, dass durch den integrativen Ansatz ein ausführlicherer Zusammenhang von multiplen Identitäten und Gesundheit (Wohlbefinden, Stress) hergestellt werden kann. Wie in verschiedenen Studien (Brook et al., 2008; Hirsh & Kang,

2016; Jones & Jetten, 2011) gezeigt, und weiter oben bereits diskutiert wurde, können multiple Identitäten in Abhängigkeit ihrer Beziehung zueinander und der subjektiven Wichtigkeit für das Individuum einen Gesundheitseffekt bewirken.

Die Diskussion in diesem Kapitel hat zu verschiedenen Erkenntnissen geführt, die sich hier wie folgt zusammenfassen lassen: Aus den Ansätzen zu den Identifikationsprofilen geht hervor, dass die simultane Betrachtung multipler Identitäten einen analytischen Mehrwert bieten kann und gerade im Hinblick auf mögliche Gesundheitseffekte neue Einsichten ermöglichen dürfte. Unter Berücksichtigung des Forschungsgegenstandes stellte sich heraus, dass die Identifikationsziele zu erheben sind, weil ihre Anzahl und Beziehung ebenfalls von Relevanz für die Gesundheit sind. Diese zuletzt genannten Konstrukte erhöhen die Komplexität der Untersuchung. Hierzu kann der Netzwerkansatz einen methodischen wie auch konzeptionellen Zugang schaffen, der sich insbesondere auch für qualitative (explorative) Studiendesigns eignet.

7.3 Methodischer Zugang: Qualitative Netzwerkkarten

Ausgehend von den soeben beschriebenen Erkenntnissen und auch von der Tatsache, dass das Arbeitsumfeld der Crowdworker noch weitgehend unerforscht ist, wird in der vorliegenden Studie ein exploratives qualitatives Studiendesign gewählt. Die beschriebenen quantitativen Ergebnisse aus der Identitätsforschung haben für die vorliegende Fragestellung eine geeignete Grundlage gelegt, um die Konstitution der Arbeitsidentität von Crowdworkern zu untersuchen (z.B. Cruwys et al., 2016; Ramarajan, 2014). Ebenso haben sie gezeigt, dass soziale Netzwerke einen methodischen Zugang schaffen können. Netzwerkanalysen werden in quantitativen und qualitative Forschungsarbeiten angewendet. Die qualitative Netzwerkforschung (z.B. Hepp, 2016; Schönhuth, 2013) stellt eigene Instrumente in Form visueller Verfahren zur Verfügung, auf die im Folgenden eingegangen werden soll.

7.3.1 Qualitative Netzwerkforschung und visuelle Verfahren

In der qualitativen Netzwerkforschung spielen *visuelle* Erhebungsverfahren (z.B. Gamper & Schönhuth, 2016; Herz, 2012; Schiffer & Hauck, 2010; Schönhuth et al., 2013) eine zentrale Rolle. Im Gespräch mit Einzelpersonen oder einer Gruppe wird ein Netzwerk von sozialen Akteuren gezeichnet und diskutiert, um die «Geschichten *hinter* [Hervorh. d. Verf.] den Knoten und Kanten zu erheben» (Schönhuth, 2013, S. 60). Hepp (2016) nennt solche Verfahren visuell-narrative Erhebungsinstrumente der qualitativen Netzwerkforschung: «In der qualitativen Netzwerkanalyse geht es [...] darum, sehr konkret diese Netzwerke, deren Sinn und Bedeutung zu beschreiben und hierbei die Prozesshaftigkeit des Netzwerkhandelns bzw. deren Dynamiken und Transformationen zu erfassen» (Hepp, 2016, S. 348). Der Autor stellt in diesem Zitat die Potentiale qualitativer Netzwerkanalysen heraus: Dies ist erstens die explorative Offenheit für die Erfor-

schung neuer Phänomene mit dem beschriebenen Fokus auf die Beziehung verschiedener Akteure (hier soziale Gruppen). Es ist zweitens die Rekonstruktion von der Bedeutung einzelner Akteure im Netzwerk (z.B.: Weshalb ist eine genannte Gruppenmitgliedschaft für die Identität des Interviewten wichtig?) und drittens die Prozessperspektive, welche nach Hepp (2016) bedeutet, dass je nach Fragestellung neben den Strukturmerkmalen auch Veränderungen über die Zeit (z.B. die Beständigkeit einer Gruppenmitgliedschaft oder Veränderungen bei Intensivierung der Crowdwork) erschlossen werden können. Mit einer solchen Methode wird der Prozess aus formalen quantitativen Netzwerkanalysen umgedreht: Die Visualisierung wird nicht als Analyseschritt von zuvor erhobenen (meist quantitativen) Daten erstellt, sondern dient selber zur Erhebung der Daten und gleichzeitig auch als Erzählanstoss (Straus, 2010).

Visuelle qualitative Verfahren bringen verschiedene Vorteile mit sich. Zentral ist, dass sie einerseits die Komplexität der Fragestellung – speziell auch hier zu multiplen Gruppenmitgliedschaften – reduzieren und andererseits durch die bildliche Darstellung die Diskussion anregen, wodurch zuweilen selbst für die Teilnehmenden neue Einsichten erschlossen werden, die ohne Visualisierung kaum zugänglich wären (Lubbers et al., 2007). Gleichwohl ist zu berücksichtigen, dass beim Erstellen der Netzwerkkarten das Hinzunehmen jeder weiteren Gruppe die Anzahl der möglichen Beziehungen zwischen allen genannten Gruppen steigert und somit die kognitiven Anforderungen und den zeitlichen Rahmen des Interviews strapazieren. Als weiterer Nachteil des qualitativen Netzwerk-Ansatzes sei auf die geringe Vergleichbarkeit einzelner Netzwerkkarten hingewiesen sowie auf die gelegentlich fehlende Verknüpfung von Netzwerkkarte und gesprochenem Inhalt (Schönhuth, 2013). An den Verfahren zur Erhebung qualitativer Netzwerkkarten wird auch kritisiert, dass durch die Visualisierung gleichwohl eine Formalisierung vorgenommen werde: Zum Einen enthält das Verfahren zur Erhebung dieser Netzwerkkarten einen (je nach Vorgehen mehr oder weniger leicht) strukturierten Teil, der auch als separate Methode im Sinne eines Mixed-Method-Designs betrachtet werden könnte (Sommer & Gamper, 2017). Zum anderen bestehe in der Datenanalyse das Risiko, einer «quantifizierenden Logik zu unterliegen» (Herz, Peters, & Truschkat, 2015, §15).

Herz et al. (2015) entwickelten speziell für die qualitative Netzwerkforschung eine Analysestrategie, welche sich an Gütekriterien eines qualitativen Forschungszugangs halten und sich an drei Netzwerkebenen orientiert: (1) die Akteurs-Ebene, (2) die Beziehungs-Ebene und (3) die Struktur-Ebene. Die Akteurs-Ebene wird angesichts des vorliegenden Forschungsgegenstandes als Gruppen-Ebene bezeichnet. Die Beziehungsebene spricht die Relation zwischen den sozialen Identitäten an (Kompatibilität der Identitäten) und die Strukturebene die Betrachtung des Netzwerkes als Ganzes. Die Struktur des Netzwerkes liefert z.B. Hinweise darauf, welche Rolle Identitäten aus dem Bereich Crowdworking in der Arbeitsidentität insgesamt spielen. Weitere Aspekte zur Analyse werden ausführlicher in Kapitel 8.3 beschrieben.

7.3.2 *Typologie sozialer Identitätsnetzwerke*

Bei der Untersuchung der formulierten Forschungsfragen und der entsprechenden Datenanalyse geht es um die Systematisierung und Strukturierung der gesammelten Beobachtungen aller Fälle (Identitätskarten und Erzählungen). Diese Systematisierung erfolgt durch Fallvergleiche, Fallkontrastierungen und letztlich durch eine Typenbildung (Kluge, 2000). Die Typenbildung soll helfen, die zahlreichen Ergebnisse zu kombinieren und verdichten. Typenbildende Verfahren sind nach Kelle und Kluge (2010) gar «unverzichtbarer Bestandteil qualitativer Datenauswertungen, systematisch Strukturen in dem im Feld gesammelten [...] Material zu identifizieren» und als solche der «gemeinsame methodologische Nenner qualitativer Ansätze» (S. 10) überhaupt. Wenn es also um qualitative Ansätze geht, d.h. um die qualitative Untersuchung einer heterogenen Population, stellt die Typenbildung gemäss den Autoren das eigentliche Verfahren dar.

Die Typenbildung kann als eine Art Datenreduktion der Reichhaltigkeit von Fallinformationen auf wenige aber relevante Typen, als das Typische, betrachtet werden (Kluge, 2000). Sie eignet sich im vorliegenden Fall besonders, weil eine solche Reichhaltigkeit und Komplexität bei der Population der Crowdworker zu erwarten ist. Hinsichtlich der beruflichen Situation und den damit verbundenen Folgen für die sozialen Identitäten dürften grosse individuelle Unterschiede vorliegen. Die Vielfalt sozialer Identitätsstrukturen in verteilter virtueller Arbeit soll mit der Typologie greifbar und auf einem höheren Abstraktionslevel diskutierbarer werden. Konkret bedeutet dies für diese Studie, Typen aus den Identitätskarten der Crowdworker auf Basis der formulierten Forschungsfragen zu bilden. Der Zusammenhang mit den Forschungsfragen sowie der darauf aufbauende Merkmalsraum für die Typenbildung werden im Methodenkapitel 8.3.2 beschrieben.

7.3.3 *Zusammenfassender Überblick: Identitätsnetzwerke, Typologie und Gesundheitsbezug*

An der Stelle ist von zentraler Bedeutung, nochmals auf den Zusammenhang von Forschungsfragen, Identitätsnetzwerk, Typologie und Gesundheit zu sprechen zu kommen. Der Netzwerkansatz wurde gewählt, um eine möglichst ganzheitliche Sicht auf die Konstitution der Arbeitsidentität zu erhalten, gerade weil aufgrund bisheriger Forschungsergebnisse davon ausgegangen werden kann, dass sich soziale Identitäten auch gegenseitig beeinflussen, zu einander in Beziehung stehen und daraus u.U. Identitätskonflikte entstehen können. Die Typenbildung ihrerseits erfolgt mit dem Ziel der Vereinfachung, Integration und Strukturierung der Ergebnisse zu den Forschungsfragen über die zu untersuchenden Fälle hinweg.

Die Beantwortung der Forschungsfragen (1-3) zur Konstitution der Arbeitsidentität und die analytische Ableitung von Implikationen für die psychische Gesundheit (Forschungsfrage 4) stehen in dieser Arbeit im Zentrum. Es wird nicht darum gehen, den Zusammenhang zwischen Identität und Gesundheit per se zu untersuchen, sondern darum, Hinweise für Gesundheitsimplikationen abzuleiten. Der Nutzen der Typologie besteht darin, Implikationen auf die Gesundheit sichtbar zu machen. In der Sprache der qualitativen Netzwerkanalyse bedeutet dies, dass ein soziales

Identitätsnetzwerk und seine Parameter als Operationalisierung von gesundheitsrelevanten Faktoren betrachtet werden können. Die sozialen Gruppen entsprechen den «Akteuren», ihre Kompatibilität den «Beziehungen» und die Konstitution der Identität entspricht der «Struktur» des Netzwerkes.

Natürlich gibt es noch zahlreiche weitere Faktoren ausserhalb der sozialen Identität, welche einen Einfluss auf die Gesundheit haben. Und auch die Effekte der sozialen Identitäten auf die Gesundheit sind vielfältiger, als dass sie mit den hier berücksichtigten Konzepten beschrieben werden können. Es wird also nur ein «Ausschnitt» von Gesundheitsimplikationen beleuchtet. Insgesamt besteht die methodische Herausforderung darin, aus den qualitativen Netzwerkkarten und Erzählungen eine Identitäts-Typologie zu bilden und diese auf die Gesundheit zu beziehen. Die entsprechenden wissenschaftlichen Methoden werden nun im Kapitel 8 beschrieben.

8 Methode

Im vorangehenden Kapitel wurde der Untersuchungsansatz theoretisch verortet. Die zentralen Elemente sind die multiplen Identitäten, der qualitative, netzwerkanalytische Zugang, die zu entwickelnde Typologie der Arbeitsidentitäten und der Gesundheitsbezug auf interpretativer Ebene. In diesem Kapitel werden nun Sampling und Rekrutierung der Interviewteilnehmenden sowie die Crowdsourcing-Plattformen beschrieben (Kapitel 8.1). Anschliessend folgen in Kapitel 8.2 die Erläuterungen zur Datenerhebung und insbesondere des SIM-Verfahrens (nach Cruwys et al., 2016), welches hier im Sinne einer qualitativen Netzwerkanalyse angewendet wird. Im Kapitel 8.3 zur Datenanalyse wird die qualitative Typenbildung thematisiert und beschrieben, wie der Bezug zur Gesundheit hergestellt wird. Das Methodenkapitel endet mit den Gütekriterien qualitativer Forschung (Kapitel 8.4).

8.1 Zielgruppe und Sampling-Strategie

Im Rahmen des qualitativen Forschungsansatzes dieser Studie geht es um die Vielfalt der multiplen sozialen Identitäten, die beschrieben werden sollen. Dabei interessieren die subjektiven Sichtweisen der Crowdworker, mit dem Ziel, die sozialen Identitäten sowie deren Zusammenhänge zu verstehen. Ein qualitatives Sampling verfolgt somit nicht den Anspruch der Repräsentativität, sondern der «theoretischen Relevanz des jeweils ausgesuchten Falls» (Kelle & Kluge, 2010, S.40). In Anlehnung an Kelle und Kluge (2010) wird eine kriteriengesteuerte Fallauswahl vorgenommen, um sicherstellen zu können, dass die für die Fragestellung relevanten Fälle in die Stichprobe mit einfließen.¹⁰

Im Sinne eines qualitativen Stichprobenplans (vgl. Kelle & Kluge, 2010) wurden zwei Kriterien a priori für die Auswahl der Crowdworker bestimmt: die Arbeitsintensität, die Erfahrung mit Crowdwork und der Tätigkeitsbereich. Die Intensität der virtuellen Tätigkeit ist für die Untersuchung von besonderer Bedeutung, wie entsprechende Forschungsarbeiten gezeigt haben (vgl. Allen et al., 2015). Bei der Selektion der Teilnehmenden wurde besonders darauf geachtet, dass die Crowdworker in den ersten beiden Kriterien der Intensität und Erfahrung einen bestimmten Schwellenwert erreichten. Das Minimum für die Intensität der plattformvermittelten Arbeit wurde auf einen

¹⁰ Hepp macht im Zusammenhang mit der qualitativen Netzwerkforschung auf die «Grounded-Theory als allgemeiner Analyserahmen» (S. 350) sowie auf das damit verbundene Vorgehen des *Theoretical Samplings* aufmerksam. Letzteres beschreibt ein schrittweises Vorgehen bei der Festlegung der Stichprobe (Flick, 2014). Das hier beschriebene Vorgehen entspricht nicht dem theoretischen Sampling, weil der Zugang zu den Fällen über die Plattform-Organisationen eingeschränkt war (10 bis 15 Freiwillige pro Plattform) und damit verbunden die Datenauswertung nicht schrittweise, sondern nach der Erhebung aller Interviews erfolgte. Das heisst, dass eben gerade nicht die Analyse eines Falls für die Auswahl eines weiteren Falles entscheidend war. Nach Flick (2014) handelt es sich in der vorliegenden Studie um einen linearen (in Abgrenzung zu einem zirkulären) Forschungsprozess.

halben Tag pro Woche, für die Erfahrung auf 1 Jahr gelegt. Diese Schwellenwerte wurden aufgrund zweier Überlegungen festgesetzt: (1) Damit die Crowdworker-Tätigkeiten sich auf die sozialen Identitäten auswirken können, wird eine gewisse Erfahrungszeit und Intensitätsstufe vorausgesetzt. (2) Gleichzeitig ist auch in diesen Kriterien von einer grossen Heterogenität auszugehen und die Chance auf genügend Interview-Teilnehmende sollte nicht allzu stark eingeschränkt werden. Alle Crowdworker, die mindestens diese Werte erreichen, kamen für die Interviews grundsätzlich in Frage. Zur Variation der Tätigkeitsbereiche wurden zwei verschiedene Plattformen für die Rekrutierung berücksichtigt. Im Studienaufruf wurden das Ausmass und die Erfahrung mit Aufträgen auf der Plattform als Selektionskriterium kommuniziert.

8.1.1 Rekrutierung der Interviewteilnehmenden

Angefragt wurden Crowdworker einer Texting- und einer Testing-Plattform aus Deutschland. Die Plattformbetreiber haben den Studienaufruf (vom Autor dieser Arbeit geschrieben) auf ihrem internen Bereich auf der Plattform für Crowdworker aus dem deutschsprachigen Raum gepostet, worauf sich Freiwillige für ein Interview per E-Mail anmelden konnten. Dieser Prozess verlief zwischen den Freiwilligen und dem Autor dieser Studie, um die Anonymität der interviewten Personen gegenüber dem Plattformbetreiber sicherzustellen. Die Interviews wurden im Zeitraum von März 2018 bis Mai 2018 telefonisch durchgeführt. Den Crowdworkern wurden 18 Euro für die Teilnahme am Interview bezahlt. Ein Betrag dieser Höhe ist für Crowdworking-Tätigkeiten von dieser Dauer und im gewählten Tätigkeitsbereich üblich und wurde mit den Plattformbetreibern im Vorfeld abgesprochen. Eine unentgeltliche Teilnahme an der Studie ist im Kontext von Crowdwork kaum vorstellbar. Eine Entlohnung für Teilnahmen an wissenschaftlichen Studien ist in diesem Kontext üblich. Von einer allfälligen Verfälschung der Ergebnisse durch die Bezahlung wird deshalb nicht ausgegangen. Die Bezahlung verlief direkt zwischen den am Interview Beteiligten und nicht über die Plattform.

Gemeldet haben sich insgesamt 25 Crowdworker, 16 Texter/innen und 9 IT-Tester/innen. 3 IT-Tester/innen wurden aufgrund zu geringer Intensität der Crowdworker-Tätigkeit (2 bis 7 Stunden pro Monat bei 100% Pensum in fester Anstellung) ausgeschlossen. 2 Texter/innen eigneten sich punkto Intensität, hatten sich aber während des Interviews nicht auf die Methode eingelassen, d.h. sie wollten keine Netzwerkkarten erstellen, und wurden daher ebenfalls ausgeschlossen.

8.1.2 Beschreibung des Samples

Entsprechend den beiden Selektionskriterien der Intensität und Erfahrung liegen nun folgende Ausprägungen vor (Tabelle 2): Die interviewten Crowdworker gaben Intensitäten an von 4 bis 55 Stunden pro Woche. Sie bringen überwiegend viel Erfahrung mit ihrer Arbeitsform mit, alle haben zwischen 2 und 8 Jahren Erfahrung, wobei die Intensität in diesem Zeitraum variierte, nie jedoch auf null gesunken war. Einige weitere Eigenschaften werden zur Beschreibung des Samples beigezogen. Hinsichtlich Alter verteilen sich die Crowdworker gleichmässig zwischen 26 und 65 Jah-

ren, je 50% der Stichprobe sind Männer und Frauen. Das Bildungsniveau ist relativ hoch. 3 Personen haben Hochschulreife, 13 der 20 Personen haben ein Studium abgeschlossen, zusätzliche 3 Personen weisen ein Doktorat aus. Das Bildungsniveau geht damit einher mit den Befunden der Studie von Pesole et al. (2018). Entsprechend ist mit einer teilweisen «Überqualifikation» hinsichtlich der Aufgaben zu rechnen.

Die berufliche Situation vor dem Start mit Crowdwork ist unterschiedlich und hat in einigen Fällen mit dem Beginn von Crowdwork geändert oder aber wurde mit Crowdwork kombiniert. 7 der befragten Personen berichten, vorher eine feste Anstellung gehabt zu haben. 6 waren oder sind noch in der Ausbildung resp. im Studium. 3 Crowdworker sind selbständig erwerbend, 4 sind nicht erwerbstätig (z.B. Elternzeit). Auch haben nicht alle der Crowdworker freiwillig mit dieser Arbeit begonnen, 6 berichten notgedrungen begonnen zu haben, 14 gänzlich freiwillig (der Aspekt der Freiwilligkeit wird bei der Analyse wieder aufgenommen). 11 der befragten Personen geben die Crowdworking-Tätigkeit als ihre Haupttätigkeit an. 3 Personen berichten, selbständig erwerbend zu sein und in diesem Rahmen auch Crowdworking zu betreiben. 5 Personen sind fest angestellt (dies ist dann auch ihre Haupttätigkeit) und 1 Person befindet sich noch in Ausbildung (Studium).

8.1.3 Beschreibung der Plattformen und der vermittelten Tätigkeiten

Um Crowdworker als Interview-Teilnehmende zu gewinnen, wurden ausgewählte Crowdsourcing-Plattformen für eine interne Ausschreibung des Teilnahmeaufrufs angeschrieben. Als Kriterium für die Auswahl der Plattformen galt die Unterzeichnung des «Code of Conducts – Grundsätze für bezahltes Crowdsourcing/Crowdworking» (Testbirds, 2017). Es handelt sich um ein «selbstaufgelegtes Regelwerk führender Crowdsourcing-Anbieter» (ebd.). Diese Initiative wird zudem offiziell vom deutschen Crowdsourcing-Verband unterstützt. Sie hat zum Ziel, eine «nachhaltige Grundlage zur Zusammenarbeit» (ebd.) aller Beteiligten zu schaffen. Dieser Code of Conduct wurde auf Initiative der Crowdsourcing-Plattform Testbirds ins Leben gerufen.

Der Grund für dieses Auswahlkriterium liegt in der gegenwärtigen dominierenden gesellschaftspolitischen wie wissenschaftlichen Diskussion über prekäre Arbeitsbedingungen in der Plattformökonomie. In der vorliegenden Arbeit geht es aber nicht um die Einflüsse prekärer Arbeitsbedingungen, sondern um Virtualität, Verteilung von Arbeit und soziale Identität. Natürlich ist nicht ausgeschlossen, dass die befragten Crowdworker sich gezwungen fühlten, Arbeit über Plattformen anzunehmen, um ihr Einkommen zu sichern. Allerdings werden im Rahmen der Diskussion prekärer Arbeitsbedingungen Plattfortmätigkeiten diskutiert (z.B. Microtask-Plattformen oder Gigwork im Bereich Lieferdienste), welche sich von denen hier hinsichtlich Bezahlung der Aufträge aber auch ihrer Qualifikation unterscheiden. Zudem ist anzumerken, dass es Gruppen von Menschen gibt, welche gerade durch die Virtualität und Flexibilität profitieren (Felstiner, 2011) oder bewusst keine Festanstellung suchen, weil sie mittels Crowdworking einen alternativen Lebensstil verwirklichen können (Konrad & Pekruhl, 2018).

Zum Zeitpunkt der Rekrutierung (Frühling 2018) haben 9 Plattformunternehmen den Code of Conduct unterzeichnet. Drei dieser Plattformen kamen aufgrund der Tätigkeit für die vorliegende Studie nicht in Frage (mobiles Crowdsourcing vor Ort und Clickworking). Aus den verbleibenden Plattformunternehmen konnten die Plattformen *content.de* (Texting-Plattform) und *testbirds.de* (Testing-Plattform) für die Studie gewonnen werden. Ganz genau genommen waren es die einzigen beiden Plattformen, die überhaupt auf die Anfrage zur Unterstützung dieses Forschungsprojektes reagiert hatten. Insgesamt konnte eine zurückhaltende, vorsichtige Haltung Seitens der Plattformdienstleister gegenüber Forschungsvorhaben ausgemacht werden – mit Ausnahme der nun beteiligten Unternehmen. *Content.de* und *testbirds.de* werden nun kurz porträtiert, um im Hinblick auf die Darstellung der Resultate im nächsten Kapitel einen Einblick zu erhalten. Es ist darauf hinzuweisen, dass die interviewten Crowdworker z.T. auch auf anderen Plattformen Aufträge akquirieren. Die Ergebnisse beziehen sich also nicht nur auf die beiden beschriebenen Plattformen.

Die Crowdttesting-Plattform testbirds.de

Die Plattform *testbirds.de* vermittelt Testing-Aufträge von digitalen Produkten. Es werden Software wie Apps, Webseiten oder Internet-of-Things-Anwendungen auf Nutzerfreundlichkeit, Usability und Funktionalität zu Optimierungszwecken überprüft. Auf *testbirds.de* sind gemäss eigenen Angaben der Plattform 400'000 Tester/innen aus 193 Ländern registriert. Bei einem sog. *Crowd-Test* bewerten mehrere Tester/innen ein digitales Produkt unter realen Bedingungen. Auftraggeber können auswählen, welche Alters-, Geschlechts- oder Berufsgruppen beim Test vertreten sein sollen.

Die Tester/innen erhalten Aufträge, bei denen es um die Optimierung von Webseiten und Apps geht. Zum Beispiel beim Testen einer Webseite muss ein sog. «Test Case» abgearbeitet werden, d.h. eine Anleitung darüber, welche Schritte auf einer Webseite oder App ausgeführt und auf ihre Funktionalität überprüft werden müssen, wie z.B. ob die Links funktionieren, ob die grafischen Elemente richtig dargestellt sind (so dass sie sichtbar sind und nicht über den Rand hinaus verlaufen), ob die Schriften leserlich sind, ob Berechnungen auf Webseiten von Versicherungen verständlich sind, ob Datenschutz-Erklärungen lesbar sind usw. Die Testumgebung ergibt sich durch die Geräte oder auch die Social-Media-Accounts der Tester/innen.

Die Bezahlung der Tester/innen hängt von der Aufgabe ab, je nach Komplexität fällt sie höher aus. Bei Aufträgen, bei denen es um die Suche von Softwarefehlern geht, wird pro gefundenem Fehler bezahlt. Diese Bezahlung ist abhängig vom Schweregrad des Fehlers.

Die Crowdsourcing-Plattform content.de

Content.de ist eine Plattform für die Vermittlung von Texten. Auf der Plattform sind Anfang 2020 gemäss eigenen Angaben der Betreiber über 6'500 Autoren/innen aus verschiedenen Nationen tätig. Die Art der Texte, die in Auftrag gegeben bzw. geschrieben werden können, sind vielfältig. Es handelt sich um suchmaschinenoptimierte Texte, Produktebeschreibungen für Onlineshops, Blogbeiträge, Ratgebertexte, Fachartikel, Pressemitteilungen und Übersetzungen.

Die Anforderungen an die Crowdworker sind je nach Auftrag unterschiedlich. Wer welche Aufträge erhält, ist abhängig von der Einstufung der Sprach- und Schreibkompetenzen. Nach Anmeldung als neue/r Texter/in erfolgt ein Grammatiktest und das Schreiben eines Mustertextes. Letzteres ist die Basis für die Einstufung auf einer Skala von 1 bis 5 Sternen. Die Einstufung ist lohnrelevant, kann aber später verbessert werden, da die geschriebenen Auftrags Texte regelmässig von den Plattformbetreibern überprüft werden. Die Crowdworker erstellen auf der Plattform ein Autoren/innen-Profil mit Angaben zu ihrer Einstufung und einer Beschreibung ihrer Person. Dieses Profil kann von den Auftraggebern eingesehen werden. Auftraggeber können für ihre Texte passende Autoren/innen suchen und direkt anschreiben. Ansonsten erhalten die Crowdworker die Auftragsangebote über die Plattform.

Die Aufträge entsprechen jeweils der Einstufung der Crowdworker und können frei angenommen oder abgelehnt werden. Die Aufträge enthalten eine Beschreibung mit Wortumfang, inhaltlichen Vorgaben (je nach Textart), dem Verdienst pro geschriebenem Wort und dem Auftragstermin. Die Aufträge sind unterschiedlich gross, auch eine längerfristige Zusammenarbeit mit den Auftraggebern ist möglich. Der eingereichte Auftrag wird schliesslich durch den Auftraggeber auf einer 5er-Skala bewertet. Besonders erfolgreiche Texter/innen werden mit einem Gütesiegel zertifiziert, das zu mehr Aufträgen führen kann und lohnrelevant ist.

Tabelle 2: Stichprobenbeschreibung.

<i>Eigenschaft</i>	<i>Anzahl Fälle (Crowdworker)</i>
<i>Intensität Crowdwork* (h/Woche)</i>	
4-8	3
9-16	5
17-24	4
25-32	3
33-40	3
> 40	2
<i>Erfahrung mit Crowdwork*</i>	
2 Jahre	1
3-4 Jahre	5
5-6 Jahre	7
7-8 Jahre	7
<i>Tätigkeitsbereich*</i>	
Texting-Plattform(en)	14
IT-Testing-Plattform(en)	6
<i>Berufliche Situation vor Crowdwork</i>	
Anstellung	7
Ausbildung	6
Selbständig	3
nicht erwerbstätig (z.B. Elternzeit)	4
<i>Haupttätigkeit/Arbeitsform (Interviewzeitpunkt)</i>	
Crowdwork	11
selbständig	3
angestellt	5
in Ausbildung	1
<i>Freiwilligkeit des Entscheids für Crowdworking</i>	
freiwillig	14
unfreiwillig	6
<i>Alter</i>	
26-35	6
36-45	6
46-55	4
56-65	4
<i>Geschlecht</i>	
männlich	10
weiblich	10
<i>Nationalität</i>	
CH	1
DE	17
AT	2
<i>Bildungsniveau</i>	
Berufsausbildung (Lehre)	2
Abitur/Matura	3
Studienabschluss (BSc, MSc Uni/FH)	13
Doktorat	2

Anmerkungen: Die mit einem * gekennzeichneten Eigenschaften waren Kriterien der Fallselektion im Rahmen des qualitativen Stichprobenplans.

8.2 Datenerhebung: Qualitative Interviews mit Social Identity Maps

Zur Datenerhebung werden halboffene problemzentrierte Interviews (Witzel, 2000) eingesetzt. Den Kern der Interviews bildet die Erstellung von individuellen Netzwerkkarten sozialer Gruppen (Gruppen-Mitgliedschaften) nach Cruwys et al. (2016). Die Autoren haben ein standardisiertes Verfahren (ausserhalb des qualitativen Ansatzes) entwickelt, um sog. Identitäts-Karten (*Social Identity Maps - SIM*) zu erheben (Abbildung 6), oder wie sie es nennen, eine «procedure for visual representation and assessment of subjective multiple group membership» (S. 613). Das Verfahren beruht auf Studien (Best et al., 2014; Eggins et al., 2008), welche Zusammenhänge zwischen sozialen Identitäts-Konstrukten und psychischer Gesundheit untersuchen und wurde später in der klinischen Psychotherapie mit Suchtkranken angewendet (Mawson et al., 2016). Die zu untersuchenden Personen erstellen im Verfahren unter schriftlicher Anleitung selbständig ihre Identitätskarten. Als Ergebnis werden im Originalverfahren quantitative Daten aus der Visualisierung extrahiert (Gruppenanzahl, Wichtigkeit der Gruppen, deren Kompatibilitäten usw.). Methodische Ansätze zur Erhebung solcher Karten sind relativ neu, weshalb nur wenige Studien vorliegen, die von einem entsprechenden Methodeneinsatz berichten. Unterschiedliche Formen der Anwendung und Darstellung werden in Abbildung 6 dargestellt.

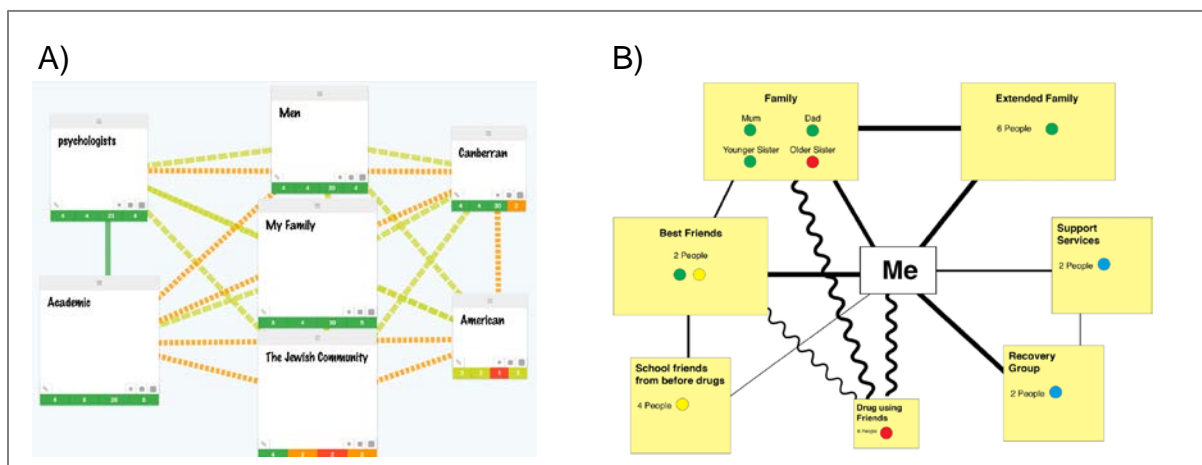


Abbildung 6: Visualisierung von Social Identity Maps (SIM).

Anmerkungen: A) Map nach Cruwys et al. (2016), B) Map nach Mawson et al. (2016).

Die vorliegende Studie nimmt die Idee des Verfahrens von Cruwys et al. (2016) auf, um dem Interview eine inhaltliche Orientierung zu geben, übersetzt es aber in ein qualitatives Vorgehen. Das bedeutet konkret, dass in einem qualitativen Netzwerkinderview die von Cruwys und Kollegen vorgesehenen Identitäts-Konzepte (vgl. Kapitel 6.3) erhoben werden, dass aber ein besonderes Augenmerk auf die Erzählungen und Erläuterungen der Teilnehmenden gerichtet wird. Dies betrifft sowohl vertiefende Fragen zum Kontext und zur Arbeitsform als auch abschliessende Reflexionsfragen zur gezeichneten Identitätskarte. Gerade weil es sich beim Crowdfunding um eine relativ neue Arbeitsform handelt und wenig über damit verbundene Einflüsse auf die Identität

bekannt ist, scheint es wichtig zu sein, im persönlichen Gespräch die SIM zu erheben. Erzählungen zu den einzelnen Gruppenmitgliedschaften sind für die Analyse dieser Arbeit von eminenter Bedeutung. Der Vorteil, die SIM als Teil eines qualitativen Interviews einzusetzen, besteht gerade darin, dass die Bedeutung der subjektiven Wichtigkeit von Gruppenmitgliedschaften und deren Beziehungen zueinander besprochen und reflektiert werden können. Nach Hepp (2016) bilden die gezeichneten Netzwerke zusammen mit den Erzählungen den eigentlichen Mehrwert qualitativer Netzwerkanalysen: Für «[...] qualitative Netzwerkkarten gilt, dass sie nicht von der weiteren qualitativen Datenerhebung isoliert gesehen werden dürfen. So werden diese Netzwerkkarten als Teil des qualitativen Interviews erstellt» (Hepp, 2016, S. 356).

8.2.1 SIM-Verfahren als Grundlage für das qualitative Netzwerkinterview

Das SIM-Verfahren von Cruwys et al. (2016) besteht grob aus vier Phasen. Die Themen dieser Phasen werden übernommen und sowohl als Anstoss für die Erstellung des Netzwerkes aber eben auch als Anstoss für Erzählungen eingesetzt. Der Interviewleitfaden setzt sich wie folgt zusammen (der vollständige Interviewleitfaden findet sich im Anhang A):

- *Einleitung*: Einführung zum Verständnis des Begriffs *Gruppe* mit Definition und Beispielen nach Brook et al. (2008).
- *Phase 1: Gruppen nennen*. Die Befragungsteilnehmenden schreiben auf ein Blatt Papier Gruppen auf, welche für sie von subjektiver Wichtigkeit sind.
- *Phase 2: Gruppen-Bewertung*. Jede Gruppe wird anschliessend auf eine Papierkarte geschrieben. Es stehen drei verschiedene Grössen von Papierkarten zur Verfügung, um die Wichtigkeit weiter zu differenzieren. Die Teilnehmenden werden dazu angehalten, „laut zu denken“ und zu erzählen, *warum* die betreffenden Gruppen für sie wichtig sind, um auch feststellen zu können, ob es um eine positive oder negative Ausprägung dieser Wichtigkeit geht. Allfällige Nachfragen der Interviewenden beziehen sich nicht auf einzelne potentielle Gruppen, sondern sind allgemein gehalten.
- *Phase 3: Ähnlichkeit der Gruppen*. Alle Papierkarten werden auf einem Blatt Papier so angeordnet, dass die Nähe zwischen den Karten die Ähnlichkeit der Gruppen abbildet.
- *Phase 4: Kompatibilität/Vereinbarkeit der Gruppen*. Es wird die Beziehung zwischen den Gruppen thematisiert. Die Gruppen werden paarweise danach beurteilt, wie gut vereinbar es für die Befragungsteilnehmenden ist, Mitglied in beiden Gruppen zu sein. Zur Erläuterung dieser Vereinbarkeit wird auf eine Operationalisierung von Brook et al. (2008) zur *Identity Harmony* zurückgegriffen. Es werden dann Linien zwischen den Papierkarten gezeichnet. Die Linienart bildet die Kompatibilität ab: gerade durchgezogene Linie für positive Effekte, eine Zickzacklinie für negative.
- *Reflexion* und vertiefende Fragen zum Crowdsourcing-Kontext folgen zum Abschluss.

Kern und gleichzeitig grösste Herausforderung für das qualitative Interview ist diese Erhebung der SIM. Dort gilt es, eine möglichst einfache Formulierung der jeweiligen Einstiegsfrage zu wählen, zumal die Identitäts-Konstrukte abstrakter Natur sind. So wird z.B. die Stärke der sozialen Identifikation über die Frage nach der Wichtigkeit der Gruppe operationalisiert, was nach Cruwys et al. (2016) zwar im engeren Sinne nicht gleichbedeutend ist, jedoch eine sprachlich einfachere und durchaus vergleichbare Bezeichnung darstelle. Was diese «Wichtigkeit» genau bedeutet, bleibt aber nach wie vor der Wahrnehmung der Teilnehmenden überlassen. Die in Phase 4 thematisierte Kompatibilität der Gruppenmitgliedschaft dürfte den abstraktesten Teil des Interviews darstellen. Eine geeignete Formulierung in einfacher Sprache findet sich ebenfalls bei Brook et al. (2008), welche als Kriterium der Kompatibilität von konfliktreichen/nachteiligen oder erleichternden/hilfreichen Effekten, Energie gebend vs. raubend und vereinbare vs. widersprüchliche Erwartungen und Verhaltensweisen sprechen (wobei auch bei letzterem gemäss den Autoren konkretes genauso wie weniger konkretes Verhalten gemeint ist). Die Formulierung von Brooke et al. (2008) wurde auf Deutsch übersetzt und zur Einführung in die Frage nach der Kompatibilität der Gruppenmitgliedschaften verwendet. Eine ausführlichere Reflexion der Interviewmethode findet sich in der Diskussion (vgl. Kapitel 11.6.2). Das SIM-Verfahren ist eingebettet in ein Interview bestehend aus sechs Schritten und stellt den Kern des Interviews dar (Abbildung 7).

8.2.2 *Rahmenbedingungen und Material*

Abschliessend seien hier die wichtigsten Rahmenbedingungen zum Prozedere des Interviews genannt: Das Interview dauerte durchschnittlich 60 Minuten. Hiervon wurden Audio-Aufnahmen erstellt und später in ein Transkript überführt. Die Teilnehmenden hatten sich freiwillig für das Interview zur Verfügung gestellt und hatten jederzeit die Möglichkeit, das Interview abzubrechen (wovon niemand Gebrauch machte). Die Interviews wurden per Telefon oder Skype durchgeführt. Die Teilnehmenden nahmen von zuhause aus teil oder von einem beliebigen Ort ihrer Wahl.

Um die SIMs zeichnen zu können, wurde bei jedem Interview die visuelle Kollaborationsplattform (Webtool) *Miro*¹¹ verwendet. Dort können auf einem virtuellen Whiteboard Klebekarten angebracht werden. Die Karten können dann beschriftet und Beziehungen zwischen den Karten mit Linien eingezeichnet werden. Dieses Tool ermöglichte allen Beteiligten die Bearbeitung der SIM in Echtzeit und stellt dadurch sicher, dass jeder Bearbeitungsschritt der interviewten Personen durch den Interviewer (und umgekehrt) live mitverfolgt werden konnte.

¹¹ <http://miro.com> (Stand: Februar 2020)

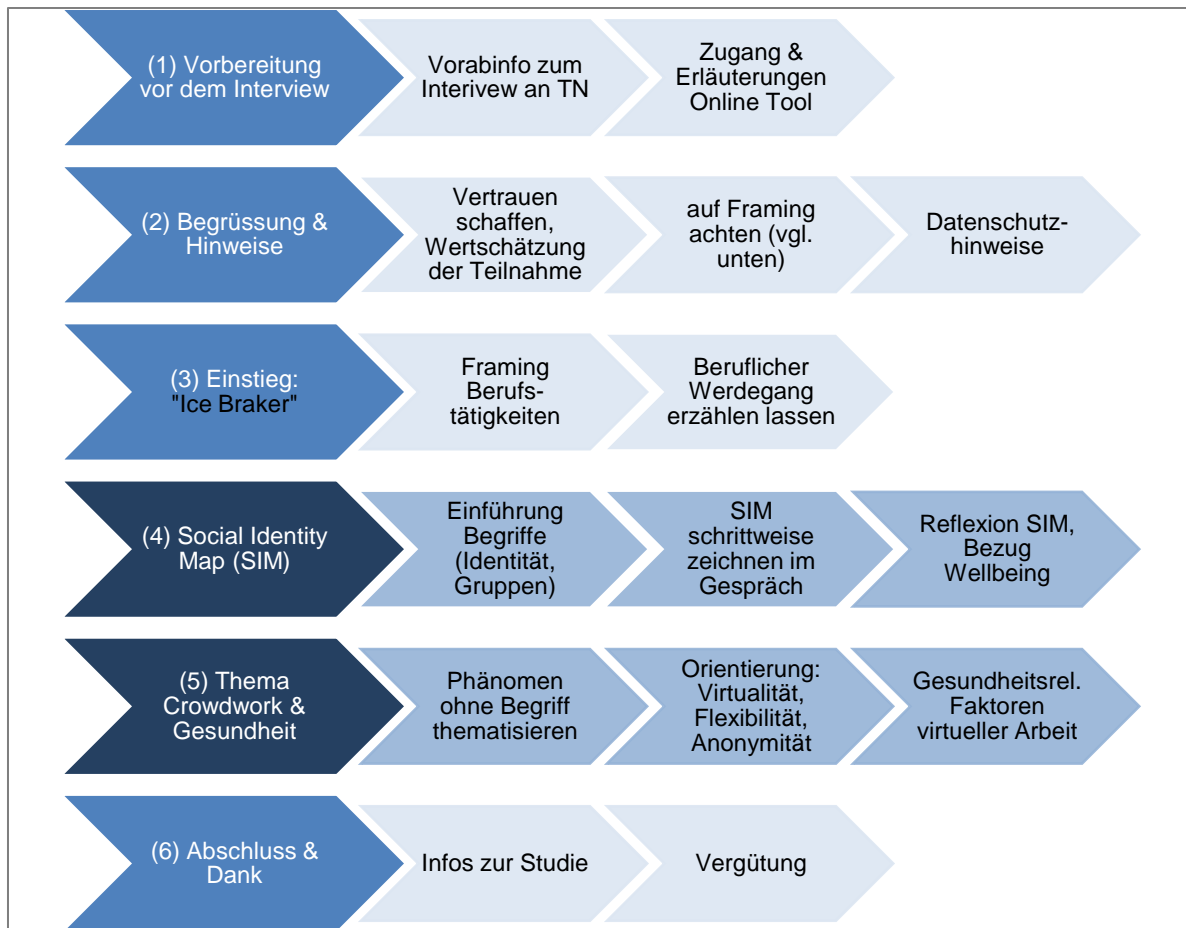


Abbildung 7: Schematische Darstellung des Interviewablaufs.

Anmerkungen: TN = Teilnehmende; SIM = Social Identity Map; Online-Tool = Miro

8.3 Datenanalyse

Die Datenanalyse bezieht sich auf die erhobenen Netzwerkkarten (SIMs) und die dazugehörigen Erzählungen der Crowdworker und besteht aus mehreren Schritten. In diesem Kapitel wird zunächst (Kapitel 8.3.1) das Vorgehen im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse entlang der Forschungsfragen beschrieben. Anschliessend folgt als Synthese der Ergebnisse die Entwicklung einer Identitäts-Typologie (Kapitel 8.3.2). Hier ist wichtig anzumerken, dass die qualitative Inhaltsanalyse und die qualitative Typenbildung einen direkten Bezug zu einander haben. Die qualitative Inhaltsanalyse stellt die Basis für die qualitative Typenbildung dar, respektive wird gar als integraler Bestandteil der Typenbildung verstanden, die Kuckartz (2016) als *typenbildende Inhaltsanalyse* bezeichnet. Eine wichtige Funktion der Typologie in der vorliegenden Studie wird sein, einen Bezug zum Gesundheitsthema herstellen zu können. Es wird hierfür eine Erweiterung der Typologie durch sog. Sinnzusammenhänge mit Sekundärinformationen nach Kuchartz (2016) vorgenommen und in Kapitel 8.3.3 beschrieben. Was dies für den Gesundheitsbezug aus analytischer Sicht konkret bedeutet, wird anschliessend im Kapitel 8.3.4. erläutert.

8.3.1 Qualitative Inhaltsanalyse von Text und Netzwerkkarten

In der Literatur werden verschiedene qualitative inhaltsanalytische Verfahren beschrieben. Mayring (1994) beschreibt drei Grundtechniken der qualitativen Inhaltsanalyse: Es sind die Zusammenfassung, die Explikation und die Strukturierung. Kuckartz (2018) beschreibt ebenfalls drei Analyseverfahren: die inhaltlich strukturierende, die evaluative und die typenbildende qualitative Inhaltsanalyse. Qualitative Inhaltsanalysen weisen einige gemeinsame Charakteristika auf: Sie orientieren sich an theoriegeleiteten Forschungsfragen, erfolgen durch Entwicklung/Ableitung eines Kategorien- oder Code-Systems, basieren auf Regeln und bearbeiten systematisch und schrittweise das gesamte (relevante) Material mit der Orientierung an Gütekriterien (Kuckartz, 2016). Das zu analysierende Material wird segmentiert und codiert, wodurch eine inhaltliche Struktur entsteht. Kuckartz nennt es *inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse*.

Die Bearbeitung der ersten drei Forschungsfragen erfolgt im Rahmen einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse. Aus den Forschungsfragen wird das Kategoriensystem für die Codierung der Textstellen im Transkript entwickelt (genauer dazu s. unten). Die Auswertung mithilfe des Kategoriensystem erfolgt als Querschnitt über alle interviewten Personen. Zudem wurde pro Person (= Fall) eine Fallzusammenfassung erstellt, die mit weiteren Kontextinformation (z.B. Ausbildung, Berufs- und Tätigkeitsverlauf) ergänzt wurde. Es gibt also zwei Perspektiven bei der Analyse, erstens aus Sicht eines Themas (Kategorien) und zweitens aus Sicht eines Falls (Fallzusammenfassung). Diese Form der Analyse wird in der Themenmatrix nach Kuckartz (2016) in Abbildung 8 dargestellt. Das gesamte auszuwertende Material besteht aus den Transkripten aller Interviews (Fälle) sowie den jeweils entwickelten qualitativen Netzwerkkarten.

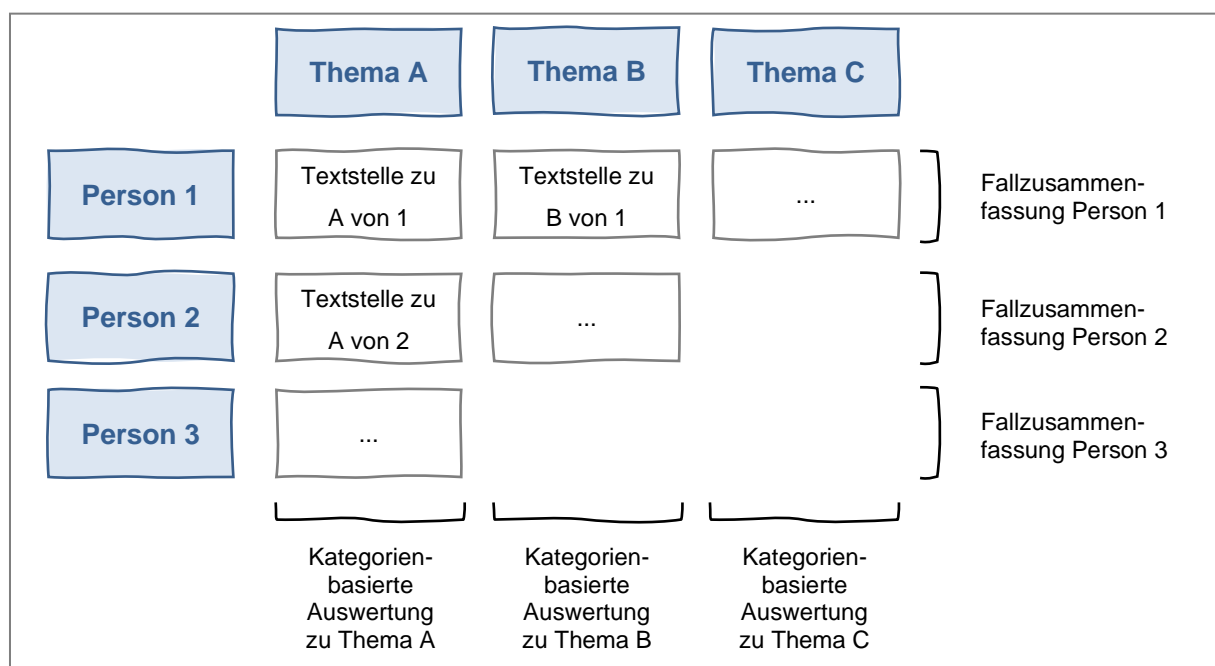


Abbildung 8: Themenmatrix einer qualitativen Studie nach Kuckartz (2016).

Die 20 verwendeten Interviews wurden nach dem Regelsystem von Dresing und Pehl (2015) wortwörtlich transkribiert (in Abgrenzung zum lautsprachlichen oder zusammenfassenden Transkribieren). Abbrüche, Wortverschleifungen wurden geglättet, die Interpunktion so vorgenommen, dass sie der Leserfreundlichkeit des Transkriptes dient, ohne die Sinneinheiten zu verlieren. Verzögerungen, Wortabbrüche und aussersprachliche Handlungen wurden nicht transkribiert. Schliesslich ergaben sich rund 340 A4-Seiten Text, der mit Hilfe der Software MAXQDA Analytics Pro 2018, Version 18.2.0 unter Erstellung eines Kategoriensystems ausgewertet wurde.

In mehreren Durchgängen wird das Textmaterial codiert und recodiert. Die Entwicklung des Code-Systems erfolgte im ersten Schritt deduktiv, d.h. das Code-System orientiert sich stark an den Forschungsfragen. In weiteren Analyseschritten wurde es induktiv angepasst und erweitert (Sommer & Gamper, 2017). Induktiv hinzugefügte Codes sind z.B. spezifische Kategorien von soziale Gruppenmitgliedschaften aus anderen Arbeitsbereichen (z.B. Interessengruppen), welche im Interview genannt wurden. Ein anderes Beispiel sind die Identitätskonflikte, die zunächst allgemein als Konflikte codiert und dann durch neue Sub-Codes differenziert wurden. Das Codesystem findet sich im Anhang B. Ein verwendetes Hilfsmittel während der Kodierung des Materials ist das Schreiben von Memos, das durch die verwendete Analysesoftware in geeigneter Form unterstützt wird.

Das auszuwertende Material enthält neben den Transkripten die Abbildungen der Social Identity Maps, denen die Aussagen der interviewten Crowdworker zugeordnet wurden. Für die gemeinsame Auswertung von Text und Netzwerkkarten empfehlen Herz et al. (2015) in ihrem Vorgehen zur «qualitativen strukturalen Analyse (QSA)» verschiedene Analyse-Sequenzen: Es werden die drei Ebenen der Akteure (hier soziale Gruppen), der Beziehungen (Kompatibilität) zwischen den Akteuren und der Struktur (alle sozialen Gruppen resp. die Konstitution der Arbeitsidentität) unterschieden (vgl. Kapitel 7.3.1).

8.3.2 Qualitative Typenbildung

Eine qualitative Datenanalyse zur Typenbildung ist eine Art Datenreduktion der Reichhaltigkeit von Fallinformationen auf wenige, relevante Typen (Kluge, 2000; Kelle & Kluge, 2010). Die Typenbildung folgt im Grundsatz dem von Kuckartz (2018) vorgeschlagenen Prozess der typenbildenden qualitativen Inhaltsanalyse. Der Inhaltliche Bezug zu den Forschungsfragen sowie die Begründung für die Typenbildung wurden bereits oben (vgl. Kapitel 7.3.2) besprochen.

Für die Entwicklung einer Typologie werden Merkmale festgelegt, auf Basis derer die Fälle als ähnlich oder verschieden bewertet und gruppiert werden können. Die typenrelevanten Merkmale bilden zusammen den sog. Merkmalsraum. Dieser Merkmalsraum wird a priori bestimmt und am empirischen Material validiert. Das ist der Grund, weshalb an dieser Stelle auf die Konstitution des Merkmalsraumes detaillierter eingegangen wird.

Merkmalsraum und Verfahren der Typenbildung

Die Auswahl der relevanten Merkmale orientiert sich an den Forschungsfragen, d.h. die Antworten auf die Forschungsfragen dienen dabei als eigentliche «Merkmale» für die Typenbildung. Es sind zum einen die potentiellen sozialen Gruppenmitgliedschaften aus dem Bereich Crowdworking, welche mittels SIM-Verfahren bestimmt werden. Diese Gruppen bilden somit die Ausprägungen des Merkmals «Identifikationsziele». Die potentiellen sozialen Gruppenmitgliedschaften werden auf der «y-Achse» des Merkmalsraumes (Abbildung 9) abgetragen. Zum andern geht es in der dritten Forschungsfrage um die Heterogenität der Arbeitswelt von Crowdworkern, d.h. um die Mischung von Gruppenmitgliedschaften aus anderen Arbeitsbereichen. Dieser Bezug lässt sich in der Struktur der Identitätsnetzwerke darstellen und wird hier als Merkmal «Rolle von Crowdwork im Netzwerk» dienen. Die Ausprägungen sind empirisch in der Auswertung zu bestimmen. Sie werden auf der «x-Achse» des Merkmalsraumes eingetragen (Abbildung 9).

Somit entstehen zwischen den einzelnen wichtigen sozialen Gruppenmitgliedschaften und der Ausprägung der Heterogenität der Arbeitswelt (Rolle von Crowdwork) verschiedene Kombinationsmöglichkeiten. Aus diesen Kombinationsmöglichkeiten der Merkmale heraus soll die Typologie entwickelt werden. Durch die Kombination dieser Merkmale werden die primären Identifikationsziele im Bereich Crowdworking in den Zusammenhang mit anderen sozialen Identitäten gesetzt. Damit kann gezeigt werden, welche Rolle Crowdwork für die Arbeitsidentität spielt.

Welche Kombinationsmöglichkeiten der Merkmalsausprägungen relevant sind, ist inhärenter Gegenstand der Typenentwicklung, genauso die Frage, ob jede Merkmalskombination sogleich ein eigener Typ darstellt oder ob pro Typ mehrere Merkmalskombinationen zusammengefasst werden. Letztere Frage ist auch unter Berücksichtigung der Gütekriterien zu beantworten. Ein solches Vorgehen entspricht der «Bildung merkmals homogener Typen durch Reduktion» (Kuckartz, 2018, S. 149), weil mehrere Merkmalskombinationen (oder theoretische Typen) zusammengefasst werden sollen, nicht zuletzt, um eine handhabbare Zahl an Typen zu erhalten. Die durch Reduktion gebildeten Typen werden dann aber nicht mehr merkmals homogen sein, sondern Varianz (z.B. im Identifikationsziel) aufweisen. D.h. nicht alle einem Typen zugeordneten Fälle werden die genau gleichen Identifikationsziele als gleich wichtig eingeschätzt haben. Entscheidend für die Zuteilung wird sein, welches Verständnis hinter den genannten Identitäten steht und welche Identitätsstruktur ein Fall aufweist. Dieser Aspekt kann durch die Erzählungen in den Interviews berücksichtigt werden.

Der beschriebene Prozess von a priori bestimmten Merkmalen sowie deren Anpassung am empirischen Material entspricht in Teilen dem nach Kluge (2000) vorgeschlagenen Vorgehen, bei dem die Merkmale «bei qualitativen Studien erst im Laufe des Auswertungsprozesses anhand des Datenmaterials – sowie des theoretischen (Vor-) Wissens – erarbeitet und 'dimensionalisiert', d.h. [...] relevante Merkmalsausprägungen und Subkategorien bestimmt [werden]» (Kluge, 2000; §7). Die Ausprägungen der drei Merkmale werden also anhand des empirischen Materials festgelegt. Damit werden keine «künstlichen Typen», die theoretisch möglich sind aber in der Realität nicht

vorkommen, beschrieben. Mit der Dimensionalisierung sollen vielmehr möglichst natürliche Typen gebildet werden, die eher als merkmalsheterogene oder polythetische Typen bezeichnet werden können (Kuckartz, 2018, S. 151).

Zusammenfassend sieht der Prozess der Typenbildung wie folgt aus: Zunächst werden die Merkmale am empirischen Material validiert resp. dimensionalisiert (Welche Netzwerkstrukturen können gefunden werden? Welche primären Identifikationsziele werden berichtet?). Anschliessend werden die Fälle in den Merkmalsraum eingeordnet und die Typen gebildet. Es folgt dann die Analyse von weiteren Zusammenhängen der Typen mit Sekundärinformationen. Dieser letzte Schritt wird im nächsten Kapitel beschrieben.

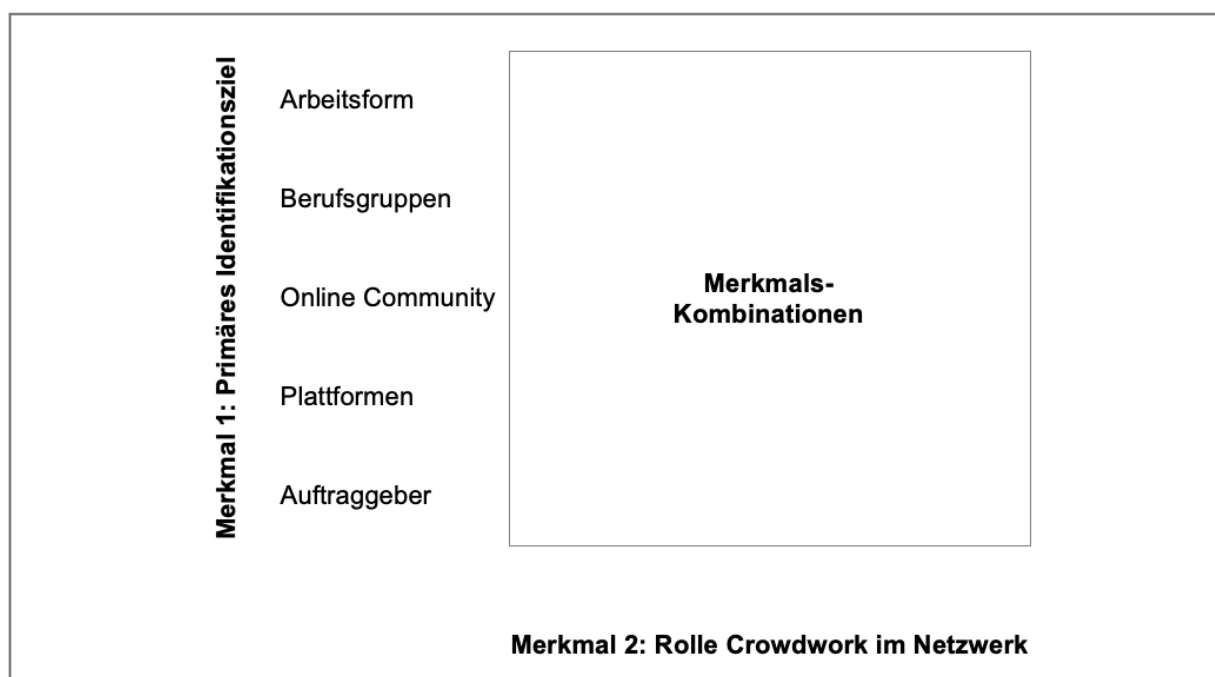


Abbildung 9: A priori definierter Merkmalsraum.

8.3.3 Sinnzusammenhänge der Typen mit Sekundärinformationen

Nach der Entwicklung der Typologie wird ein Analyseschritt vorgenommen, um die einzelnen Typen ausführlicher zu beschreiben. Die Typen werden mit weiteren Konzepten oder Merkmalen in Verbindung gesetzt. Es handelt sich hierbei um die Untersuchung von *Sinnzusammenhängen zu Sekundärinformationen*, d.h. um Zusammenhänge zwischen der Typologie und weiteren Informationen, welche nicht direkt für die Typenbildung verwendet wurden (vgl. Kuckartz, 2018). Diese Sinnzusammenhänge machen die Typen interpretierbarer und fassbarer. Mit Sekundärinformationen sind weitere relevante Variablen/Codes gemeint.

In der vorliegenden Studie werden Zusammenhänge zu Kontextinformationen und soziodemographischen Variablen hergestellt:

- Kontextinformationen:
 - Berufliche Situation vor der Crowdworking-Tätigkeit
 - Auslöser und Motive für die Crowdworking-Tätigkeit
 - Freiwilligkeit des Entscheides: Haben sich die Personen freiwillig oder aufgrund äusserer Zwänge (z.B. Jobverlust) für Crowdworking entschieden?
 - Intensität der Crowdworking-Tätigkeit (in Stunden/Woche)
 - Erfahrung (i.S.v. «Dienstalter», Anzahl Jahre)
- Soziodemographische Daten:
 - Alter
 - Bildungsniveau
 - Geschlecht

Diese Analyse von Sinnzusammenhängen unterstützt in Teilen auch die Beantwortung der Forschungsfrage 4 zur Bedeutung sozialer Identitäten als Ressource und wird im direkt folgenden Unterkapitel beschrieben.

8.3.4 Gesundheitsimplikationen: Identitätskonzepte und Sinnzusammenhänge

Es folgt nun die Darlegung, wie sich Hinweise aus den Interviewdaten gewinnen lassen, die eine Bewertung in Richtung Gesundheitsimplikationen ermöglichen. Soziale Identitäten können als Ressource betrachtet werden, welche die Befriedigung basaler Bedürfnisse ermöglichen und dadurch das Wohlbefinden und die psychische Gesundheit beeinflussen (vgl. Kapitel 3.3.2). Die hier vorliegenden Daten, d.h. die SIMs und die damit zusammenhängenden Erzählungen, sollen eine Einschätzung der sozialen Identitäten hinsichtlich ihrer Bedeutung als Ressource ermöglichen. Für diese Einschätzung werden gemäss Abhandlung in Kapitel 6.3 folgende Identitätskonzepte erhoben:

- die Anzahl sozialer Identitäten (Anzahl Gruppenmitgliedschaften in den SIMs):
Häufigkeiten pro Fall in der SIM
- die Bedeutung und Relevanz der sozialen Identitäten im Bereich Crowdworking:
qualitativ inhaltlich und durch die Entwicklung der Typologie (Merkmal des primären Identifikationsziels)
- die Vereinbarkeit sozialer Identitäten aus Crowdworking und anderen Arbeitsbereichen:
Häufigkeiten pro Fall und inhaltlich qualitativ, mit Fokus auf die Identifikationskonflikte

Das eingesetzte explorative und visuelle Verfahren ermöglicht, die sozialen Gruppenmitgliedschaften und die Vereinbarkeit der Identitäten zu thematisieren, inhaltsanalytisch und in Ansätzen auch quantitativ (Häufigkeiten) auszuwerten. Die Häufigkeiten sind aber stets vor dem Hintergrund des qualitativen Forschungsansatzes zu interpretieren und dienen so der Sinngebung der Ergebnisse.

Die Anzahl der Identitäten sowie die Anzahl und Art der Identitätskonflikte werden analog zur Beschreibung im Kapitel 8.3.3 als Sekundärinformation mit den Typen in Beziehung gesetzt, um zu analysieren, inwiefern Sinnzusammenhänge bestehen. Ausgehend davon kann festgestellt werden, wie sich die Typen weiter differenzieren lassen.

8.4 Gütekriterien qualitativer Forschung

In der qualitativen Forschung ist es von zentraler Bedeutung, das Forschungsinstrument dem Forschungsgegenstand anzupassen. Ebenso wichtig ist es in diesem Zusammenhang, über Gütekriterien nachzudenken und diese im Forschungsprozess zu berücksichtigen. Deshalb soll in diesem letzten Kapitel des Methodenteils nochmals separat auf Gütekriterien eingegangen werden. Es geht um «übergeordnete» Gütekriterien qualitativer Forschung, welche für die vorliegende Studie von besonderer Relevanz sind, sowie um die Gütekriterien zur Entwicklung der Typologie.

Die *Verfahrensdokumentation* ist ein Gütekriterium qualitativer Inhaltsanalyse. Nicht selten werden – wie auch ansatzweise in dieser Studie – Erhebungsverfahren für qualitative Studien neu entwickelt (Reinders, Ditton, Gräsel, & Gniewosz, 2011), was die Dokumentation der Datenerhebung, der Auswahl der interviewten Personen, Interview-Durchführung und Auswertung der Daten (inkl. Entwicklung der Typologie) zur besseren Nachvollziehbarkeit für die Leserschaft unumgänglich macht. Die Datenerhebung der vorliegenden Studie mit Basis des SIM-Prozesses sowie der Bezug zur qualitativen Netzwerkforschung, die Auswahl der Crowdworker, Ablauf und Prozedere wurden in diesem Kapitel erläutert und werden im Anschluss an die Ergebnisdiskussion reflektiert (vgl. Kapitel 11.5). Die Auswertung der qualitativen Interviewdaten und der SIMs erfolgte regelgeleitet nach den entsprechenden Verfahren der typenbildenden qualitativen Inhaltsanalyse (Kuckartz, 2016).

Zur Überprüfung der Güte der erhobenen Daten pro Fall wurde im Sinne einer *kommunikativen Validierung* (Flick, 1987) bereits im Erstellungsprozess der SIM während der Interviews systematisch das Verständnis gezeichneter Netzwerkeinheiten im Dialog mit den Crowdworkern überprüft. Es geht darum, sicherzustellen, dass die Interpretation des Interviewers möglichst mit dem Verständnis der Crowdworker übereinstimmt. Dieser Schritt ist ein besonders wichtiger, weil das Verfahren zur Erhebung der SIM komplex und abstrakt ist.

Für die Entwicklung der Typologie gelten die von Kuckartz (2016) vorgeschlagenen Gütekriterien. Diese *Gütekriterien der Typenbildung* wurden in den verschiedenen Phasen des Typenbildungsprozesses berücksichtigt und reflektiert und finden Eingang in die Ergebnisdiskussion und Reflexion der Untersuchung (vgl. Kapitel 11.6).

- Jede Person (Fall) wird (genau) einem Typen zugeordnet. Die Zuordnung der Fälle zu den Typen wird berichtet und diskutiert (vgl. Kapitel 9.4.2).

- Der Merkmalsraum wird nachvollziehbar beschrieben, d.h. Merkmale und Dimensionen der Typenbildung werden explizit benannt. Die Beschreibung des Merkmalsraumes erfolgt im Anschluss an dieses Unterkapitel, ebenso der Bezug zum nächsten Kriterium.
- Die Merkmale beziehen sich auf die Fragestellung, ihre Auswahl ist relevant und wird begründet.
- Die Typologie wird nach dem Prinzip der Sparsamkeit entwickelt. Sie besteht aus so wenigen Typen wie möglich und so vielen wie nötig.
- Die Typologie ermöglicht die Entdeckung von neuen Phänomenen.
- Die Typologie weist insgesamt eine gute Gestalt auf. Es besteht ein Zusammenhang der Typen zu einem Ganzen.

9 Resultate

Das Ziel der Interviewstudie war, in einem qualitativen Netzwerkverfahren die sozialen Identitätsstrukturen von Crowdworkern in Form von SIMs zu erheben. Anhand der Netzwerke und der Erzählungen der Crowdworker werden die Ergebnisse zu den Forschungsfragen berichtet. Dabei geht es um die Rolle der Crowdsourcing-Organisationen wie Plattformen und Auftraggeber, um die Rolle des Crowdworkings an und für sich (Tätigkeit, soziale Kategorie Crowdworker, Online-Communities) und um multiple Arbeitsbeziehungen in Kombination mit Identitäten aus anderen Arbeits- und Tätigkeitsbereichen.

Die erstellten Identitätskarten sind das Ergebnis eines Prozesses und sind im Gespräch zwischen Interviewer und Crowdworker entstanden (vgl. Beispiel in Abbildung 11). Während dieses Gesprächs wurde die Visualisierung der Gruppenmitgliedschaften Schritt für Schritt entwickelt, es wurden Konstellation und Bedeutung der Gruppenmitgliedschaften thematisiert, Gruppen hinzugefügt und ggf. wieder entfernt, stets mit dem Ziel, am Schluss des Prozesses ein für die interviewte Person stimmiges «Gesamtbild» herzustellen und gemeinsam zu reflektieren. Die gezeichneten Identitätskarten stellen pro Fall also bereits ein konsolidiertes Teilergebnis der Studie dar. In die darauffolgende Analyse sind sowohl Identitätskarten wie auch Erzählungen zu den einzelnen sozialen Gruppenmitgliedschaften eingeflossen. Diese Erzählungen helfen, die Netzwerkkarten zu verstehen und sind somit von zentraler Bedeutung für die weitere Verarbeitung der Ergebnisse. Ohne diese Narrative bliebe die Auswertung ungleich vage, die Vergleichbarkeit der Fälle wäre (noch) schwierig(er). Letzt genannter Aspekt lässt sich an folgendem Beispiel verdeutlichen:

Die auf den Netzwerkkarten abgebildeten Klebekarten stehen für «wichtige» (= Wortlaut in der Instruktion) Gruppenmitgliedschaften der interviewten Personen, welche sie im Gespräch nennen. Die Crowdworker bezeichnen und beschreiben ihre Gruppen jeweils in eigenen Worten. Gruppen, die sich auf Crowdsourcing beziehen, unterscheiden sich zwischen den Fällen in der Bezeichnung, Bedeutung und der Abstraktionsebene (sowie deren Hierarchie). Das bedeutet, dass für die Tätigkeit des Crowdsourcings in einem Fall beispielsweise eine einzige Gruppe genannt wird, welche mehrere Plattformen, Crowdworker u.a. zusammenfasst. In einem anderen Fall hingegen werden Plattformen und Crowdworker differenzierter, d.h. in mehreren Gruppen, abgebildet. In der Art der Bezeichnung der sozialen Gruppen und deren Reichweite (Abstraktionsebene) sind folglich Unterschiede bezüglich sozialer Identitäten (oder mindestens Hinweise dafür) auszumachen. Diese Beobachtung wird weiter unten genauer diskutiert.

Das Ziel ist, durch die Analyse dieser Netzwerkkarten und den dazugehörigen Erzählungen Aussagen zu Identifikationszielen, zu deren Bedeutung und Vereinbarkeit mit anderen sozialen Identitäten und zur Struktur insgesamt zu formulieren. Die Ergebnisse werden im Folgenden entlang der Forschungsfragen berichtet und anhand von Ankerbeispielen (veranschaulichende Originalaussagen aus den Interviews) verdeutlicht.

Das Kapitel zu den Resultaten ist gemäss Abbildung 10 aufgebaut. Die Darstellung der Ergebnisse orientiert sich an den Forschungsfragen. Diese Ergebnisse werden als erstes der Reihe nach in Kapitel 9.1 bis 9.3 berichtet. Um die Vielfalt der Ergebnisse über alle Fälle hinweg zu konsolidieren, wurde eine Typologie entwickelt, die im Kapitel 9.4 beschrieben wird. Diese Konsolidierung ist auch für die Beantwortung der vierten Forschungsfrage hilfreich, wenn es um Hinweise für Einflüsse auf die Gesundheit, d.h. um die Bedeutung der sozialen Identitäten als Ressourcen geht (Kapitel 10).

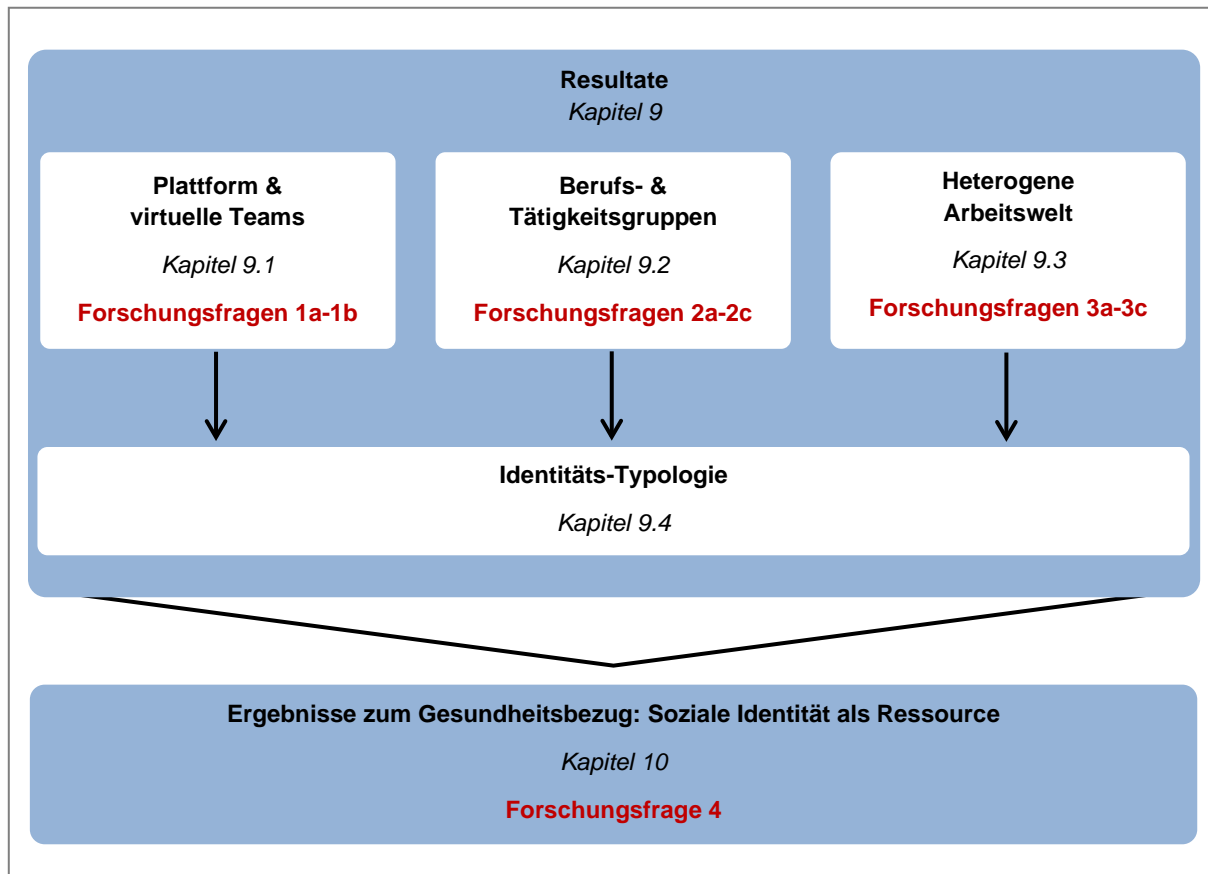


Abbildung 10: Aufbau des Kapitels 9 zu den Resultaten.

9.1 Organisationale Identitäten: Plattformen und virtuelle Teams als Identifikationsziele

Die Forschungsfragen 1a und 1b beziehen sich auf die Rolle der Crowdsourcing-Organisationen (Plattformen, Auftraggeber) hinsichtlich sozialer Identität der Crowdworker und die Bedingungen, unter denen eine Identifikation zustande kommen kann. Es wird zunächst berichtet, welche Gruppenmitgliedschaften in den Netzwerkkarten (SIM) abgebildet werden. In den Karten ist die Identifikation daran zu erkennen, dass z.B. die Plattform als soziale Gruppenmitgliedschaft in Form einer Klebekarte abgebildet wird. Mit der Wahl der Grösse der Klebekarten konnte zusätzlich die subjektive Wichtigkeit der Gruppe (im Vergleich zu anderen Gruppen) dargestellt werden: Je grösser die Klebekarte, desto wichtiger ist die Gruppe und desto stärker ist die Identifikation, d.h. das wahrgenommene Einssein (Ashforth & Mael, 1989) mit ebendieser Gruppe.

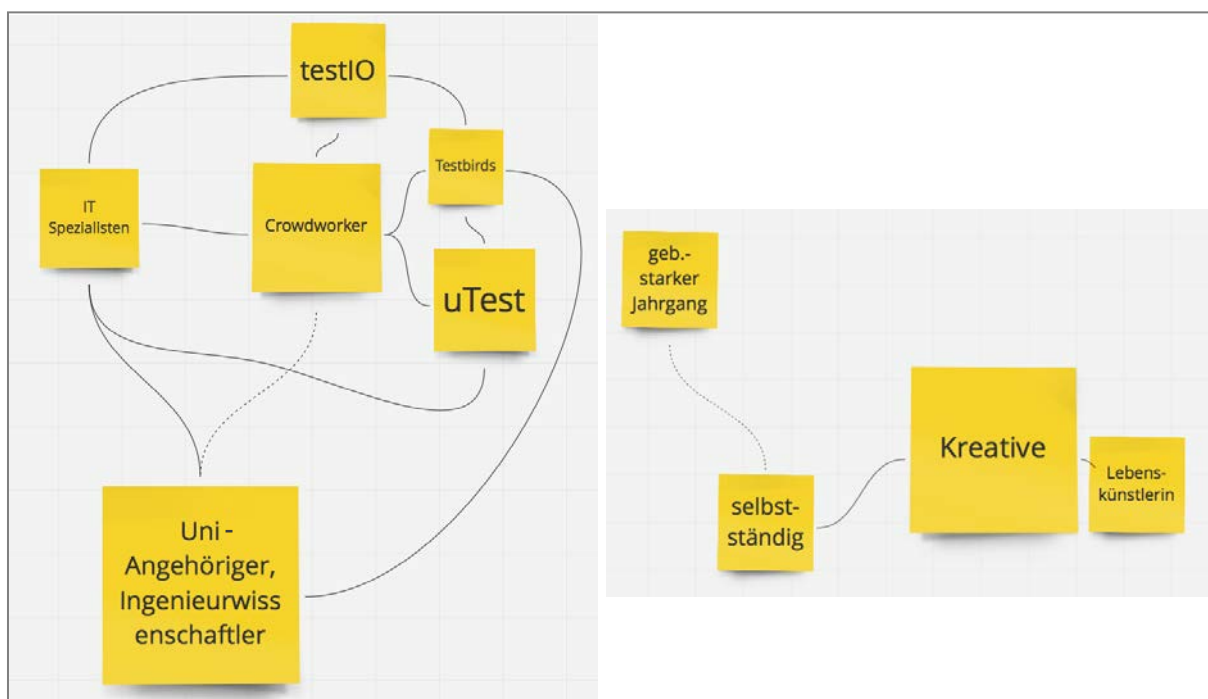


Abbildung 11: SIMs (Social Identity Maps) von Fall 15 (links) und Fall 17 (rechts).

9.1.1 Bedeutung der Plattformorganisationen für die soziale Identität

Die Interviews zeigen zunächst, dass eine Identifikation mit einer Crowdsourcing-Plattform bei Crowdworkern vorkommen kann. Dies wird in direkten Aussagen der Crowdworker (im Folgenden auch als Fälle bezeichnet)¹² und anhand der entwickelten Netzwerkkarten (SIMs) ersichtlich. Plattformen werden in einigen Fällen auf Klebekarten notiert und in die SIM aufgenommen.

¹² Die Bezeichnung *Crowdworker* bezieht sich auf alle hier untersuchten Fälle, im Wissen darum, dass ebendiese Bezeichnung für die interviewten Personen nicht immer stimmen würde, weil sie für sich meist andere soziale Kategorien verwenden.

In jenen Fällen, bei denen Plattformen in den SIMs vorkommen, sind neben den Unterschieden in der Grösse der Klebekarten auch Unterschiede im Abstraktionslevel der Gruppen feststellbar. Die Plattform(en) wird/werden als eigene soziale Gruppenmitgliedschaft oder aber als Teil einer abstrakten, weiter gefassten Gruppe dargestellt, die z.B. mehrere Plattformen enthält. Die Analyse der Karten zusammen mit den Erzählungen und Beschreibungen zu den einzelnen sozialen Gruppenmitgliedschaften in der SIM zeigt, dass die Bedeutung der Plattformen für die soziale Identität jeweils unterschiedlich ausfällt. Die Analyse dieser Erzählungen kann auch Hinweise liefern, weshalb resp. unter welchen Bedingungen eine Plattform als Identifikationsziel betrachtet wird bzw. warum nicht. Aus den Daten lassen sich vier Ausprägungsstufen extrahieren, entlang derer sich die Bedeutung der Plattformorganisationen für die soziale Identität beschreiben lässt. Diese Ausprägungsstufen sind als Übersicht in Tabelle 3 dargestellt. Im Folgenden werden die Ergebnisse entlang dieser vier Ausprägungsstufen berichtet.

Tabelle 3: Bedeutung und Darstellung der Plattformorganisationen in den SIMs.

<i>Bedeutung der Plattform</i>	<i>Darstellungsformen (Bezeichnung in der SIM oder im Narrativ)</i>	<i>Beschreibung und Bezug zur SIM</i>
A) Identifikation mit Plattform vorhanden und wird als soziale Gruppenmitgliedschaft in den SIMs aufgeführt Fälle: 01, 02, 12, 14, 15, 16, 18, 22	<ul style="list-style-type: none"> – Plattform als Arbeitgeberin – «Loyalitätsbeziehungen» zu Plattformen – Stolz sein (z.B. auch nach Qualifizierungsverfahren) bei einer spez. Plattform zu arbeiten – «Bird» (Plattform-eigene Bezeichnung für Arbeitnehmende) 	<ul style="list-style-type: none"> – Konkrete Nennung einer oder mehrere Plattformen – Multiple Plattformen: Differenzierung zwischen Plattformen (Aufnahme vs. Ausschluss auf Identitätskarte) oder Zusammenfassung in einer Gruppe («Plattformen»)
B) Identifikation mit Sub-Organisations-einheit, Crowdfunding-Teams Fälle: 20, 23, 24	<ul style="list-style-type: none"> – Projektgruppe/Testgruppe (Crowdworker & Betreuer meist eines IT-Tests) – Betreuungsteam (MA der Plattform) – Serviceteam (Plattformsupport) 	<ul style="list-style-type: none"> – Ohne Plattform als Identifikationsziel – Teams sind interagierende Gruppen (in Abgrenzung zu den large-scale Gruppen)
C) Plattform hat instrumentelle Bedeutung Fälle: 03, 08, 10, 17	<ul style="list-style-type: none"> – Softwaretool – Kommunikationskanal – Dienstleister – Auftragspuffer/Auftragspool – Textbörsen 	<ul style="list-style-type: none"> – Plattform scheint als Identifikationsziel nicht wichtig – Plattform als Begriff oder auch Plattform-Name tauchen nicht auf.
D) Ambivalente Bedeutung der Plattform Fälle: 09, 13	<ul style="list-style-type: none"> – Anonymität ist wichtig, soll bewahrt werden, will nicht erkannt werden, Identifikation schwach, aber vorhanden (09, 17) – Kombination von instrumenteller Bedeutung und Identifikation mit der Plattform 	<ul style="list-style-type: none"> – Es besteht ein Zusammenhang mit Konflikt-Beziehungen – Plattform wird als soziale Gruppenmitgliedschaft aufgeführt

Identifikation mit Crowdworking-Plattformen (Plattformorganisationen)

Eine Identifikation mit einer Plattformorganisation scheint gemäss der erstellten SIMs möglich zu sein. Werden Plattformorganisationen auf den Identitätskarten abgebildet, so wird dies in unterschiedlicher Art und Weise erläutert: Fall 12 berichtet, «stolz» zu sein, bei der betreffenden Plattform arbeiten zu können:

«Content, das habe ich auch schon mehrfach ein bisschen immer mal angepriesen, das ist halt meine Hauptseite, das mag ich auch am liebsten»
(Fall 12, Abs. 144).

«[...] also ist vielleicht jetzt ein blöder Begriff, aber ich bin da stolz drauf, bei Content zu arbeiten» (Fall 12, Abs. 180).

Stolz zu sein, bei einer Plattform arbeiten zu können, spricht zunächst genau für diese Identifikation mit einer Plattformorganisation. Weitere Erzählungen dazu legen nahe, weshalb Gefühle des Stolzes in diesem Beispiel vorkommen. Diese emotionale Bedeutung kann mit den Qualifizierungsverfahren der Plattformen in Verbindung gebracht werden, welche eine Selektion der Crowdworker, z.B. bezüglich ihrer sprachlichen Kompetenzen, vornehmen. Oder aber die persönliche Evaluation verschiedener Plattformen von Fall 12 hat die Wunschplattform hervorgebracht, bei der die Tätigkeit dann tatsächlich möglich wurde.

In einem anderen Fall wird die Plattform als Arbeitgeberin bezeichnet, die in einem eher herkömmlichen Verständnis eines Arbeitsverhältnisses ihren «Mitarbeitenden», den Crowdworkern, Aufträge erteilen: «also ich bin als Mitarbeiter von content.de bin ich Crowdworker» (Fall 18, Abs. 73). Ein weiteres Beispiel in diese Richtung findet sich in Fall 15. Besonders daran ist, dass hier gleich drei Plattformen genannt wurden:

«[...] weil es doch auch schon unterschiedliche, ich sage mal Loyalitätsbeziehungen gibt zu den verschiedenen Plattformen, also da gibt es durchaus Unterschiede [...]» (Fall 15, Abs. 30).

In der Identitätskarte des Falls 15 werden drei Plattformen auf unterschiedlich grosse Klebekarten notiert, wodurch die unterschiedliche Stärke der Identifikation mit den einzelnen Plattformen zum Ausdruck kommt. Die Grössenunterschiede variieren allerdings minim, gleichwohl spielt das Zitat darauf an (Abbildung 11). In diesem Fall sind insgesamt aber alle drei Plattformen wichtig, zumal sie überhaupt auf der Karte vorkommen (so die Instruktion im Interview). Die Unterschiede zwischen diesen Plattformen kämen zustande, weil sich die Plattformen darin unterscheiden, ob konkrete Ansprechpartner oder allgemeine Kommunikationsmöglichkeiten mit der Plattformorganisation vorliegen und damit die Anonymität reduziert werden könne oder nicht. Die Identifikation mit einer Plattform oder gleich zu mehreren scheint möglich. Fall 15 ist unter den untersuchten 20 Fällen der einzige, welcher mehrere Plattformen als einzelne soziale Gruppen im Netzwerk auf-

weist. Aus den Erzählungen der anderen Fälle geht dazu hervor, dass einige bereits mit mehreren Plattformen gearbeitet hätten, dies aber meist hintereinander und nicht gleichzeitig stattgefunden hat:

«[...] die kleinste Gruppe, die mir einfällt, wäre halt definitiv die Plattform Content, weil das von allen Plattformen, die ich da jemals schon mal getestet habe, dann doch diejenige ist, der ich treu geblieben bin» (Fall 08, Abs. 14).

Das Zitat steht als Hinweis für einen Selektionsprozess der Plattformen. Eine vergleichbare, deutliche Differenzierung zwischen zwei Plattformen im Hinblick auf die Identifikation kommt auch in Fall 12 vor:

«[...] weil ich meine Arbeit und mich mit meiner Arbeit bei Content schon abgrenze von zum Beispiel meiner Arbeit bei Clickworker» (Fall 12, Abs. 180).

Die im Zitat genannte Plattform Clickworker wird auf der Netzwerkkarte nicht abgebildet, die Plattform Content hingegen schon. Letztere ist als soziale Gruppe für die interviewte Person relevant, erstere hingegen nicht. Inhaltlich unterscheiden sich die beiden genannten Plattformen v.a. in der Komplexität der Aufträge, wohl aber auch in der Möglichkeit der Kommunikation zwischen Crowdworkern und der Plattform (Support).

Auf gewissen Plattformen (in den vorliegenden Untersuchungen im Testing-Bereich) liegen konkrete Identitätsangebote von Seiten der Organisation vor. Das äussert sich dadurch, dass die Plattform für ihre Crowdworker eine eigene, plattformspezifische Bezeichnung verwendet und mit geringfügigen Variationen darüber hinaus auch unterschiedliche Qualifikationen oder Rollen (z.B. Testbetreuer) kennzeichnet. Diese Bezeichnungen wurden in den Interviews genannt:

«[...] für die Testbirds bin ich ein Bird und ein Bird ist dann schon mal was, also wirkt ein bisschen mehr besonders als dass ich jetzt zum Beispiel für Applause oder gar für Passbrains unterwegs bin.» (Fall 22, Abs. 90).

Die Bezeichnung «Bird» wird allerdings in den geführten Interviews nie für eine soziale Gruppe im Netzwerk verwendet. Um einen hier passenden Aspekt der Diskussion vorwegzunehmen: Von Seiten der Plattformen bestehen in den untersuchten Fällen im Hinblick auf Identifikationsangebote gegenüber den Crowdworkern z.T. gegenläufige Signale, wenn einerseits spezifische Bezeichnungen für die Arbeitnehmenden verwendet werden und gleichzeitig betont wird, dass die Arbeitnehmenden nicht angestellt, sondern Selbständige bzw. Freelancer seien.

Die Bedeutung der Plattform(en) zeigt sich auch in der Grösse der Klebekarten auf der SIM. Trotz der Nennung der Plattform(en) lässt sich festhalten, dass nur auf einer der Identitätskarten die genannte Plattformorganisation als sehr wichtig (Grösse der Klebekarten) eingestuft, d.h. die grösste Kartengrösse gewählt, wird. In allen anderen Fällen waren andere soziale Gruppen wichtiger resp. die Identifikation damit relativ stärker.

Identifikation mit Organisationseinheiten (Teams)

In den Interviews wird eine weitere soziale Gruppe genannt und als solche in den Netzwerkkarten dargestellt, welche in direktem Bezug zur Plattform steht. Es handelt sich dabei um sog. Projektgruppen, innerhalb derer ein Auftrag bearbeitet wird. Eine Projektgruppe kann als temporäre Subgruppen der Plattformorganisation betrachtet werden und kommt in einigen der hier untersuchten Fällen im Crowd-Testing vor. Innerhalb einer Projektgruppe bearbeiten mehrere Crowdworker zusammen und zu mehreren Zeitpunkten einen Test. Sie können zu diesem Zweck miteinander und mit dem Testleiter/der Testleiterin kommunizieren.

«[...] dadurch, dass man ja meistens da zumindest einmal im Monat einen gemeinsamen Testlauf hat [...], sieht man sich da viel häufiger und von daher sind die auch relevanter, weil sie halt einfach häufiger auftritt. Und der Kontakt, oder die Gruppe kleiner ist und der Kontakt entsprechend noch ein bisschen persönlicher oder zumindest mehr vorhanden ist und man die Personen in der Gruppe zumindest fast alle kennt.» (Fall 24, Abs. 55).

Den Erzählungen zu verschiedenen Plattformen zufolge wirkt sich die Form der Auftragsbearbeitung unterschiedlich auf die Identifikation mit der Plattform aus. Der soziale Kontakt und die Zusammenarbeit über einen längeren Zeitraum tragen gemäss obigem Zitat zur Bildung einer Identifikation mit der Gruppe bei. Im Rahmen einer App-Entwicklung werden gelegentlich mehrere Tests an derselben App mit den gleichen Projektgruppen durchgeführt. Die beteiligten Crowdworker arbeiten dann über eine längere Zeit zusammen. Während des Tests sind die Tester/innen in einem virtuellen Arbeitsraum miteinander verbunden, sind mit ihren (Nick-)Namen sichtbar und können sich (exklusiv zu Belangen des Tests) austauschen. In den Fällen 20, 23 und 24 werden die Projektgruppen in den jeweiligen Identitätsnetzwerken aufgeführt. Darunter weisen die Fälle 23 und 24 in ihren SIMs nur zwei Gruppenmitgliedschaften auf und diese stammen aus dem Testing-Bereich. Projektgruppen und die Plattformorganisation tauchen in den untersuchten Fällen nicht zusammen in den Netzwerkkarten auf.

Weitere Organisationseinheiten der Plattform sind neben den Projektgruppen sog. Betreuungsteams. Im Bereich des Testings können Crowdworker mit mehr Erfahrung und einer Zusatzqualifizierungsmassnahme zu Testbetreuenden entwickelt werden. In Fall 23 wird die Gruppe aller Betreuer/innen als wichtige Gruppenmitgliedschaft hervorgehoben (zunächst im Gespräch als Leitungsteam bezeichnet):

«[...] ich bin auch gewisser Weise Teil des Leitungsteams, natürlich nicht der obersten Leitung aber ich führe eben auch Surveys durch, ich leite andere Tester an, Sachen zu machen, ich erstelle Surveys und bin sozusagen da auch schon in der ja etwas höheren Schicht angekommen, und das ist mir eigentlich sehr wichtig» (Fall 23, Abs. 30).

Und schliesslich wird im Zusammenhang mit der Identifikation mit der Plattform von Service-Teams gesprochen (Fall 03). Dazu gehören Angestellte einer Plattform, die als potentielle Ansprechpartner für Support für die Crowdworker (offiziell) zur Verfügung stehen. Dann ist weniger die gesamte Plattform relevant als vielmehr die «bekannten» Personen der Plattformorganisation.

Keine Identifikation mit Plattformen oder Projektgruppen

Nicht für alle Crowdworker ist die Plattform oder eine Projektgruppe relevant, d.h. sie identifizieren sich gemäss den Identitätskarten und ihren Aussagen nicht mit diesen Instanzen. Die Plattformen haben in diesen Fällen eine andere Bedeutung und werden vielmehr als Instrument denn als Organisation betrachtet. Die Plattformen erhalten unterschiedliche Bezeichnungen, das geht z.B. aus Fall 04 hervor:

«Das [die Plattform] ist für mich ein Instrument, das ist für mich eine Abwicklungsplattform oder ein Kanal, den ich nutze. Aber dem fühle ich mich jetzt in dem Sinn nicht zugehörig» (Fall 04, Abs. 81).

«In gewisser Weise nutze ich die Plattform auch als Puffer, wenn in den anderen Bereichen mal nicht so viele Aufträge da sind, dann nutze ich die Plattform als Puffer und fahre die dann hoch und in Zeiten mit hoher Auslastung fahre ich sie wieder zurück» (Fall 04, Abs. 103).

Die Plattformen werden als Instrument umschrieben, das zur Auftragsbeschaffung verwendet wird. In anderen, vergleichbaren Fällen wird von Kommunikationskanal, Tool oder Software gesprochen, oder die Plattform wird als «Auftragspuffer» (Fall 04, Abs. 103) verstanden, was zum Ausdruck bringt, dass bei dünner Auftragslage ausserhalb der Plattformen auf ebendiese zurückgegriffen werden kann.

In eine etwas andere Richtung geht folgende Aussage eines Crowdworkers hinsichtlich fehlender Identifikation mit der Plattform. Die Person spricht von «Textbörsen» (Fall 17, Abs. 6), nicht von Plattformen, auf denen sie Texte ihren «Kunden» (Abs. 10) anbietet. Die Texte werden auf mehreren Plattformen angeboten. Angesprochen auf die Bedeutung der Plattform(en) erzählt die Person «Ich bin ja mit denen nicht verheiratet und das werden die Plattformen ja auch nicht müde zu betonen und das finde ich auch gut» (Abs. 74).

In anderen Fällen wird berichtet, dass Plattformen nicht als wichtige soziale Gruppe gelten könnten, weil die Distanz zu den Crowdworkern (in diesen Fällen: Texter/innen) und der Plattform sehr gross, die Beziehung unpersönlich sei und mit einer grossen Anonymität einhergehe:

«Dazu ist das auch zu unpersönlich. Also das wird ja von Seiten der Plattform anonymisiert, ergo ich habe keinen Namen, meine Auftraggeber haben, wenn sie mich nicht in irgendeiner Form persönlich kontaktieren, bis dahin auch keinen Namen, [...]. Es gibt auch keine Privatnachrichten-Funktion [...], das

heisst, es wird auch relativ deutlich verhindert, dass man mit anderen Textern sich in irgendeiner Form austauschen kann» (Fall 07, Abs. 33).

Die Plattform spielt dann in diesem Fall auch keine Rolle im Rahmen der SIM. In einem anderen, vergleichbaren Fall (Fall 14) hinsichtlich der Bedeutung der Plattform wird berichtet, dass man die Plattform nicht als «normale» Firma im herkömmlichen Sinne betrachten könne, weshalb sich die Person auch nicht damit identifizieren könne.

Ambivalente Bedeutung der Plattform

Die Bedeutung der Plattform als «Software» oder «Auftragskanal» ist nicht stets gleichbedeutend mit einer fehlenden Identifikation mit der Plattform. Es kommen durchaus ambivalente, gemischte Schilderungen zu den Plattformen vor. Eine erste Art ambivalenter Schilderung ergibt sich, indem eine Identifikation mit der Plattform und gleichzeitig auch eine Distanzierung vorkommt und die Plattform als nützliches Softwaretool dargestellt wird.

«Mit Content an sich kann ich mich zwar identifizieren und ich stehe eigentlich auch sehr hinter dieser Plattform, ich fühle mich persönlich nur einfach weniger als jemand, der halt auf Content seine Aufträge und seinen Lebensunterhalt findet, sondern eher in der Position, Content als nützliches Softwaretool oder als Kommunikationstool oder als Auftragspool zu nutzen» (Fall 13, Abs. 136).

In der SIM aus Fall 13 wird die Plattform Content aufgeführt. Dargestellt wird sie in mittlerer Grösse, welche entsprechend für eine mittlere Identifikation mit der Gruppe steht. Eine zweite Form der Ambivalenz kommt vor, wenn eine Identifikation mit der Plattformorganisation vorhanden ist, die Tätigkeit als Crowdworker aber geheim gehalten und die Person nicht in Verbindung mit Plattformarbeit gebracht werden soll:

«[...] also das mit der Wissenschaft, das verträgt sich halt nicht mit meinem Anspruch daran, wertvolle Texte zu schreiben und deswegen möchte ich auch unbedingt anonym bleiben. Das heisst, ich habe auch kein Foto auf meiner Profilseite und habe immer Angst [...], wenn ich irgendetwas schreibe, dass ich nicht meinen Nick Name verwende, sondern meinen richtigen Namen, da habe ich immer grösste Panik davor» (Fall 09, Abs. 189).

Aus dieser Situation ergibt sich ein Konflikt zwischen den beiden Gruppen der Autoren/innen (für die Plattform) und der Wissenschaft, in denen ganz unterschiedliche Anforderungen an das Schreiben per se gestellt werden. Dadurch, dass die Anonymität bewahrt werden soll, gibt es keine Kontakte zu anderen Autoren/innen, was mitunter in folgendem Zitat zum Ausdruck kommt:

«Ich persönlich würde halt schon sagen, dass ich natürlich irgendwie Autorin bin und da zu der Gruppe gehöre, aber das ist für mich, ich habe eher das Gefühl, dass ich da als Einzelperson existiere [...]» (Fall 09, Abs.75).

Die Identifikation mit der Plattform ist gemäss Identitätskarte vorhanden, jedoch nur schwach ausgeprägt. Die erwünschte Anonymität bezüglich der einen Gruppenmitgliedschaft scheint für die Person zu einem Widerspruch zu führen. Der Aspekt von sich im Widerspruch befindlichen sozialen Gruppenmitgliedschaften wird im Kapitel 10.3 als Thema der Konfliktbeziehungen verschiedener sozialer Identitäten besprochen.

9.1.2 Identifikation mit Auftraggeber

Neben den Plattformorganisationen wurden auch die Auftraggeber als potentielle Identifikationsziele diskutiert. Hierbei sind, wie in Tabelle 4 aufgeführt, nur zwei Ausprägungen festzustellen. Die Auftraggeber spielen als Gruppe in den SIMs eine Rolle, wenn sie als Teil einer übergeordneten sozialen Gruppe verstanden werden. Alleine tauchen Arbeitgeber als Identifikationsziel in den SIMs gar nicht auf.

Tabelle 4: Bedeutung und Darstellung der Auftraggeber in den SIMs.

<i>Bedeutung der Auftraggeber</i>	<i>Darstellungsformen (Bezeichnung in der SIM oder im Narrativ)</i>	<i>Beschreibung und Bezug zur SIM</i>
Identifikation mit einer Gruppe von Auftraggebern	<ul style="list-style-type: none"> – «berufliches Netzwerk» – «Berufskontakte» – «Auftraggeber» (Fall 10) 	<ul style="list-style-type: none"> – soziale Gruppe, die verschiedene Auftraggeber (und ggf. weitere Akteure, über das Berufliche hinaus) inkludiert
Keine Bedeutung für soziale Identität	<ul style="list-style-type: none"> – Konstante Auftraggeber direkt oder über die Plattform – Multiple Auftraggeber 	<ul style="list-style-type: none"> – SIM enthält (in beiden Fällen) keine entsprechenden Hinweise auf Auftraggeber

Eine sogenannt übergeordnete Gruppe fasst mehrere Auftraggeber zusammen oder umfasst gar verschiedene Aspekte des Crowdworkings (z.B. Auftraggeber, Berater/innen, Berufskollegen/innen) und trägt eine entsprechende Bezeichnung. Es handelt sich um Fälle, welche sich vermehrt als Freelancer begreifen und von Kunden/innen, von einem «beruflichen Netzwerk» (Fall 13, SIM) oder von «Berufskontakten» (Fall 03) sprechen, wobei die Plattformen als Kanal oder Software-Tool verstanden werden. Eine solche weitergefasste Gruppe, welche Auftraggeber miteinschliesst, zeigt sich in diesen Zitaten:

«Im Bereich der Arbeit gibt es eigentlich sonst nur bei einigen meiner Auftraggeber, mit denen ich schon sehr lange also über viele Jahre zusammenarbeite, das ist eine sehr kleine Gruppe, das sind insgesamt also vier fünf Leute, mit denen ich wirklich sehr intensiv kontakte. Also das ist so ein Netzwerk wo eben auch nicht nur arbeitstechnisch, sondern auch auf persönlicher Ebene Austausch stattfindet» (Fall 13, Abs. 28).

«[...] sagen wir mal die arbeitsrelevanteste Gruppe sind meine Auftraggeber, mit denen ich natürlich auch mehr oder weniger intensiv im Austausch stehe.

Ja also teilweise konkret besprechen muss, manchmal einfach nur schönen guten Tag wünschen, also das ist eine wichtige Gruppe für mich natürlich. Die besten Auftraggeber habe ich schon sehr lange, da wird auch schon persönlicher Austausch gepflegt» (Fall 10, Abs. 44).

Im Zitat des Falls 13 beschreibt der Crowdworker eine soziale Gruppe seines beruflichen Netzwerkes, das über eine Ansammlung von potentiellen Auftraggebern hinausgeht. Es handelt sich um wichtige, intensiv genutzte Kontakte im Hinblick auf neue Aufträge. Die Kontakte gehen zuweilen auch in private Kontakte über, wie in Fall 10. Die zeitliche Dauer und die Art der Kontakte zu den Gruppenmitgliedern sind Hinweise für die Relevanz und den Grad der Identifikation mit eben dieser Gruppe.

Es kommen Fälle vor, die zwar ebenfalls von konstanten Arbeitsbeziehungen mit Auftraggebern sprechen, die aber in den SIMs keine entsprechende soziale Gruppe aufweisen. So berichten einige Crowdworker (vorwiegend Texter/innen, Fälle 02, 03, 10, 13), dass sie mit einem oder mehreren fixen Auftraggebern bereits seit einigen Monaten oder gar Jahren regelmässig zusammenarbeiten. Diese Auftraggeber lassen die Arbeitsaufträge entweder direkt via Plattform (sog. «Direct Orders») oder ausserhalb der Plattform auf direktem Weg den betreffenden Crowdworkern zukommen. Die damit angesprochene Plattform unterstützt einen sog. «Direct Order» Modus, in dessen Rahmen Auftraggeber nach erster zufriedenstellender Arbeit eines Crowdworkers, neue Aufträge direkt dieser Person zukommen lassen können, ohne dass der Auftrag auf der Plattform für andere Crowdworker sichtbar ausgeschrieben wird. Dieser Modus gewährt Akquise-Sicherheit (keine Konkurrenz durch andere Crowdworker) und bietet aus Sicht des Crowdworkers (und ggf. auch für die Auftraggeber) nach wie vor die Vorteile der Plattformen bei administrativen Prozessen (z.B. bei der Entlohnung). Die Bedeutung dieser konstanten Auftraggeber ist unterschiedlich, auch wenn regelmässig und häufig Aufträge desselben Auftraggebers direkt an die Crowdworker gelangen:

«Es ist gut, dass ich Aufträge habe und davon leben kann, aber das ist jetzt nicht, hat jetzt nicht oberste Priorität für mich. Weil wenn ich den Auftraggeber nicht hätte, hätte ich über Content [die Plattform] sehr viele andere Aufträge, die ich machen kann» (Fall 02, Abs. 137).

Das Zitat deutet darauf hin, dass die Länge/Häufigkeit der Zusammenarbeit nicht automatisch zu einer Identifikation mit dem Auftraggeber führen muss. Fällt ein solcher Auftraggeber weg, kann via Plattform innert nützlicher Frist ein «neuer» Auftrag akquiriert werden. Wie oben bereits berichtet, gibt es sehr wohl Fälle, in denen die Auftraggeber eine weitaus wichtigere Rolle im Hinblick auf die Identifikation spielen.

9.1.3 Zwischenfazit zu organisationalen Identitäten

Die Bedeutung der Plattform(en) in den erhobenen SIMs ist unterschiedlich (Forschungsfrage 1a): Plattformen werden in gewissen Fällen als Identifikationsziele mit unterschiedlicher Identifikationsstärke berichtet. Sie werden durchaus auch als *'sehr wichtig'* bewertet (Darstellungsgrösse der entsprechenden Klebekarte in der SIM). In wiederum anderen SIMs kommen mehrere Plattformen als Identifikationsziel vor und werden als einzelne Gruppen dargestellt. Aber nicht in allen Fällen werden alle Plattformen, für die ein Crowdworker arbeitet, in der entsprechenden SIMs genannt. Mehrere Plattformen werden also nicht zwingend als mehrere Gruppen in den SIMs aufgenommen. Neben der Einzelnennung werden sie in einer hierarchisch übergeordneten Kategorie («Plattformen» o.ä.) zusammengefasst oder eine besonders wichtige Plattform wird genannt, während die weniger wichtigen weggelassen werden.

Daneben wird eine indirekte Beziehung zur Plattform festgestellt, die sich durch die Identifikation mit Teams ergibt, die für die Auftragsabwicklung (formal) gebildet werden. Weitere soziale Gruppen, die indirekt mit der Plattform zu tun haben und in den SIMs vorkommen, sind Projektgruppen (zur Auftragsausführung) oder Serviceteams (Supportstellen der Plattform).

Im Hinblick auf die Forschungsfrage 1a wurden Rahmenbedingungen analysiert, die jeweils zusammen mit der Identifikation mit der Plattform (und Suborganisationseinheiten) auftauchen, d.h. von den interviewten Crowdworkern berichtet werden. Diese Rahmenbedingungen können als Hinweis dafür betrachtet werden, unter welchen Umständen eine Identifikation mit einer Plattform oder plattformnahen Gruppen begünstigt zustande kommen kann. Es handelt sich um eine Koinzidenz von Rahmenbedingung und berichteter Gruppenmitgliedschaft, nicht um den Nachweis eines kausalen Zusammenhangs von Einflussfaktoren und Identifikation. Eine zentrale Beobachtung ist, dass in mehreren Fällen die Plattform oder plattformnahe Gruppen (Projektgruppen/Testgruppen) wichtig sind, wenn gleichzeitig eine Kommunikationsmöglichkeit (Chat, E-Mail, Telefon) auf der Plattform besteht. Die interviewten Personen berichten von Kommunikationsmöglichkeiten zwischen verschiedenen Crowdworkern oder mit anderen Parteien (Auftraggeber, Helpdesk der Plattform). Eine Identifikation mit der Plattform oder mit plattformnahen Gruppen scheint dort vorzukommen, wo auch Kommunikationsmöglichkeiten berichtet werden.

Es lassen sich eine Reihe solcher «Kontextfaktoren» oder «Bedingungen» identifizieren, welche die Identifikation mit der Plattform oder plattformnaher Gruppen positiv beeinflussen könnten:

- der individuelle Auswahlprozess einer bestimmten Plattform unter vielen, für die man arbeiten möchte
- Qualifizierungsmassnahmen der Plattformen selber (z.B. Prüfung von Sprachkompetenzen), die einem den Zugang zu grösseren Aufträgen ermöglichen
- Kommunikationskanäle auf der Plattform für die Interaktion mit anderen Crowdworkern während der Auftragsabwicklung

- konkrete Ansprechpersonen auf den Plattformen (Support/Service-Teams), mit denen man sich bei Fragen direkt und ggf. persönlich in Verbindung setzen kann
- unterschiedliche Wahrnehmung vom Grad der Anonymität der Plattformarbeit (virtuelle Teams («Projektgruppen» vs. Einzeltätigkeit) und
- weitere Kontextfaktoren wie Intensität von Crowdwork, Arbeitsorganisation (Projektteams), Haupt- oder Nebentätigkeit, Arbeitseinstellung («Es ist nur ein Job»)

Ein weiterer Hinweis auf mögliche Bedingungen, unter denen eine Identifikation mit der Plattform zustande kommen kann, findet sich in den berichteten Umständen, unter denen die Crowdworker überhaupt zur Plattformarbeit gefunden hatten. Auch hier ist festzuhalten: Ob diese Beobachtungen tatsächlich als Ursachen (im Sinne eines kausalen Zusammenhangs) betrachtet werden können, kann hier nicht festgestellt werden und bedarf weiterer Untersuchungen. Deshalb wird von erhöhter Wahrscheinlichkeit gesprochen. In den Fällen, in denen die Identifikation mit der Plattform in den SIMs gegeben ist, konnte jeweils folgender Kontext («Bedingungen») beobachtet werden:

- Es liegt eine Identifikation vor, wenn die Intensität von Crowdwork einen gewissen zeitlichen Arbeitsanteil ausmacht und als positiv erlebt wird (z.B. Studierenden-Jobs).
- Plattformarbeit ermöglicht räumlich-zeitliche Flexibilität und dadurch – je nach Fall – das Führen eines alternativen Lebensstils, wie im Falle der digitalen Nomaden/innen.
- Crowdwork ist die einzig mögliche Einnahmequelle und eine unfreiwillige Tätigkeit (wenn auch die Identifikation mit der Plattform mit negativer Bedeutung gekoppelt ist).
- Crowdwork ist die einzige berufliche Tätigkeit, resp. die Plattform ist die einzige Organisation im Rahmen beruflicher Tätigkeiten.
- Crowdwork ist eine von vielen beruflichen Tätigkeiten und wird als Brot-Job betrachtet.

Die letzten beiden Aspekte widersprechen sich auf den ersten Blick. Dieser Widerspruch deutet darauf hin, dass andere Faktoren die Identifikation mit Plattformen beeinflussen dürften (z.B. die Erwartungshaltung zur Arbeitsbeziehung). Dem gegenüber stehen SIMs, die keine Identifikation mit Plattformen aufweisen. Damit verbunden ist häufig das Narrativ, die Plattform werde als Software oder nützliches Tool zur Auftragsbeschaffung verstanden. In Bezug auf die Identifikation mit der Plattform sind nicht alle Fälle gleichermassen eindeutig. Die Ergebnisse zeigen, dass in manchen Fällen eine ambivalente Bedeutung der Plattform mit widersprüchlichen Aussagen vorliegt. Solche ambivalenten Bedeutungen stehen auch im Zusammenhang mit der Konfliktbeziehung verschiedener Identitäten (Ergebnisse dazu folgen vertieft in Kapitel 10.3).

Auftraggeber spielen in gewissen SIMs in der Form eine Rolle, dass sie als Gruppe mehrerer Auftraggeber, als «berufliches Netzwerk» oder «Berufskontakte» auftauchen (Forschungsfrage 1b). Einzelne Auftraggeber als Identifikationsziel kommen in keinem Fall in den SIMs vor, selbst dann nicht, wenn über längere Zeit und häufiger, z.T. sogar von persönlichen Kontakten zu einem Auftraggeber (Beauftragung und Lieferung) berichtet wird. Die Konstanz der Arbeitsbezie-

hung in der Form scheint kaum eine Relevanz für die SIM zu haben. In den Fällen, wo Auftraggeber als Teil einer übergeordneten Gruppe vorkommen, ist ein Verständnis von selbständiger, unternehmerischer Tätigkeit festzustellen.

Dieses Ergebnis deutet inhaltlich bereits auf abstraktere soziale Gruppen hin: Crowdworker, welche sich als Selbständige, als Freelancer begreifen, scheinen eher einen Bezug zu Auftraggeber als zur Plattform zu haben, die in dem Moment «nur» den Kanal zur Auftragsbeschaffung darstellt. Die Auftraggeber werden in diesem Zusammenhang entsprechend als Kunden/innen bezeichnet. Somit kann bis hierhin festgehalten werden, dass die Bedeutung der Auftraggeber für die soziale Identität der Crowdworker mit der Bedeutung der Plattformen und des Berufs gekoppelt zu sein scheint.

9.2 Berufs- und Tätigkeitsgruppen im Crowdfunding

Neben den Organisationen des Crowdfundings wurde die Frage gestellt, ob «Crowdworker» als soziale Kategorie von den befragten Plattformarbeitenden verwendet und als wichtige soziale Gruppe erachtet wird, zu der man dazugehören möchte (Forschungsfrage 2a). Weiter geht es um die Bedeutung der beruflichen Tätigkeit für die soziale Identität (Forschungsfrage 2b). Und schliesslich befasst sich dieser Teil auch mit der Rolle der Virtualität von Crowdfunding, indem untersucht wird, ob im virtuellen Raum neue Gruppen/Communities entstehen, welche für die Crowdworker relevant sind (Forschungsfrage 2c).

9.2.1 Soziale Identität «Crowdworker»

Einige der untersuchten Fälle verwenden in den Erzählungen den Begriff «Crowdworker», in den Identitätskarten kommt er nur in einem Fall vor. Die Erläuterungen der befragten Personen machen aber deutlich, dass das Verständnis, was ein Crowdworker ist resp. was er/sie tut, recht unterschiedlich ist. Es gibt den Fall 15, der sich dieser Gruppe zuordnet. Diese Person ist zum Zeitpunkt des Interviews im Testing-Bereich auf Plattformen tätig:

«[...] auf jeden Fall ganz allgemein Crowdworker, also da sehe ich mich dann auch in einer Gemeinschaft mit anderen Leuten, die Software testen oder die Texte schreiben oder die ähnliches machen.» (Fall 15, Abs. 30).

Es wird ein breites Verständnis der Gruppe der Crowdworker deutlich, das über die von der Person selber ausgeführten Tätigkeiten hinausgeht. Der Begriff «Crowdfunding» ist für einige Personen neu (insbesondere Fall 14 und 18). Sie berichten, erst kürzlich diesen Begriff gelernt zu haben, z.B. auf einem Anlass von Plattformen oder von Gewerkschaften: «[...] da ist mir noch einmal klar geworden in welchem Bereich der Arbeitswelt ich mich eigentlich einordnen muss» (Fall 18, Abs. 46). Die meisten der interviewten Personen distanzieren sich von dieser Bezeichnung, z.B. aufgrund der Tätigkeit oder der Art, wie die Aufträge organisiert sind:

«Also im engeren Sinn unter Crowdwork würde ich wirklich viele Menschen verstehen, die an einem Projekt arbeiten. Nun ist es ja so, dass Texter normalerweise an vielen Projekten arbeiten und nicht an einem, sprich, jeder arbeitet an seinem und nicht, jeder arbeitet gemeinsam mit anderen Unbekannten oder Bekannten an einem Projekt» (Fall 07, Abs. 133).

«[...] mir ist nur wichtig dann immer zu unterscheiden, dass das [Crowdtesting] eben nichts zu tun hat mit diesem Clickworking und Lieferando und so, davon grenze ich mich ganz gerne ab, weil ich das halt auch etwas kritisch sehe» (Fall 20, Abs. 79).

In Fall 07 wird auf der Identitätskarte der Begriff «Texter (sic!)» verwendet. Wie das entsprechende Zitat zeigt, liegt eine Differenzierung zwischen Crowdworker und Texter/innen vor. Dies offensichtlich deshalb, weil unter Crowdwork eine spezifische Arbeitsform (Arbeitsorganisation) verstanden wird. Es handelt sich nach dem Verständnis der betreffenden Person um Aufgaben, die additiv/ summarisch durch die Beteiligung vieler (anonymer) Internet-User erledigt werden (häufig Microtasks), was bei den Texter/innen kaum der Fall ist (es gibt Ausnahmen: z.B. Produktebeschreibungen für Onlineshops). Geht es um umfassendere Texte, dann stellt die Tätigkeit höhere (Qualifikations-)Anforderungen an die Arbeitnehmenden als die Klickarbeiten eines Microworkers. Diese Unterschiede können zur Differenzierung der beiden Aufgabeformen führen.

Das zweite Zitat (Fall 20) ist dem vorangehenden ähnlich. «Crowdworker» passt an der Stelle für die Person als Gruppe nicht, die Vielfalt der Crowdworker-Tätigkeiten ist gemäss ihrer Erzählung zu gross. Und es scheint innerhalb der Plattformarbeit Tätigkeiten zu geben, von denen man sich abgrenzen möchte. Angesprochen werden hier suboptimale Arbeitsbedingungen bei Clickwork oder bei den Lieferdiensten, die sich über Plattformen organisieren. Daneben wird in weiteren Fällen auch grundsätzliche Kritik am Modell der Zerteilung von Aufgaben geäussert:

«Also ich sehe den Begriff eher negativ, oder mal eher negativ, ja doch, als es da im Prinzip auf die Crowd und nicht auf den Einzelnen darauf ankommt, es wird halt verteilt, rausgeworfen und es wird irgendwie dann, irgendwer arbeitet dann daran, dann hat man ein Ergebnis, weil so läuft es – so läuft es zwar eigentlich nicht, weil nach wie vor sitzen da Menschen daran, und die arbeiten» (Fall 03, Abs. 185).

Die in diesem Zitat geäusserte Kritik bezieht sich neben der Zerstückelung von Aufgaben auf die Anonymität der Auftragsvermittlung und den Aspekt, dass Einzelleistungen nicht viel zählen, wenn die Gruppe aller beteiligter Arbeitnehmenden genügend gross ist, um den Auftrag zu bewältigen. Ungeachtet vom Prozedere der Aufgabenverteilung seien es dann aber eben immer Menschen, welche die Aufgaben erledigen.

Die Differenzierung zwischen den Tätigkeiten von Crowdwork, wie z.B. «Texte schreiben» und «Klickarbeit verrichten», nimmt die Person aus Fall 03 bei sich selber vor. Sie übt beide Tätigkeiten aus und führt in der Identitätskarte separate soziale Gruppen auf: eine Gruppe der «Plattform-Autoren» und eine der «Rater» (jene, welche als Tätigkeit Produkte, Aussagen, Beschreibungen etc. bewerten). Mit «Plattformautoren» sind alle Autoren/innen gemeint, die für Internetunternehmen schreiben. Beide Gruppenbezeichnungen sind näher an der Tätigkeit orientiert als an der übergeordneten Kategorie «Crowdworker».

Die Fälle aus dem Testing-Bereich differenzieren sich zuweilen aus ähnlichen Gründen von der allgemeinen Kategorie der Crowdworker. So wird in diesem Bereich z.B. mit dem Begriff Crowd-Testing bereits eine Abgrenzung von anderen Crowdwork-Formen vorgenommen. Die Tätigkeit scheint eine differenzierende Rolle bei der Beschreibung der Gruppenmitgliedschaften zu spielen. Der Begriff Crowdwork ist dabei nicht immer genügend, zumal er als breit und unspezifisch wahrgenommen wird, negativ konnotiert ist (weniger anspruchsvolle Aufgabe, Zerstückelung von Aufgaben, Anonymität) oder mit einer spezifischen Crowdworking-Arbeitsorganisation (Verrichtung additiver Aufgaben in einem grösseren Projekt) assoziiert wird. Des Weiteren scheint der Begriff als solcher häufig nicht bekannt zu sein. Die Gruppen mit Tester/innen oder Texter/innen zu bezeichnen, scheint unter diesen Umständen für die interviewten Personen treffender.

Die Identitätskarten zeigen, dass auch für eben diese Gruppen unterschiedliche Bezeichnungen (auf unterschiedlichem Abstraktionslevel) verwendet werden. Die Gruppen, welche sich an der Tätigkeit orientieren, kommen alleine oder gar in Kombination mit der Gruppe der «Crowdworker» in den Netzwerken vor. Texter/innen und Tester/innen sind vom Verständnis her enger an die Plattfortmätigkeit geknüpft, d.h. mit Texter/innen wird angezeigt, dass es um eine Gruppe von Arbeitenden geht, welche über online Plattformen Texte verfassen, z.T. wird von «Gebrauchstexten» (Produktebeschreibungen, Reiseberichte usw.) gesprochen.

«Dann sage ich immer „ja alles was Sie im Internet lesen“ sage ich „das haben wir geschrieben, wir Texter!“, wenn es nicht die Leute selbst gemacht haben»

(Fall 14, Abs. 35).

Das Zitat aus Fall 14 verdeutlicht die Identifikation der betreffenden Person mit der Gruppe der Texter/innen. Es kann davon ausgegangen werden, dass sich die Bezeichnung Texter/innen eben auf die über Plattform arbeitenden Personen bezieht, welche eine Vielzahl dieser Texte, Produktebeschreibungen, Blogs etc. schreiben. Analog zu den Textern/innen steht Tester/in oder «Crowd-Tester» (Fall 20) oder «Tester auf Plattform» (Fall 24) für ebendiese Testing-Aktivität (Apps/Software testen). Es wird zudem auch eine Differenzierung zu verwandten oder ähnlichen Berufsgruppen vorgenommen, z.B. Texter/in vs. Journalist/in oder Tester/in vs. Informatiker/in (vgl. Kapitel 9.2.2).

In den allermeisten Identitätskarten der untersuchten Fälle kommt eine soziale Gruppe vor, die sich an der konkreten Tätigkeit orientiert und leicht variierte Begriffe verwendet. Die Bezeichnungen zielen mitunter auf eine Abgrenzung von ähnlichen, verwandten Gruppen ab. In Fall 12 wird die entsprechende Gruppe z.B. als «freie Texter» bezeichnet. Frei bedeutet hier, nicht angestellt zu sein und eben frei entscheiden zu können, ob man einen Auftrag annimmt oder nicht. Weitere Bezeichnungen sind: «Autoren» (Fall 07: im Sinne von Belletristik) resp. «Plattform-Autoren» (Fall 09, 03), «professionelle Texter» (Fall 14), «anonyme Texter» (Fälle 09 und 17), «Texter, die Gebrauchstexte schreiben» (Fall 17). Es gibt auch SIMs, in welchen keine in diesem Sinne an der Tätigkeit orientierte Gruppen enthalten sind (Fall 13).

9.2.2 Berufsgruppen (Tätigkeiten) als Identifikationsziel

Die hier referenzierte Forschungsfrage adressiert die Berufe, die mit den Crowdworker-Tätigkeiten verwandt (oder übergeordnet) sind, so z.B. Journalisten/innen oder Autoren/innen (mit Texter/innen) bzw. Informatiker/innen (mit Tester/innen). In den Interviews konnte festgestellt werden, dass diese verwandten Berufe eine Rolle in der SIM spielen, dass aber gleichzeitig auch differenziert wird zwischen der Tätigkeit und ebendiesen verwandten Berufen, d.h. dass es sich in einigen Fällen um zwei verschiedene soziale Gruppen handelt. Zudem wird auch zwischen Crowdwork als Überbegriff und der expliziten Tätigkeit des Texte-Schreibens oder Tests-Durchführens unterschieden, was oben bereits gezeigt wurde. In Abbildung 12 werden diese Abgrenzungen von sozialen Gruppenmitgliedschaften dargestellt. Die Arbeitstätigkeit der interviewten Personen korrespondiert mit Gruppen auf unterschiedlichem Abstraktionslevel. In einigen Fällen werden bei der Entwicklung der Identitätskarte auch Berufsgruppen ohne Bezug zu einer Crowdworking-Tätigkeit genannt. Diese Gruppen stehen in einem etwas anderen Kontext zu Crowdwork und werden später im Kapitel 9.3, wenn es um die Heterogenität der Arbeitswelt geht, beschrieben. In den nun folgenden beiden Abschnitten geht es um die in Abbildung 12 dargestellte Differenzierung der Berufsgruppen, zum einen differenziert durch die Tätigkeit und zum anderen durch die Bedeutung der Gruppen für die interviewten Personen.

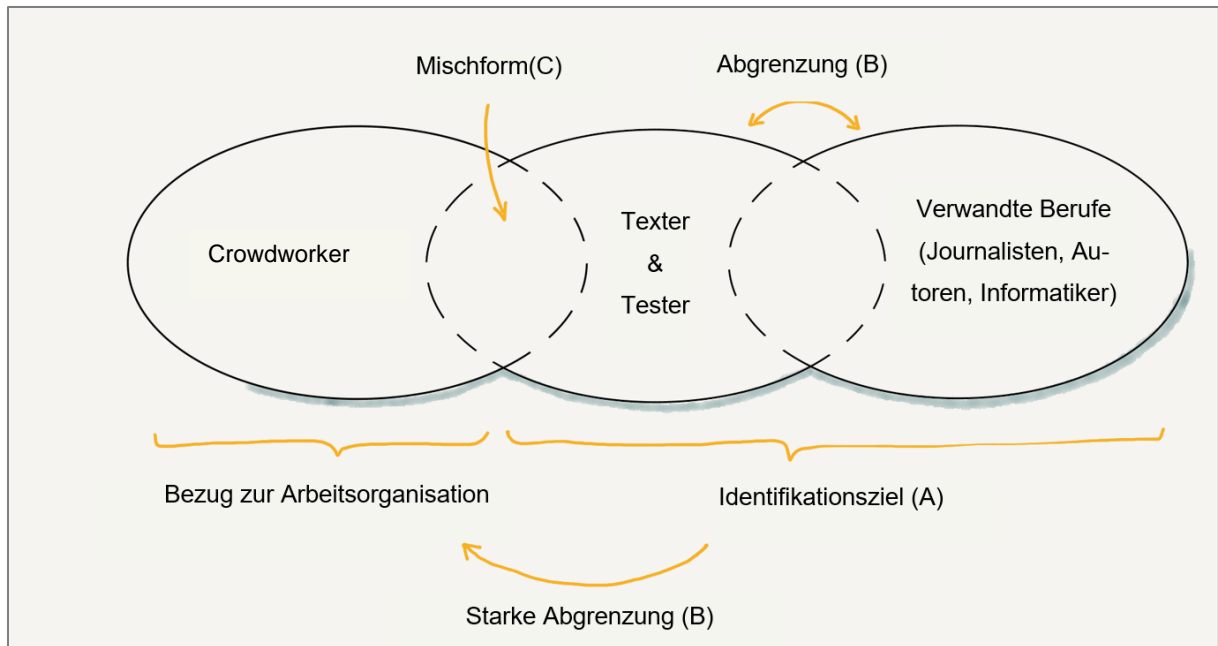


Abbildung 12: Differenzierung sozialer Gruppen im Kontext von Arbeitsform, Beruf und Tätigkeit. Anmerkungen: (A) Als wichtige Identifikationsziele können die beiden rechten Kategorien bezeichnet werden. (B) Die einzelnen Gruppen werden unterschiedlich stark voneinander abgegrenzt (z.B. Journalisten/innen und Texter/innen oder Tester/innen und Crowdworker). (C) Zwischen den in Kreisen dargestellten Hauptformen kommen auch Mischformen vor.

Berufsgruppe und Crowdwork: Differenzierung durch Tätigkeit

Eine Zuordnung zu professionellen Berufsgruppen wird in gewissen Fällen vorgenommen, in anderen nicht. Unabhängig davon differenzieren die interviewten Crowdworker zwischen der verwandten Berufsgruppe und jener Gruppe, der sie sich aufgrund ihrer Tätigkeit zugehörig fühlen. Das heisst, es wird eine Verortung der jeweils eigenen Gruppen vorgenommen und in Bezug zu anderen «verwandten» Gruppen gesetzt (denen man sich auch zuteilt, oder die dann eine Out-Group darstellen).

Die Gruppenzugehörigkeit im Bereich der Autoren/innen wird durch die Art des Textes, der geschrieben wird, bestimmt. Bestimmendes Element ist, ob man für eine Plattform oder für einen Plattform-externen Auftraggeber schreibt. Die Anforderungen an die Texte der Plattform scheinen im Empfinden einiger Crowdworker nicht so hoch zu sein wie bei journalistischen Aufträgen. Dieses Verständnis zeigt sich im folgenden Zitat:

«[...] bei dem Crowdworking, das läuft jetzt relativ stark auf einer anonymisier-
ten Basis ab. Und das können Sie recht gut mit solchen Texten, in der Regel
sind das ja Kurztex-te, abwickeln. Wenn Sie als Fachautor oder Redakteur oder
journalistisch tätig sind, dann benötigen Sie intensiveren Austausch, auch eine
intensivere Kommunikation und das finde ich lässt sich dann zum Beispiel mit

so einer Plattform [anonymisiert] nur noch sehr schwierig abwickeln, ja?»
(Fall 04, Abs. 95).

Als Beispiel für einen Auftrag mit höheren Anforderungen wird die Tätigkeit von Journalisten/innen, Fachautoren/innen oder Redakteuren/innen genannt, die zunächst in ihrer Beschreibung noch recht unspezifisch bleibt. Aus Sicht der interviewten Personen werden solche komplexeren Aufträge eher selten über Crowdsourcing-Plattformen nachgefragt, zumal die gegenseitige Absprache von Auftraggeber und Texter/in unerlässlich wäre, über die Plattform aber nicht möglich ist.

Die Gruppe der Tester/innen wird als eigene Gruppe des Crowdworkings begriffen. Zwischen Crowdwork und Testing wird, vergleichbar mit der Gruppe der Texter/innen, differenziert. Diese Differenzierung kommt durch die Arbeitsform oder aber die Tätigkeit zu Stande, wie oben bereits beschrieben wurde (vgl. Abbildung 12). Es ist auch eine Distanzierung von Testern/innen und Informatikern/innen aufgrund der Tätigkeiten und Kompetenzen festzustellen. Ein/e Tester/in muss für die Aufträge auf der Plattform in der Regel keine Programmierkenntnisse vorweisen. Die Tests von Apps, Web-Shops etc. durchzuführen, erfordert andere Kompetenzen. Programmierkenntnisse werden hingegen dem Berufsbild der Informatik zugeordnet.

«Ich bin auch kein Informatiker und, das ist auch das Gute, man braucht in der Hinsicht kein Programmierwissen oder ähnliches. Die meisten Plattformen, auf denen ich war, bieten zumindest in irgendeiner Form einen Überblick über das Testen an» (Fall 24, Abs. 137).

Und darüber hinaus bieten Plattformen Einführungen in die verschiedenen Formen des Testings an. Es gibt Testing-Aufträge, die Programmierkenntnisse erfordern. So finden sich unter den Testern/innen auch Informatiker/innen, die sich als solches beschreiben (Fall 15, 22). Gleichwohl unterscheiden die untersuchten Fälle auch hier zwischen der Gruppe der Informatiker/innen und der Gruppe der Tester/innen. Die beiden Gruppen ergänzten sich gut, da die betreffende Person vom Knowhow als IT-Spezialistin bei den Aufträgen als Crowdworker profitieren konnte (Fall, 15).

Die formale Ausbildung und die Erfahrung scheinen eine bedeutende aber jeweils unterschiedliche Rolle für die Selbstkategorisierung zur Gruppe der Informatiker/innen zu spielen. Die Zuordnung zu dieser Gruppe findet zuweilen statt aufgrund der langen Erfahrung und ohne Ausbildung (Fall 15) oder aber es liegt trotz mehrjähriger Erfahrung in der IT keine solche Gruppenmitgliedschaft vor, weil keine formale Berufsausbildung (Studium) in Informatik absolviert wurde.

Tätigkeit als Berufung

Neben der Differenzierung der Arbeitskomplexität (oder Anforderungen der Aufträge) wird die Zugehörigkeit zu entsprechenden Berufsgruppen aufgrund der persönlichen Bedeutung der Tätigkeit vorgenommen. Im Falle der Texter/innen wird Schreiben mitunter als Leidenschaft und Berufung bezeichnet (Fall 07 und 10). Entsprechend wird auch die Gruppenzuteilung vorgenommen. Während das «Schreiben für Geld» sich eher auf die Plattformaufträge bezieht, sind andere

Texte (z.B. Kurzgeschichten) als Ergebnis intrinsisch motivierten Handelns zu verstehen. Entsprechend erfolgt eine Zuteilung zur Gruppe der Texter/innen, wenn es um Plattformaufträge geht und zur Gruppe der Autoren/innen, wenn es sich um das leidenschaftliche Schreiben handelt. Nicht immer findet eine Differenzierung zwischen Pflicht und Kür des Schreibens im Hinblick auf die beiden Gruppen statt. Eine persönlich hohe Bedeutung des Schreibens kann auch heißen, dass gerade die Vielfalt unterschiedlicher Textarten und Inhalte als interessant und bereichernd betrachtet wird:

«[...] es ist nicht nur ein Beruf für mich, es ist eine Berufung, ich liebe die Themen zum grossen Teil, also ich bin mittlerweile Gott sei Dank in der Lage, auch Themen ziemlich zu steuern, ich liebe die Themen, es interessiert mich brennend, ich lerne gerne dazu (lachend: es trainiert meinen Geist). Ja, das sind alles Aspekte die mir unglaublich wichtig sind, es ist sehr abwechslungsreich, ich schreibe von der Bedienungsanleitung bis zu der politischen Abhandlung alles Mögliche» (Fall 10, Abs. 235).

Die Gruppe, der sich die Person aus diesem Zitat zugehörig fühlt, wird als «Schreibende Zunft» bezeichnet. Es ist eine sehr umfassende Gruppe, dazu gehören alle, die Texte schreiben, ungeachtet der Art der Texte (Blogs, Reiseberichte, Betriebsanleitungen, Produktebeschreibungen, Abhandlungen). In dieser Hinsicht spielt es auch keine Rolle, ob die Aufträge über eine Plattform oder über andere Auftraggeber akquiriert werden (entsprechend liegt in diesem Fall auch keine Identifikation mit der Plattform vor).

9.2.3 Online Communities

Im Hinblick auf die Forschungsfrage 2c kann festgestellt werden, dass keine Gruppen im Sinne von online Communities genannt werden. Keine der SIM enthält eine entsprechende Gruppe. In einzelnen Erzählungen tauchen Hinweise zu Communities auf, die aber dann in einem gewissen Widerspruch zu den Berichten aller anderer untersuchten Fällen stehen:

«Cool ist bei den Plattformen, dass man immer wieder mit innovativen Dingen in Berührung kommt, und dass es teilweise je nach Plattform schöne Communities gibt, wo man Kontakte knüpfen kann, also Arbeitskontakte knüpfen kann und einfach mal mit anderen Menschen zu tun hat» (Fall 22, Abs. 146).

Im vorliegenden Fall spricht die interviewte Person über potentielle Möglichkeiten von Plattformen, selber fühlt sie sich aber keiner virtuellen Community zugehörig. Insgesamt konnte kein Fall gefunden werden, in dem auf der SIM eine Community, wie im Zitat beschrieben, eingezeichnet wird. Das Zitat zeigt, dass zwar Erwartungen an die Existenz solcher Communities vorhanden sind. Für die hier untersuchten Fälle scheinen virtuelle Communities als soziale Gruppe jedoch nicht relevant zu sein. Es gibt Hinweise, dass insbesondere im Testing-Bereich vereinzelt durch

den Austausch während der Tests Kontakte zwischen Tester/innen entstanden sind. Auch Texter/innen finden sich zuweilen über andere Kommunikationskanäle und tauschen sich aus. Dass sich aber ein Zugehörigkeitsgefühl zu einer Community einstellen würde, kann nicht festgestellt werden.

9.2.4 *Zwischenfazit zu Berufs- und Tätigkeitsgruppen im Crowdworking*

Im Hinblick auf die Forschungsfrage 2a kann festgestellt werden, dass Crowdwork kaum als übergeordnete Kategorie der Tätigkeit oder als Beruf verstanden wird, womit man sich identifizieren würde, sondern öfters als Art der Arbeitsorganisation (viele anonyme User arbeiten an einem Projekt in Einzelarbeit) und ggf. als Art der Tätigkeit selber. In letzteren Fällen wird auf die Abgrenzung von Microwork verwiesen, eine Form von Crowdwork, die sich durch einfachste Routinetätigkeiten auszeichnet (s. Kapitel 2.3.3). Insofern ist bei den meisten Fällen die Gruppe der Crowdworker (als large-scale Gruppe) für die soziale Identität kaum relevant, d.h. mit Ausnahme des Falles 15 kann kaum von einem übergeordneten Verständnis als Crowdworker gesprochen werden. Dieser weite Begriff ist in einigen Fällen unbekannt, scheint negativ konnotiert zu sein (weil er z.B. in der Tagespresse ein negatives Image erfahren hat) oder für eine bestimmte Form der Arbeitsorganisation verwendet zu werden, die nicht auf die Tätigkeiten der untersuchten Fälle zutrifft. Bei den Testern/innen ist darauf hinzuweisen, dass es – mit Fokus auf die sozialen Identitäten im Kontext des Berufs/beruflicher Tätigkeiten – Fälle gibt, die exklusiv Gruppen aus dem Testing-Bereich aufgeführt haben und diese Tätigkeiten ihre aktuell einzige Berufsaktivität ist. Dort liegt eine abstrakte Form der Gruppenzugehörigkeit innerhalb des Testings vor.

Relevanter als eine übergeordnete soziale Kategorie scheinen die Tätigkeiten zu sein (Forschungsfrage 2b). Es werden Gruppen genannt, die sich direkt auf eine bestimmte Plattformarbeit beziehen (Texting/Testing). Des Weiteren kommen Berufsgruppen vor, die mit den spezifischen Tätigkeiten auf den Plattformen verwandt sind (Journalisten/innen, Informatiker/innen, z.T. auch Texter/innen). Die mit der Tätigkeit der Crowdworker verbundenen sozialen Gruppen werden sowohl von den verwandten Berufsgruppen (Informatiker/innen, Journalisten/innen) als auch von der übergeordneten Kategorie der Crowdworker abgegrenzt. Dem gegenüber stehen einzelne Fälle, in denen keine Abgrenzung, sondern eher eine Überlagerung im Sinne von «einschliessend» vorliegt (z.B. Fall 10: «Schreiben als Berufung» und «Schreibende Zunft»). Relevante soziale Gruppenmitgliedschaften sind diesbezüglich vorwiegend die tätigkeitsbezogenen Gruppen.

Online Communities kommen in Form von sozialen Gruppen in den SIMs keine vor (Forschungsfrage 2c). Einzelkontakte zu anderen Crowdworkern werden berichtet, aber nicht im Sinne einer Community auf Plattformen oder sozialen Netzwerken. Hier zu erwähnen sind die virtuellen Teams auf der Testing-Plattform, die allerdings stets an einen Auftrag geknüpft sind, d.h. dass ausserhalb der Aufträge kein Kontakt mit anderen Testern/innen aufgenommen werden kann. Diese virtuellen Teams wechseln ihre Mitglieder (gesteuert durch die Auftragsvergabe durch die Plattform). Gleichwohl teilen sich die Tester/innen selber diesen Gruppen (Projektgruppen) zu,

und es ist auch eine wiederkehrende Zusammenarbeit über verschiedene Tests hinweg mit denselben Testern/innen möglich. Dies wird in den Interviews als Motiv für die Teilnahme an einem Testlauf angesprochen.

9.3 Heterogene Arbeitswelt: Multiple soziale Identitäten im Bereich Arbeit

Das Thema der heterogenen Arbeitswelt wird entlang von drei Forschungsfragen untersucht. Zunächst folgen die Ergebnisse zu den einzelnen Gruppen. Hierzu gehören multiple Arbeitsbeziehungen als Identität (Forschungsfrage 3a) und soziale Identitäten aus anderen Berufsgruppen ausserhalb von Crowdwork (Forschungsfrage 3b). Darauf folgend werden Ergebnisse zur Struktur der sozialen Identitätskarten hinsichtlich der Heterogenität der arbeitsbezogenen Identitäten beschrieben (Forschungsfrage 3c).

9.3.1 Multiple Arbeitsbeziehungen und soziale Identitäten

Multiple Arbeitsbeziehungen als Teil der Identität können in einzelnen sozialen Gruppen in der SIM oder in der Konstitution der Netzwerkkarten enthalten sein. Ersteres bezieht sich auf Gruppen, zu denen multiple Arbeitsbeziehungen dazugehören, wie z.B. Freelancer oder Selbständige. Es sind Gruppen, die sich in der Bezeichnung auf die Arbeitsform beziehen. Die Arbeitsform taucht in zahlreichen Fällen in den Identitätskarten als soziale Gruppe auf. In Tabelle 5 werden die verschiedenen Bedeutungen und Darstellungsweisen der entsprechenden Gruppen zusammengefasst. Es werden Gruppen wie Selbständige, Freelancer oder digitale Nomaden/innen genannt. In vier weiteren Fällen kommen die Begriffe Freelancer oder Selbständige zwar im Narrativ vor, bilden sich aber nicht auf der SIM ab. Hier wird die Selbständigkeit als sog. *Rahmenkonzept* beschrieben, um den Unterschied zu den gleichnamigen Gruppen der «Selbständigen» zu verdeutlichen. Es wird nun über die gefundenen Darstellungsformen berichtet.

Tabelle 5: Bedeutung und Darstellung der Arbeitsform in den SIMs.

Multiple Arbeitsbeziehungen & Arbeitsform	Darstellungsformen (Bezeichnung der sozialen Identität & im Narrativ)	Beschreibung und Bezug zur SIM
Identifikation mit Arbeitsform	<ul style="list-style-type: none"> – Selbständige Fälle: 02, 04, 17 	<ul style="list-style-type: none"> – Abgrenzung von Personen im Angestelltenverhältnis – Vergleich (Texter/innen) mit der Arbeitsform der Künstler/innen, Musiker/innen, Schriftsteller/innen – Arbeitslos/CV-Bruch, unfreiwillige Selbständigkeit – <i>Spezifische Gruppe in der SIM</i>
	<ul style="list-style-type: none"> – Freelancer Fälle: 13, 14 	<ul style="list-style-type: none"> – Freiberufler & Freelancer – Ist eine Variation von «Selbständig», inhaltlich keine Unterschiede feststellbar – <i>Spezifische Gruppe in der SIM</i>
	<ul style="list-style-type: none"> – Digitale Nomaden/innen Fälle: 11 	<ul style="list-style-type: none"> – Starkes Unabhängigkeits- und Freiheitsbedürfnis bezüglich Arbeit und Lebensstil – Unternehmertum – <i>Spezifische Gruppe in der SIM</i> «digitale Nomaden/innen», «Entrepreneure»
Selbständigkeit als Rahmenkonzept	<ul style="list-style-type: none"> – Nur im Narrativ: <ul style="list-style-type: none"> ○ «Eigene kleine Firma» (Dienstleister und Auftraggeber als Gruppen in der SIM) ○ Allrounder, Freiberufler, Selbständige Fälle: 04, 10, 16, 20 	<ul style="list-style-type: none"> – Indirekte Darstellung oder «Beschreibung» des gesamten Netzwerks <i>ohne spezifische Gruppe in der SIM</i>

Selbständige & Freelancer

Es findet sich in einigen SIMs eine Gruppe der «Selbständigen». Auch hier gilt, dass diese Bezeichnung mit unterschiedlichen Bedeutungen in Verbindung gebracht wird. Es geht in der einen Ausprägung darum, sich Menschen verbunden zu fühlen, die sog. «frei arbeiten», sich ihre Zeit frei einteilen können und einen ähnlich grossen Handlungsspielraum haben. So berichtet die Person aus Fall 02:

«Weil jemand, der von 9 bis 5 im Büro sitzt und immer arbeiten muss, also wann es der Chef vorschreibt, hat ein anderes Leben als ich hier. [...] Und wenn ich dann Freunde habe, die als Künstler irgendwo arbeiten, dann fühle ich mich eher denen verbunden» (Fall 02, Abs. 75-77).

Die Zugehörigkeit zur Gruppe der Selbständigen wird in diesem Fall durch Abgrenzung von konventionellen Angestelltenverhältnissen beschrieben, nicht angestellt und nicht abhängig zu sein von einer vorgesetzten Person, die «einem pikiert» (Fall 02, Abs. 285). Als Beispiel für diese Selbständigen werden Künstler/innen genannt. Damit sind Musiker/innen oder Schriftsteller/innen gemeint, die wie die Person aus Fall 02, auch ganz anders arbeiten würden.

Die soziale Gruppenmitgliedschaft der Selbständigen taucht auch in einer unfreiwilligen, nicht selber gewählten Lebenssituationen auf. Beispiele hierfür sind Arbeitslosigkeit und chronische Krankheiten. Exemplarisch sei hier der Fall 17 genannt: Die betreffende Person arbeitet als Texterin auf verschiedenen Plattformen und ordnet diese Tätigkeit der Gruppe der Selbständigen zu. Aufgrund eines fehlenden Anstellungsvertrags und minimaler Arbeitsintensität (weniger als 15 Std. pro Woche) hält sie einen formalen Arbeitslosenstatus aufrecht und bezieht staatliche Arbeitslosengelder. Die Person ordnet sich selber aber nicht der Gruppe der Arbeitslosen zu: «Ne, ich habe doch Arbeit, ich bin selbständig» (Fall 17, Abs. 96). Die Bedeutung des Selbständig- und Unabhängig-Seins steht hier im Zusammenhang mit Brüchen im Lebenslauf, die bereits mehrmals zu Neuorientierungen führten. Crowdwork scheint in diesem Fall einen minimalen Handlungsspielraum zu schaffen, ein Gefühl der Selbständigkeit und nicht der Arbeitslosigkeit.

Nahe am Verständnis der «Selbständigen» ist die soziale Identität der «Freelancer» oder «Freiberufler» (Fall 13). So wie die Gruppenmitgliedschaft bei den interviewten Personen verstanden wird, geht es dabei um eine Gruppe von Menschen, die «eigene Arbeitsprojekte» umsetzen. Die Aufträge über eine Onlineplattform zählen genauso dazu wie «Projekte», die auf Anregung des Freelancers entstehen. Oder aber es geht um journalistische Aufträge, bei denen die Auftraggeber vom Freelancer auf die Plattform geholt wurden, weil so die administrativen Arbeiten in der Auftragsabwicklung entfallen:

«[...] es werden auch von meiner Seite Projekte angeregt, die wir dann gemeinsam umsetzen. So, das kommt nicht nur von oben herab, sondern eben auch manchmal von unten nach oben» (Fall 13, Abs. 64).

Verglichen mit dem bisher beschriebenen, liegt in diesem Zitat in der erwähnten kooperativen Art der Zusammenarbeit ein neuer Aspekt. Projekte werden von beiden Seiten angeregt. In Fall 13 enthält die Gruppe der «Freelancer» noch weitere Bedeutungen: Es geht darum, räumlich flexibel zu sein und mobil arbeiten zu können. Viel und längere Zeit unterwegs zu sein (z.B. 2 Jahre im Ausland) wird als Unabhängigkeit empfunden. Was die Bezeichnung der Selbständigen betrifft, dürfte in den untersuchten Fällen auch für Freelancer gelten. Wie die Gruppen «Freelancer» sind auch die «Digitalen Nomaden/innen» von der Bedeutung her den Selbständigen nahe, scheinen aber noch stärker entkoppelt von organisationalen Rahmenbedingungen und unabhängig von einem bestimmten Arbeitsort zu sein, wie im folgenden Abschnitt beschrieben wird.

Digitale Nomaden/innen

Eine weitere Variation der selbständigen Arbeitsform ist die der «Digitalen Nomaden/innen». Es handelt sich dabei um eine Gruppe von Menschen, welche die räumlich-zeitliche Unabhängigkeit virtuellen Arbeitens nutzen, um von wechselnden, beliebigen Orten aus Aufträge auszuführen. Fall 11 wählt die soziale Gruppe der Digitalen Nomaden/innen für seine Identitätskarte. Die Reisetätigkeit hat hier zentrale Bedeutung, meist führt diese Reise in Länder mit tiefen Lebenskosten (und hoher Lebensqualität). Die Person aus Fall 11 ist denn auch vor einigen Monaten in ein ost-europäisches Land ausgewandert, um die täglichen Auslagen möglichst tief zu halten. Die Kategorie der digitalen Nomaden/innen wird in diesem Fall stark mit dem Aspekt des «Selbständigseins» (ohne dass auf der Identitätskarte eine Gruppe der Selbständigen vorkommen würde) und dem Unternehmertum (Entrepreneurship) in Verbindung gebracht. Aktivitäten, Projekte, die aus eigener Kraft lanciert werden, ohne Auftrag von aussen als Ausgangspunkt. Die Aufträge via Plattform sind in diesem Fall ein Bereich von mehreren diversen virtuellen Tätigkeiten (Blogs schreiben, Trading, Marketingprojekte, Design usw. kommen dazu):

«[...] das restliche, was ich mache, ist wirklich nur von mir, also da habe ich keinen Auftraggeber, da nehme ich quasi mein Glück selbst in die Hand, ich erstelle die Webseiten, WordPress alles selber, mache das Design komplett alles selber und schreibe die Beiträge selber und ja, das läuft dann wirklich nur von mir aus» (Fall 11, Abs. 20).

Unabhängig von den Tätigkeiten scheint die erfahrene Freiheit und Selbstbestimmung in diesem Fall ein zentrales Moment zu sein. Diese Freiheit wird in den Erzählungen auch durch den Vergleich mit konventionellen Arbeitsformen beschrieben, die als Gegensatz dargestellt werden, als Einschränkung der Freiheit. Selbst die Crowdworker-Tätigkeit auf der Texting-Plattform wird als suboptimal betrachtet. Daher besteht das Ziel, zukünftig noch weniger für diese Plattform zu arbeiten, und mehr in die eigenen Projekte zu investieren. Gleichwohl kann in diesem konkreten Fall des digitalen Nomaden dank der Plattform überhaupt erst das nötige Einkommen für diese Lebensform generiert werden. Die Plattformarbeit stellt hierfür möglicherweise eine Idealform von Arbeiten mit möglichst grosser Flexibilität dar.

Selbständigkeit als Rahmenkonzept

In einigen Fällen wird in den Erzählungen von Selbständigkeit berichtet, ohne dass in der Identitätskarte eine Gruppe von Selbständigen vorliegen würde. Die Selbständigkeit sei vielmehr durch die Plattformarbeit gegeben, da kein Anstellungsvertrag vorliege (Fall 20). Selbständigkeit kann hier einerseits als Eigenschaft, resp. als personale Identität verstanden werden. Oder, die Selbständigkeit wird als sog. Rahmenkonzept begriffen, quasi als Überbegriff oder Titel des Identitätsnetzwerkes gewisser Crowdworker. In diese Richtung geht die Bedeutung der Selbständigkeit in Fall 16, in dem die Person sich selber als «Allrounder» beschreibt. Das sei nicht eine eigene soziale Gruppe, sondern vielmehr alle aufgezählten Gruppen zusammen, ein Kreis um alle anderen Gruppen im Netzwerk herum.

«Ich bin im IT-Bereich. Selbstständig im IT-Bereich, Freiberufler.[...] Also ich würde mal sagen, ich sehe mich generell immer oder beschreibe mich als Allrounder, jemand, der alles anpackt. Deswegen hat man irgendwo so da die Bereiche, die für sich gesehen eigentlich alle komplett verschieden sind. [...] [...] Das wäre ein grosser Kreis rundherum, wo man alles hinein packen würde [...] Also ich würde das jetzt eben nicht als verschiedene Gruppen sehen, weil die drei Dinge sind ja ein Teil davon, oder die drei Teile machen ja gerade dieses Allround aus. Und unter Allround kommt ja dann noch hinzu „ausserberufliches Engagement“ und so weiter» (Fall 16, Abs. 52-58).

Dem Begriff Allrounder im Zitat ist die Verschiedenartigkeit der Tätigkeiten und Arbeitsbeziehungen inhärent. Es kommt in drei Bereichen zum Ausdruck, dass diese alle «komplett verschieden» seien. Die drei Gruppen, die im Zitat aufgeführt werden (Testbirds/Plattform, «IT-Kunden vor Ort», «Kurier»), würden es gerade ausmachen, dass er Allrounder sei. Auch ausserhalb der Arbeit verwendet diese Person die Bezeichnung. Vergleichbar mit dem Fall 02 geht es auch hier um die Unabhängigkeit von einer Anstellung und darum, nicht von aussen gesteuert zu sein.

Eine weitere Variation der Selbständigkeit ist die der «eigenen kleinen Firma». Selbständig bedeutet hier: es liegt nicht nur keine Anstellung vor, sondern ein Verständnis davon, eine kleine Unternehmung zu sein. Es wird keine Gruppe der Selbständigen im Netzwerk genannt. In Fall 10 werden an der Stelle allerdings zwei Gruppen ins Netzwerk eingeführt, die der «Auftraggeber» und jene der «Dienstleister». Es geht dabei um Akteure, mit denen im Rahmen der eigenen Unternehmung regelmässig zusammengearbeitet wird. Dort bildet sich ein kleines Netzwerk, eine kleine eigene Infrastruktur an Dienstleistungen:

«Wenn ich als Angestellter in einer Firma arbeite, dann habe ich halt eine Telefonistin am Empfang sitzen, dann habe ich eine Sekretärin [...] also habe ich alles im Gebäude parat. Steuerabteilung, Lohnbuchhaltung, was man halt so

hat in so einer Firma, ja? [...] Und ich selbst bilde mir halt durch mein Netzwerk meine eigene Infrastruktur um mich herum, die ich halt brauche» (Fall 10, Abs. 48-50).

Auch die Plattform wird als Teil dieses Netzwerks bzw. Infrastruktur gesehen, als Kanal, auf dem man zu Aufträgen kommen kann (s. Kapitel 9.1.1). Crowdwork als Arbeitsform ist also innerhalb dieser Gruppen integriert und wird als Kanal betrachtet (Abbildung 13). Diese Art der Identität wird mit Berufsgruppen ergänzt, gemeint sind Texter/innen, Tester/innen oder wie im beschriebenen Fall die «Schreibende Zunft» (s. Kapitel 9.2.1).

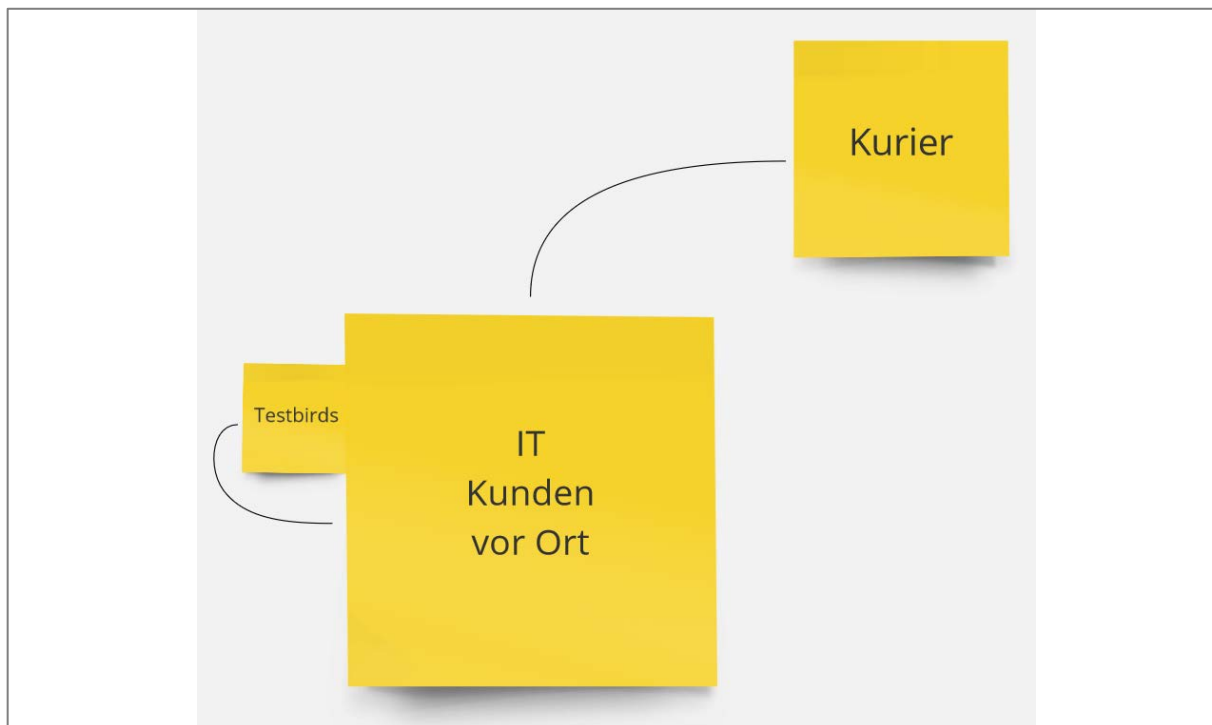


Abbildung 13: SIM aus Fall 16 – Beispiel für Selbständigkeit als Rahmenkonzept.

9.3.2 Soziale Identitäten aus anderen Berufsgruppen (ausserhalb Crowdwork)

Neben den für Crowdsourcing spezifischen sozialen Gruppen werden in den Identitätskarten einige weitere Gruppen aus dem beruflichen Kontext aufgeführt. Die Vielfalt der Gruppen ist in den einzelnen Identitätskarten unterschiedlich. Es gibt Karten, auf denen insgesamt nur sehr wenige (Minimum = 2) Gruppen enthalten sind und diese nur aus dem Bereich Crowdsourcing stammen, während andere Karten bis zu 10 Gruppen aus ganz unterschiedlichen beruflichen Bereichen (inklusive Crowdsourcing) aufweisen. Zunächst folgt eine strukturierte Auflistung der verschiedenen Gruppen aus Bereichen ausserhalb von Crowdsourcing.

Gruppen mit Berufsbezug

Alle in den SIMs aufgeführten sozialen Gruppen lassen sich in sechs Kategorien einteilen (Tabelle 6). Eine erste Kategorie bilden die «Gruppen mit Berufsbezug» wie z.B. Studierende, Biologen/innen, Marketing, Journalisten/innen. Die hier verwendete Bezeichnung von «Gruppen ausserhalb von Crowdfunding» ist zunächst für diese Auswertung eine künstliche Trennung von jenen Gruppen, die von ihrem Begriff her offensichtlich mit Crowdfunding zusammenhängen. In den Erzählungen wird deutlich, dass in gewissen Gruppen «ausserhalb von Crowdfork» durchaus Bezüge zu Crowdfork in unterschiedlichem Sinne vorhanden sind. Möglicherweise hängt dies damit zusammen, dass Crowdfork als Begriff – wie oben gezeigt – häufig nicht verwendet oder gar vermieden wird und die eigenen Gruppenmitgliedschaften davon abgegrenzt werden.

Innerhalb der Kategorie der «Gruppe mit Berufsbezug» lassen sich entsprechend der Verbindung zu Crowdfork zwei Arten unterscheiden. Während die einen keinen Zusammenhang mit Crowdsourcing aufweisen, wie z.B. Wissenschaft, Biologen/innen, Sprachlehrer/innen, Studierende, integrieren andere Gruppen Crowdfork als Teil der damit verbundenen Arbeit. Crowdfork wird nicht als identitätsstiftend im engeren Sinne verstanden (bezüglich Arbeitsform, neuer sozialer Gruppe auf Plattformen oder in Communities). Crowdfork wird als Teil der Arbeit betrachtet, wie z.B. bei Journalisten/innen oder Autoren/innen (Tabelle 6). Die Plattformen stellen in diesen Fällen häufig einen Kanal zum Bezug von Arbeit dar, den die Mitglieder dieser Gruppe nutzen. Diese Differenzierung verbindet die Ergebnisse zu den organisationalen Identitäten (s. Kapitel 9.1.3) und den Berufs- und Tätigkeitsgruppen (s. Kapitel 9.2.2).

Herkömmliche Arbeitgeber

Eine weitere Kategorie sozialer Gruppen sind herkömmliche Arbeitgeber bzw. Organisationseinheiten dieser Arbeitgeber (z.B. Abteilungen, Teams). Es liegt in diesen Fällen eine organisationale Identifikation mit einem Arbeitgeber im Rahmen einer (Teilzeit-) Anstellung ausserhalb von Crowdfork vor.

«Also ich denke das Wichtigste ist schon die Gruppe im Versandhandel wo wir sehr ein enges Team sind und sehr gut zusammenarbeiten, das ist eigentlich eine von meinen wichtigsten Gruppen ich würde sogar fast sagen die Wichtigste, ja» (Fall 01, Abs. 68).

In den beobachteten Fällen mit ebensolchen sozialen Identitäten ist die Identifikation mit den Organisationen oder Abteilungen jeweils die stärkste in der betreffenden Netzwerkkarte überhaupt (grösste Klebekarte), wie auch im Zitat aus Fall 01. Neben den Gruppenmitgliedschaften im Rahmen herkömmlicher Arbeitsbeziehungen kommen in Fall 01 wie auch in weiteren Fällen zusätzlich Gruppen aus dem Bereich Crowdfunding hinzu, diese werden auf kleinere Kärtchen als jene für herkömmliche Organisationen notiert. Das Umgekehrte konnte nicht beobachtet werden, d.h. in keinem der Fälle ist eine Crowdsourcing-Gruppe wichtiger als eine herkömmliche Organisationsgruppe.

Tabelle 6: Soziale Gruppen in den SIM aus anderen Berufsbereichen (nicht Crowdwork).

Soziale Gruppe	Spezifische Bezeichnung in der SIM (Fall-Nr.)	Bezug zu Crowdwork (Erläuterungen im Text)
<i>Gruppen mit Berufsbezug</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Studierende/Uniangehörige (12, 15) – Wissenschaft (09, 08) – IT-Spezialisten/innen (15, 22) – <u>Journalisten/innen, Autoren/innen</u> (04, 07, 14) – <u>Schreibende Zunft</u> (10) – Biologen/innen (07) – Historiker/innen (14) – Marketing (11) – Finance (11) – Networking-Kollegen/innen (22) 	<p>Zweiartiger Bezug:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Crowdwork wird integriert (z.B. Journalist/innen oder Schreibende Zunft), Plattform ist ein Bezugskanal von Arbeit. – differenzierte Berufsgruppe unabhängig von Crowdwork, (z.B. Biologen/innen, Studierende)
<i>Selbständige/ Freelancer-Gruppen</i>	<ul style="list-style-type: none"> – <u>Selbständige</u> (02, 17) – <u>Freelancer</u> (13, 14) – <u>Berufliches Netzwerk im Rahmen der Selbständigkeit</u> (03, 10, 13) 	Crowdwork als Teil der Selbständigkeit, des Freelancings oder des beruflichen Netzwerkes
<i>Herkömmliche Arbeitgeber</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Organisation (01, 09, 12, 22) – Abteilung (01, 22) 	Teilzeit-Crowdworker, d.h. Mischform traditionelle Anstellung und Crowdwork
<i>Lebensformen und gemeinsames Schicksal</i>	<ul style="list-style-type: none"> – <u>Digitale Nomaden/innen</u> (11) – Finanzielle Freiheit (11) – <u>Kreative & Lebenskünstler/innen</u> (17) – «geburtenstarker Jahrgang» (17) 	Alternative Lebensformen, welche in Zusammenhang mit Crowdwork stehen, erst dadurch ermöglicht etc.
<i>Verbände und Interessengruppen</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Gewerkschaften (18) – Gemeinnützige Organisationen (10, 14) – Interessengruppen (10) 	z.T. mit Bezug zu früheren Tätigkeiten
<i>Freizeit, Familie und Kollegen/innen</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Familie, Freunde (01, 02, 09) – Freizeit, Hobby (01, 08, 09) – Interessegruppe (10) 	Nennung privater Gruppen trotz Fokus auf Berufswelt.
<i>Soziodemograph. Kategorien</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Nationalität (13) 	

Anmerkungen: Unterstrichene Gruppen beziehen sich auch auf Crowdwork, z.B. enthält die Gruppe der digitalen Nomaden/innen eben auch Aspekte des Crowdworkings.

Lebensformen und gemeinsames Schicksal

Weitere Heterogenität wird durch eine Kategorie von Gruppen erzeugt, die sich auf eine alternative Lebensform beziehen, die freiwillig gewählt oder unfreiwillig übernommen wurde. Im Folgenden soll auf drei spezifische Gruppen aus zwei Fällen eingegangen werden, welche die Diversität sozialer Gruppen im Kontext des Crowdworkings besonders erweitern. Eine davon ist die der digitalen Nomaden/innen, welche sich die virtuelle Arbeitsform zu Nutze machen, um an einem beliebigen (meist attraktivem) Ort irgendwo auf der Welt zu arbeiten (s. Kapitel 9.3.1).

Eine weitere Gruppe ist die der «Finanziellen Freiheit». Dazu zählen Menschen, welche bestrebt sind, im Internet sog. «passives Einkommen» aus Investments unterschiedlicher Art zu generieren (mittels Blogs, eBooks, Youtube-Videos, Affiliate Marketing, Spekulationen u.a. mit Cryptowährung etc.) und (je nach Auslegung des Begriffs) und einen minimalistischen Lebensstil zu pflegen (Ausgaben/Lebenskosten minimieren) mit dem Ziel, irgendeinmal nicht mehr arbeiten zu müssen und alleine von den passiven Geldströmen leben zu können. Diese «Bewegung»¹³ wird im Internet auf Blogs durchaus auch kritisch diskutiert (Garic, 2019). Crowdwork passt insofern in dieses Konzept, als dass Einkommen generiert werden muss, Ort und Zeit der Arbeitsausführung flexibel sind und keine Verpflichtungen gegenüber einem Arbeitgeber bestehen. Beide Gruppen dienen als Identifikationsziel und symbolisieren Flexibilität und Unabhängigkeit, die als zentrale Merkmale betrachtet werden.

Unfreiwillige Lebenssituationen ergeben sich z.B. dann, wenn notgedrungen, z.B. aufgrund von Stellenverlust und drohender Arbeitslosigkeit, Arbeitsformen wie Crowdworking gewählt werden. Als beispielhafte Schilderung dieser Situation eignet sich Fall 17. Eine mit einer schwierigen Lebenssituation in Verbindung stehende sozialen Identitäten ist in diesem Fall z.B. der «Geburtenstarke Jahrgang». Die soziale Gruppe steht für eine Generation mehrheitlich weiblicher Personen mit geringer beruflicher Qualifikation, fortgeschrittenem Alter, Lohnausfällen während Elternzeit, alleinerziehend, niedriges Einkommen oder gar Arbeitslosigkeit und suboptimalen Aussichten auf Rentenleistungen. In diesem Fall werden zudem noch weitere soziale Gruppen in die Karte aufgenommen, die sich auf diese Lebenssituation beziehen, so z.B. eine Gruppe namens «Lebenskünstler»:

«Lebenskünstler, also Personen, die immer wieder neue Abzweigungen in ihrem Leben finden und auch nehmen. Also vielleicht ist das aufgrund der aktuellen politischen Diskussion hier in Deutschland so, ich empfinde mich im Moment sehr zugehörig zu den geburtenstarken Jahrgängen. Weil wir, die in der Zeit geborenen, heute eine eigene Problematik haben, was z.B. auch Arbeit betrifft [...] oder wie die Ausbildungssituation damals war» (Fall 17, Abs. 30).

¹³ Auch als FIRE-Bewegung bezeichnet: «Financial Independence, Retire Early». Andere Personen nennen sich «Frugalisten», frugal aus dem Englischen bedeutet sparsam (vgl. Garic, 2019).

«Lebenskünstler» steht in diesem Kontext für eine Gruppe von Personen, die neue Wege finden, wenn sich schwierige Herausforderungen in der Arbeitswelt ergeben. Zusätzlich wird in diesem konkreten Fall 17 noch die Gruppe der Kreativen aufgeführt. Diese Gruppe steht gemäss den Erzählungen nicht nur für inhaltlich kreative Tätigkeiten, sondern auch für die Fähigkeit, mit schwierigen Situationen kreativ umgehen zu können.

Verbände und Interessengruppen

Meist mit Bezug zu früheren Tätigkeiten und Anstellungen werden auch Verbände, Gewerkschaften, gemeinnützige Organisationen etc. in die Karten gezeichnet. Diese Gruppen haben teilweise einen Bezug zu Crowdfunding (z.B. Gewerkschaften, die sich für Crowdfunder einsetzen) oder grenzen sich davon ab.

Freizeit, Familie und Kollegen/innen

Obwohl der Fokus im Interview auf die Berufswelt gelegt wurde, nannten 5 der interviewten Crowdfunder auch private Gruppen (Familie, Kollegen/innen, Hobby), die sie als wichtig erachten und entgegen der Instruktion auf der Karte integrieren wollten. Aus den jeweiligen Erzählungen lassen sich hierzu drei verschiedene Gründe beschreiben:

1. Der Arbeitsform Crowdfunder liegt mitunter ein gemischtes Arbeitssetting zu Grunde. Das heisst, dass die Arbeit zu Hause in privater Umgebung verrichtet wird, in der private soziale Identitäten und berufliche Identitäten mehr Berührungspunkte aufweisen und die Grenzen zwischen Beruf und Privatem verwischen: «[...] gerade als Freiberufler ist man ja immer irgendwie privat und geschäftlich» (Fall 08, Abs. 28). Dadurch werden private und berufliche Identitäten ähnlicher oder bedürfen der gemeinsamen Beachtung. In den Interviews konnte festgestellt werden, dass die meisten der untersuchten Fälle im Home-Office arbeiten (16 Fälle), je nach Arbeitskombination gemischt mit Büro bei einer Organisation vor Ort und mobil. Die restlichen 4 Fälle, welche nicht von Home-Office berichteten, arbeiten an diversen Orten oder mobil. Diejenigen, welche im Home-Office arbeiten, haben Familie (7 Fälle) oder sind alleinstehend (7 Fälle). Die verbleibenden 6 Fälle haben keine Angaben zum Arbeitssetting gemacht.
2. Soziale Identitäten aus dem privaten Bereich werden insgesamt als wichtiger bewertet als berufliche. Als Ursache oder als Folge davon macht die Erwerbsarbeit zeitlich einen kleineren Teil des Lebens aus.
3. Der dritte Grund bezieht sich auf das Verständnis von Arbeit und der Betreuungsarbeit der eigenen Kinder. Kinderbetreuung wird auch als Arbeit, als Teil der beruflichen Aktivität verstanden. Deshalb soll die Familie als Gruppe auf der Karte aufgeführt werden.

9.3.3 Heterogenität der Gruppen: Die Rolle von Crowdwork in den SIMs

Die Heterogenität der sozialen Identitäten von Crowdworkern ergibt sich durch die soeben beschriebenen diversen sozialen Gruppenmitgliedschaften innerhalb des «Berufslebens» in verschiedenen Bereichen sowie innerhalb und ausserhalb des Bereichs Crowdsourcing. Wie beschrieben wurde, können soziale Gruppen nicht immer eindeutig zwischen Crowdsourcing und «anderem» unterschieden werden. Dieser Aspekt soll nun etwas genauer betrachtet werden. In der vorliegenden Studie interessiert nämlich, inwiefern Crowdworking selber zur Heterogenität beiträgt. Hierzu wurde die Struktur der erhobenen SIMs analysiert. Zunächst folgen eine Auszählung und Beschreibung der hierfür relevanten Identitätskonzepte. So wurde z.B. pro SIM gezählt, wie viele Gruppen insgesamt genannt wurden, aus welchem Bereich die wichtigsten Gruppen pro SIM stammen, wie viele Beziehungen zwischen den Gruppen eingezeichnet wurden usw. In Tabelle 8 sind die Ergebnisse dieses Analyseschrittes dargestellt. Folgende zentralen Ergebnisse lassen sich festhalten:

- Die Zahl der Gruppen pro SIM variiert zwischen 2 und 10 Gruppen, unabhängig davon, aus welchem Bereich sie stammen.
- Die Zahl der spezifischen Crowdwork-Gruppen variiert zwischen 0 und 4.
- Es werden Fälle beobachtet, die Crowdwork als Haupttätigkeit im Interview angeben, die aber als wichtigste Gruppe eine Berufsgruppe oder die Arbeitsform nennen.
- Eine Crowdwork spezifische Gruppe kann die wichtigste in der SIM sein.
- Insgesamt werden folgende Gruppen-Kategorien als wichtigste Gruppen in den SIMs gezeichnet: Gruppen mit Bezug zu Beruf und Tätigkeit in 11 Fällen (davon 3 Crowdwork spezifische), mit Bezug zur Arbeitsform in 2 Fällen, Plattform in 1 Fall, andere Organisationen (Arbeitgeber) in 3 Fällen und Freizeit und Familie in 2 Fällen. In einem Fall lässt sich keine «wichtigste» Gruppe ausmachen.

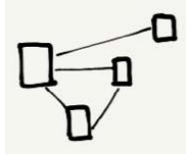
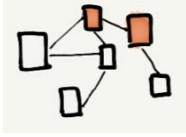
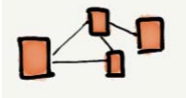
Das Ergebnis der vordergründig einfachen Auszählung liefert wichtige Hinweise: Der Vergleich der Häufigkeiten innerhalb jeder einzelnen SIM zeigt, dass es Fälle gibt, die eben keine Gruppe mit direktem Crowdworking-Bezug (mindestens vom Begriffe und der Beschreibung her) aufweisen und dass es auf der anderen Seite Fälle gibt, die ausschliesslich Gruppen aus dem Crowdworking-Bereich nennen. In diesem letzteren Fall sind die wichtigsten Gruppen jeweils auf die Tätigkeit als Crowdworker bezogen (z.B. Tester). Es kann festgehalten werden, dass Crowdwork eine unterschiedliche Rolle in der Konstitution der Arbeitsidentität spielt.

Über alle erhobenen SIMs hinweg zeigt sich, dass auf einer abstrakteren Ebene drei verschiedene Kombinationsmöglichkeiten von Gruppen aus dem Bereich Crowdwork mit anderen Berufsgruppen ausserhalb von Crowdworking unterschieden werden können. Crowdworking spielt in diesen SIMs eine implizite, eine ergänzende oder eine exklusive Rolle. Die Bedeutung dieser drei «Rollen» ist die folgende (Tabelle 7):

1. Einige SIMs weisen keine direkte Gruppe aus dem Bereich Crowdfunding auf, diese Fälle verstehen Crowdwork als integrativen Bestandteil einer grösseren Gruppe, wie z.B. die «schreibenden Zunft» oder die «Freelancer». Crowdfunding ist dann z.B. Bestandteil des Freelancings – neben anderen Arbeitsformen – die auf Aufträgen ohne festes Arbeitsverhältnis basieren. Crowdwork wäre folglich eine von mehreren Arbeitsformen, die zu dieser Gruppe passen würde. Crowdwork schlägt sich nicht in einer eigenen sozialen Identität im Netzwerk nieder, sondern ist (in den meisten hier subsumierten Fällen) in bestimmten Gruppen implizit enthalten, weshalb in diesen Fällen von einer *impliziten* Rolle von Crowdwork in der SIM gesprochen wird (Abbildung 15).
2. In anderen SIMs hingegen tauchen soziale Gruppenmitgliedschaften mit direktem Bezug zu Crowdwork auf, wie z.B. die Plattformorganisation oder Tätigkeitsgruppen der Texter/innen oder Tester/innen. Neben diesen sozialen Gruppen kommen weitere Gruppen aus anderen beruflichen Tätigkeiten oder Arbeitsverhältnissen vor. In diesem Fall bilden die Crowdfunding-Gruppen einen eigenen Bereich in der SIM und haben eine *ergänzende* Rolle (Abbildung 16). Ergänzend ist hier nicht als «weniger wichtig» oder als Nebenbeschäftigung zu verstehen, sondern bedeutet lediglich, dass neben Gruppen aus dem Bereich des Crowdfundings auch Gruppen aus anderen Arbeitsformen in der SIM aufgeführt werden.
3. Die dritte Rolle von Crowdwork in der SIM ist die *explizite*, sofern neben den Gruppen aus dem Bereich Crowdfunding keine anderen sozialen Gruppenmitgliedschaften vorliegen. Ein Beispiel ist Fall 20, der die beiden Gruppen «Projektgruppe» und «Crowdtester» aufweist (Abbildung 14). Die Projektgruppe aus diesem Fall bezieht sich direkt auf eine Gruppe von Crowdtester, die zusammen einen Auftrag ausführen.

Die Relevanz von Crowdwork für die SIM zeigt sich in den untersuchten Fällen also in unterschiedlicher Form: zunächst implizit, als Bestandteil der Arbeitsform oder als Kanal zur Auftragsbeschaffung in einer weitergefassten Gruppe (z.B. Autoren). Dann zeigt sie sich in einer Gruppe, die aufgrund der Tätigkeit (z.B. Tester) zustande kommt oder durch die Identifikation mit einer Plattform. 12 SIMs weisen eine ergänzende Rolle auf, 3 eine implizite und 3 eine explizite. Zwei Fälle sind nicht eindeutig zuteilbar, zumal sich Erzählungen und SIMs in Teilen widersprechen.

Tabelle 7: Rolle von Crowdwork in der SIM: Kombinationen mit anderen Arbeitsbereichen.

Rolle von Crowdwork in der SIM	Beispielhafte Struktur der SIM
Implizit, keine eigene soziale Identität (Crowdwork spezifisch)	
Ergänzend, eigener Bereich	
Exklusiv, einziger Bereich	

Anmerkungen: Rote Kästchen = Gruppen mit direktem Bezug zu Crowdwork: Plattformen, Crowdworker als Kategorie, spezifische Crowdworking-Tätigkeiten (Texting/Testing etc.).

Tabelle 8: Strukturauswertung der SIMs.

Fall-Nr.	Anz. soziale Gruppen	spezifische Crowdwork-Gruppen*	Rolle Crowdwork in der SIM	Wichtigste Gruppe auf SIM	Crowdwork als Haupttätigkeit angegeben
Fall 14	5	1	ergänzend	-- (indifferent)	ja
Fall 07	3	1	ergänzend	Beruf/Tätigkeit	nein
Fall 09	6	1	ergänzend	Beruf/Tätigkeit	ja
Fall 22	5	2	ergänzend	Beruf/Tätigkeit	nein
Fall 03	3	2	ergänzend	Berufsnetz ausserhalb CW	ja
Fall 16	3	1	ergänzend	Berufsnetz ausserhalb CW	nein
Fall 08	3	1	ergänzend	Freizeit und Familie	ja
Fall 01	7	2	ergänzend	Organisation	nein
Fall 12	10	2	ergänzend	Organisation	nein
Fall 15	6	4	ergänzend	Organisation	nein
Fall 18	3	2	ergänzend	Plattform	ja
Fall 13	4	1	ergänzend	Selbständige	ja
Fall 20	2	2	exklusiv	Crowdworking-Tätigkeit	ja
Fall 23	2	2	exklusiv	Crowdworking-Tätigkeit	ja
Fall 24	4	4	exklusiv	Crowdworking-Tätigkeit	ja
Fall 02	5	1	exkl./ergänzend	Freizeit und Familie	ja
Fall 10	5	0	implizit	Beruf/Tätigkeit	ja
Fall 11	7	0	implizit	Beruf/Tätigkeit	ja
Fall 17	4	0	implizit	Mischform: Beruf/Lebensart	ja
Fall 04	6	2	impl./ergänzend	Selbständige	ja

Anmerkungen: * Gruppen mit direktem Bezug zu Crowdwork (CW): Plattformen, Crowdworker als Kategorie, spezifische Crowdworking-Tätigkeiten (Texting/Testing etc.).

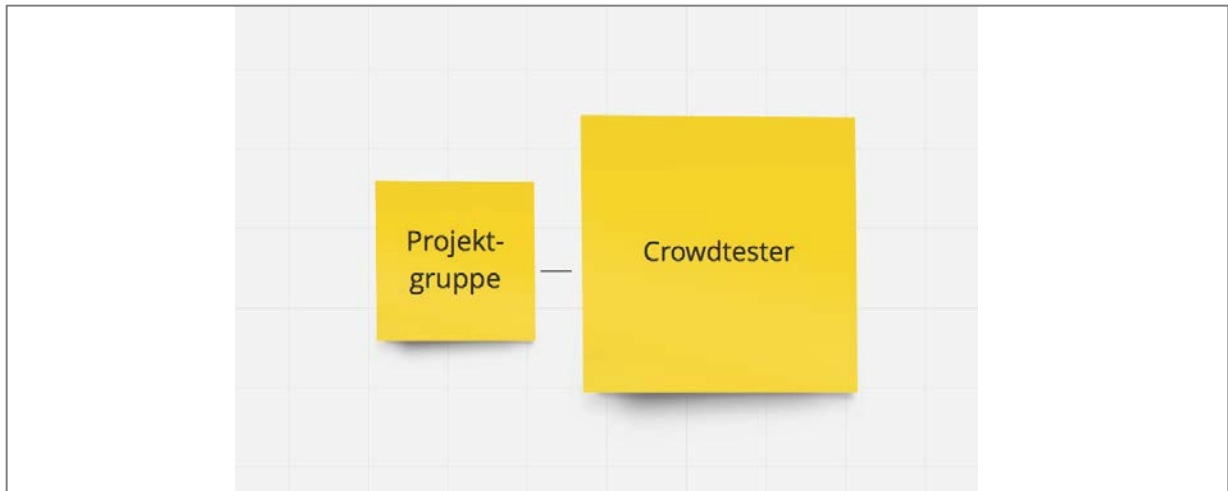


Abbildung 14: Beispiel für exklusive Rolle von Crowdwork in der SIM (Fall 20).

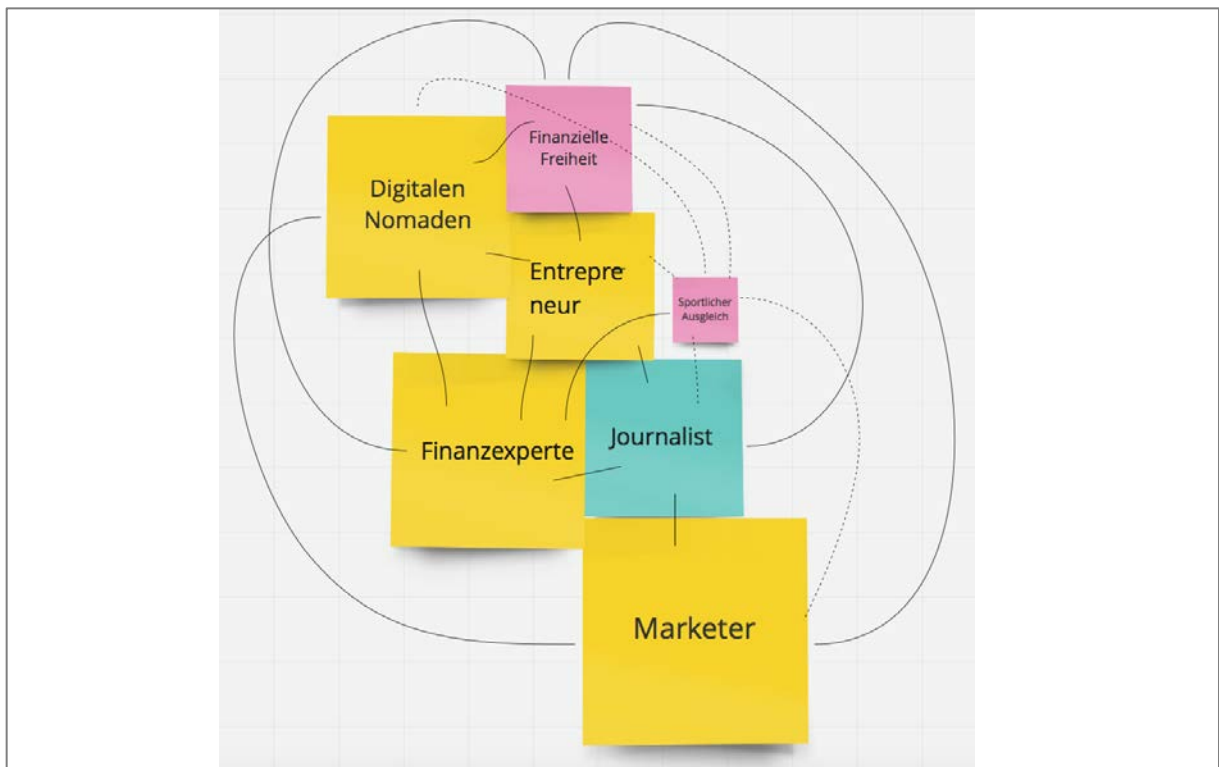


Abbildung 15: Beispiel für implizite Rolle von Crowdwork in der SIM (Fall 11).

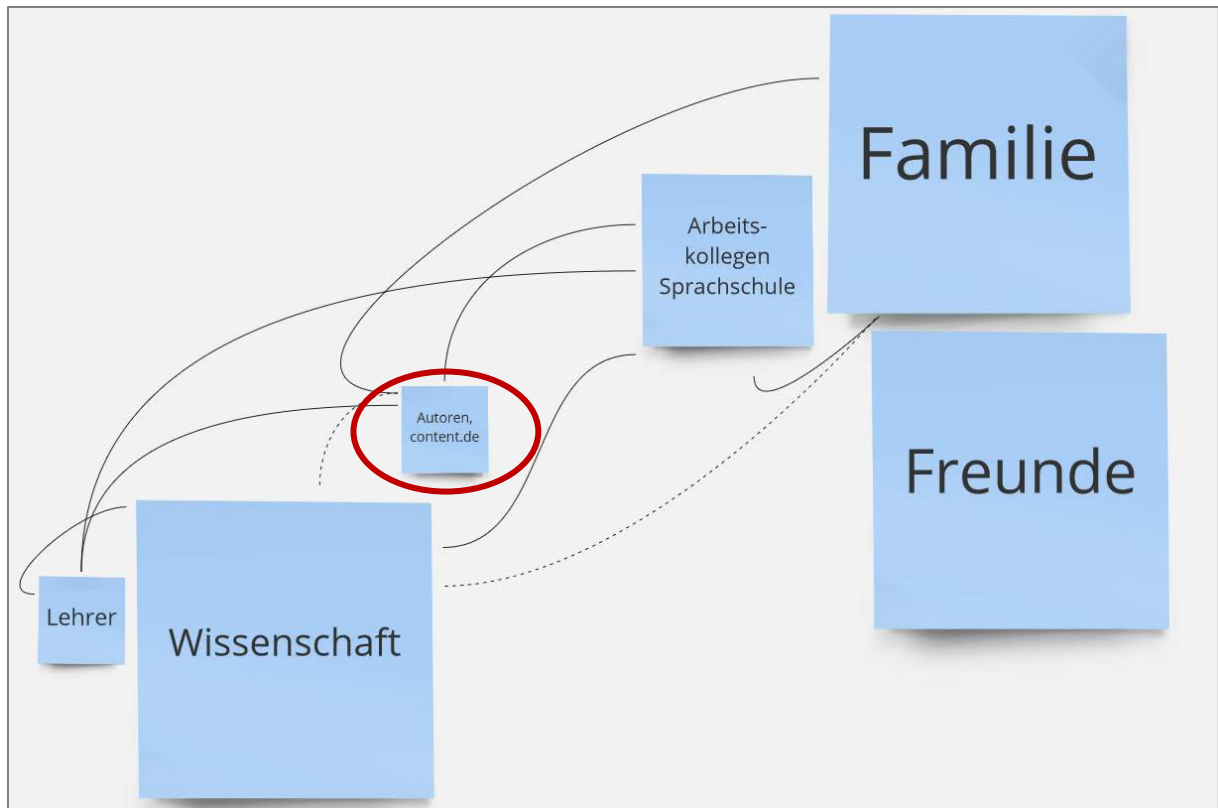


Abbildung 16: Beispiel für ergänzende Rolle von Crowdwork in der SIM (Fall 09).

9.3.4 Zwischenfazit zu multiplen sozialen Identitäten

Die Heterogenität der Arbeit zeigt sich in den Netzwerkkarten innerhalb und zwischen sozialen Identitäten. Sie ist Teil einer sozialen Identität («innerhalb»), wenn z.B. multiple Arbeitsbeziehungen Teil der sozialen Identität der Freelancer oder der Selbständigen sind, oder wenn Selbständigkeit im Sinne des beschriebenen Rahmenkonzepts im Narrativ zu den sozialen Identitätskarten vorkommt (Forschungsfrage 3a).

Bei den sozialen Gruppenmitgliedschaften der Freelancer und Selbständigen scheint der Aspekt des «freien Arbeitens» wichtig zu sein, denn die interviewten Personen grenzen sich aktiv von Angestellten ab. Über die Wichtigkeit der Unabhängigkeit und Freiheit wird berichtet. Von besonders grosser Bedeutung ist diese Unabhängigkeit bei den digitalen Nomaden/innen, wo sie sich nicht nur auf die Arbeit, sondern auf ein Lebensgefühl insgesamt bezieht. Unabhängig zu sein scheint zu einem zentralen Wert der Gruppe zu werden. Schliesslich kann der Aspekt des «Selbständig-seins» nicht direkt in einer Gruppe, sondern auch indirekt als Rahmenkonzept, sozusagen als Titel der SIM, verstanden werden.

Weiter lässt sich die Heterogenität der Arbeit zwischen sozialen Gruppenmitgliedschaften erkennen, wenn unterschiedliche soziale Identitäten in unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen beste-

hen, wenn also die Struktur der SIM soziale Gruppenmitgliedschaften in unterschiedlichen Arbeitsbereichen aufweist (Forschungsfrage 3b). Hierzu finden sich sehr unterschiedliche Gruppenmitgliedschaften, die sich insgesamt in sieben Kategorien zusammenfassen lassen:

- Gruppen mit Berufsbezug
- Selbständige/Freelancer-Gruppen
- Herkömmliche Arbeitgeber
- Lebensformen und gemeinsames Schicksal
- Verbände und Interessengruppen
- Freizeit, Familie und Kollegen/innen
- Soziodemographische Gruppen

Unter dem Thema der heterogenen Arbeitswelt kann das soziale Setting, in dem gearbeitet wird, als ein wichtiger Aspekt bezeichnet werden und als mögliche Interpretation der berichteten sozialen Identitäten dienen. Die Nennung von Gruppen aus dem Bereich Freizeit, Familie und Kollegen/innen könnte z.B. darauf hindeuten, dass das Arbeiten von zu Hause aus, in privaten Räumen oder bei gleichzeitiger Anwesenheit von Kindern und Familie dazu führt, dass sowohl berufliche wie private soziale Gruppen salient werden. Die Ergebnisse der Interviews zeigen, dass in 16 der 20 Fälle von Home-Office berichtet wird, in 3 Fällen finden Familien als Gruppen Eingang in die SIMs. Dem gegenüber stehen aber auch Fälle, die nur soziale Gruppen aus dem Bereich Crowd-working (in diesem Fall Crowd-Testing) aufweisen (3 Fälle).

Diese Feststellung ist ferner in die Struktur-Analyse eingeflossen, nach der sich die SIMs in drei Kategorien einteilen lassen, abhängig von der Rolle von Crowdwork in der SIM. Dort ist Crowdworking entweder implizit Teil einer sozialen Gruppe (die Gruppenmitgliedschaften haben einen indirekten Bezug zu Crowdworking), stellt mit spezifischen sozialen Gruppen einen eigenen Bereich in der SIM dar (ergänzende Struktur) oder ist exklusiv in der SIM vertreten (wenn Crowdworking der einzige – für die Identität relevante – Arbeitsbereich darstellt).

9.4 Identitäts-Typologie

Die beschriebenen Ergebnisse fließen nun im nächsten Schritt in die Entwicklung einer Identitätstypologie ein. Hierzu werden ähnliche Fälle zu Typen zusammengefasst. Erstellt werden die Typen anhand des Merkmals 1 «Primären Identifikationsziele» im Bereich Crowdworking und des Merkmals 2, «Rolle von Crowdwork im Netzwerk» (in der Social Identity Map, SIM). Die Bestimmung dieser Merkmale wurde in Kapitel 8.3.2 beschrieben. Ziel der Typologie ist, dass die Ergebnisse fassbarer und interpretierbarer werden. Die Typologie erleichtert es auch, Überlegungen anzustellen, welche Implikationen die Arbeitsidentitäten für die psychische Gesundheit haben könnten.

Inhaltlich gliedert sich dieses Kapitel in vier Teile. Als erstes wird die sog. Dimensionalisierung des Merkmalsraumes am empirischen Material beschrieben (Kuckartz, 2018), d.h. es wird überprüft, ob die theoretisch bestimmten Merkmalsausprägungen in den Ergebnissen vorkommen, und wenn nötig werden Anpassungen vorgenommen (Kapitel 9.4.1). Dann werden die einzelnen Fälle in den Merkmalsraum eingeordnet (Kapitel 9.4.2), woraus die Typologie erstellt und beschrieben wird (Kapitel 9.4.3). Schliesslich wird die Typologie weiter konkretisiert, indem die Typen mit Kontextinformationen (z.B. Arbeitsintensität/Pensum) in Zusammenhang gesetzt werden (Kapitel 9.4.4). Genaueres zum methodischen Vorgehen findet sich im Methodenteil im Kapitel 8.3.2 ff.

9.4.1 Dimensionalisierung des Merkmalsraumes

Im ersten Schritt der Typenentwicklung wurde überprüft, inwiefern beim Merkmal 1 die bestimmten primären Identifikationsziele in den untersuchten Fällen überhaupt relevant sind und welche Ausprägungen des Merkmals 2 (Rolle von Crowdwork in der Netzwerkstruktur) aus den Ergebnissen der Daten gebildet werden können. Dieser Schritt wird gemäss Kuckartz (2016) als Dimensionalisierung bezeichnet. Es hat sich gezeigt, dass zwei der Identifikationsziele in den erhobenen SIMs nicht genannt wurden und ein zusätzliches, neues Identifikationsziel dazukommt. Der Merkmalsraum wurde entsprechend angepasst und ist in Abbildung 17 dargestellt. Die Anpassungen der beiden Merkmale werden nun beschrieben.

Merkmal 1: Primäre Identifikationsziele im Crowdworking

Das primäre Identifikationsziel im Bereich Crowdworking wird als Merkmal 1 festgelegt. Hierzu wurden a priori 5 Identifikationsziele theoretisch (s. Kapitele 5) bestimmt: die Auftraggeber auf der Plattform, die Plattformorganisationen, Berufsgruppen, online Communities und die Arbeitsform (z.B. Gruppe der Selbständigen). Diese Identifikationsziele sind nach Abstraktionsgrad geordnet dargestellt (von kleineren, interagierenden Gruppen hin zu grösseren, abstrakteren, sog. large-scale Gruppen). Die Ergebnisse zeigen nun, dass nicht alle der theoretisch bestimmten Identifikationsziele in den Daten tatsächlich vorkommen. Die Identifikation mit einer Plattform als solche wird gefunden. Neu dazu (induktiv bestimmt) kommen virtuelle Teams auf Plattformen. Keiner der untersuchten Fälle berichtet von der Identifikation mit einem konkreten Auftraggeber. Deshalb wird diese Ausprägung im Merkmalsraum gestrichen.

Kurz zusammengefasst hat sich zum Thema Auftraggeberschaft als Identifikationsziel folgendes gezeigt: In den Erzählungen werden zwar soziale Gruppen wie «Berufskontakte» oder «Auftraggeber» (mehrere) genannt, zu denen 20 bis 30 feste Kunden/innen und Auftraggeber zählen, mit denen die Person in Kontakt ist. Das Merkmal der Identifikation mit Auftraggeber wird nicht in den Merkmalsraum aufgenommen: Fälle, die Gruppenmitgliedschaften wie «Berufskontakte» aufweisen (Fall 10, 13), haben in den Erzählungen eine starke Bedeutung des Selbständig-Seins. Die Aufnahme eines zusätzlichen Merkmals der «Auftraggeber» würde in dem Fall keine zusätzliche Differenzierung ermöglichen.

Weiter wurden soziale Identitäten zu verschiedenen Berufs- und Tätigkeitsgruppen (z.B. Tester/innen oder Texter/innen) gefunden. Hingegen wurden keine Gruppen aus dem Bereich der Online-Community festgestellt, weshalb dieses Identifikationsziel auch nicht für die Typologie verwendet werden konnte. Die definitiven Merkmalsausprägungen sind in Abbildung 17 dargestellt. Rot markiert sind diejenigen Merkmalsausprägungen, welche dem empirischen Material angepasst wurden.

Merkmal 2: Rolle von Crowdwork im Netzwerk (Strukturmerkmal)

Als Merkmal 2 wurde die Rolle von sozialen Gruppen aus dem Bereich Crowdwork in der SIM definiert. Was das genau bedeutet, wurde offengelassen. Das Ziel war, die Ausprägungen am empirischen Material (Struktur der SIM) zu bestimmen. In der Strukturanalyse der SIMs konnten drei verschiedene Ausprägungen bestimmt werden (gemäss den Ausführungen in Kapitel 9.3.3). Es sind die Stufen «implizite Rolle» (keine Gruppe mit direktem Bezug zu Crowdworking), «ergänzende Rolle» (Gruppen mit Crowdworking-Bezug bilden einen Teilbereich der SIM) und «exklusive Rolle» (nur Gruppen mit Crowdworking-Bezug in der SIM).

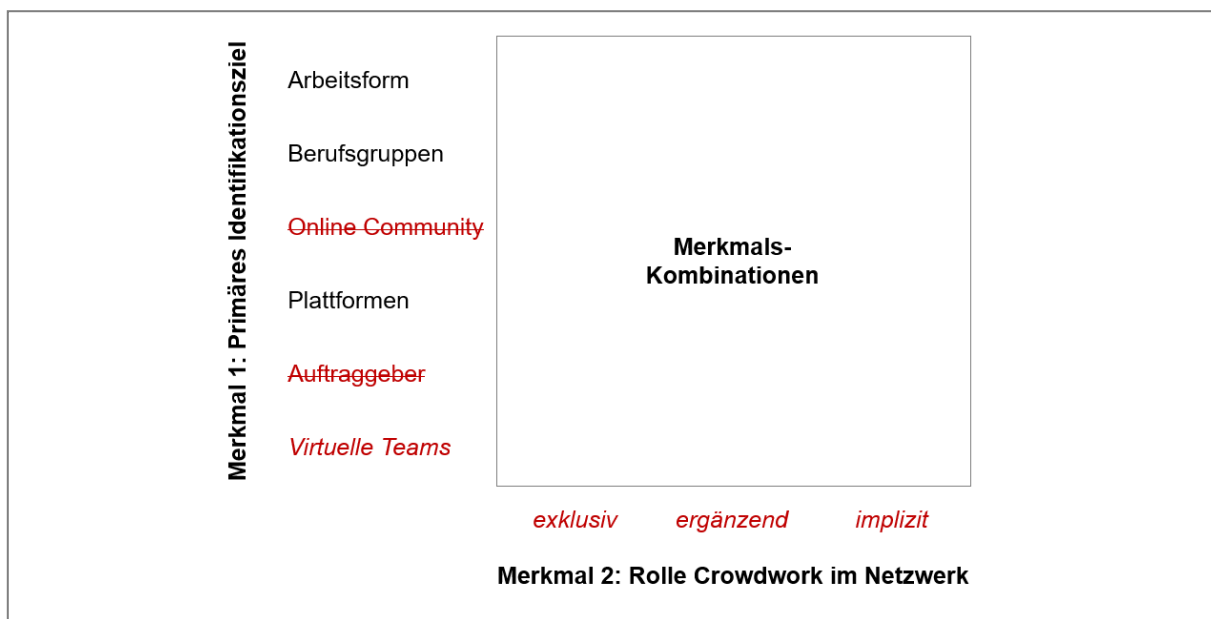


Abbildung 17: Dimensionalisierung des Merkmalsraums (Änderungen in roter Schrift).

Theoretische und empirische Kombinationen im Merkmalsraum

Der dimensionalisierte Merkmalsraum spannt nun ein Raster mit theoretisch $4 \times 3 = 12$ Kombinationsmöglichkeiten der Merkmalsausprägungen auf: 4 verschiedene Identifikationsziele und 3 Strukturformen der SIM. Theoretisch lassen sich durch Kombination dieser Ausprägungen 12 Typen bilden, z.B. aus dem primären Identifikationsziel «Berufsgruppe» und der Struktur «ergänzend» (Crowdworking-Gruppen bilden einen Teilbereich der SIM). Hier ist einzuwenden, dass eine solche Merkmalskombination nicht zwingend einem natürlichen Typen entsprechen muss, d.h. dass sich gegebenenfalls gar nicht alle Merkmalskombinationen empirisch bestätigen lassen.

Zudem kann es sein, dass ein Typ aus mehreren Merkmalskombinationen besteht. Dies wird sich bei der Typenentwicklung und der Zuordnung der Fälle in den Merkmalsraum zeigen.¹⁴

9.4.2 Zuordnung der Fälle in den Merkmalsraum und Typenbildung

Im nächsten Schritt wurden die einzelnen Fälle in den validierten Merkmalsraum eingeordnet. Diese Zuordnung erfolgte zunächst anhand des primären Identifikationsziels (Merkmal 1): Ist z.B. die grösste Klebekarte in der SIM die Berufsgruppe «Autoren/innen», wird der entsprechende Fall dem dazugehörigen Merkmal («Zeile Berufsgruppe» in Abbildung 18) zugeordnet. Anschliessend wird anhand von Merkmal 2 (implizite, ergänzende, exklusive Rolle von Crowdwork in der SIM) die Zuteilung in den entsprechenden «Spalten» des Merkmalsraums vorgenommen.

Diese Regeln verhelfen zwar zu einer möglichst kontrollierten Typenbildung. Allerdings war nicht in jedem Fall eine eindeutige Zuordnung möglich, z.B., weil es keine «wichtigste» Karte in der SIM gab. Deshalb wurden immer auch die Erläuterungen der interviewten Personen berücksichtigt, um eine Gewichtung und damit die Einordnung im Merkmalsraum vornehmen zu können. In gewissen Fällen blieb auch nach Berücksichtigung der Erzählungen eine Unschärfe bestehen oder die Erzählungen widersprachen gar der Abbildung in der SIM. Auf diese nicht eindeutigen Zuordnungen (Spezialfälle) wird später eingegangen. In Abbildung 18 ist die Zuordnung zu den Merkmalskombinationen abgebildet. Die Spezialfälle sind rot markiert. In der Abbildung 18 A) kommen ein paar Fälle doppelt vor und zeigen so, dass sie grundsätzlich zwei Merkmalskombinationen zugeordnet werden könnten. In der Abbildung 18 B) ist die definitive Zuteilung der Spezialfälle sichtbar.

Nach der Zuordnung der Fälle wurden erste Gruppierungen entlang der Merkmalskombinationen sichtbar, die man bereits als Typen bezeichnen könnte. Anhand der Fallzusammenfassungen, der SIM und der Zuordnungskriterien wurde erneut geprüft, wie ähnlich sich die Fälle innerhalb dieser Typen und wie verschieden sie von den Fällen anderer Typen sind. Aufgrund der blossen Merkmalskombinationen und der Zuteilung der Fälle könnten sechs Typen unterschieden werden (vgl. orange Rahmen in Abbildung 18 B), eine Art «visuelle» Lösung. Ein wichtiges Gütekriterium einer Typologie ist, dass die Fälle innerhalb eines Typs möglichst homogen, die Typen untereinander aber möglichst heterogen sind. Aufgrund dieses Kriteriums wurden zwei Reduktionen dieser ersten Typen vorgenommen:

- Die erste Reduktion (Fälle 3, 13, 17 und 10, 11) betrifft die beiden Merkmale «Tätigkeit/Berufsgruppe» und «Arbeitsform». Sie wurde vorgenommen, weil alle betroffenen

¹⁴ Was bereits a priori aus logisch-strukturellen Überlegungen festgestellt werden kann, ist, dass die Kombinationen der Identifikation mit Plattformen sowie virtuellen Teams und der impliziten Struktur inhaltlich widersprüchlich sind. Eine Identifikation mit einer Plattform wäre direkt auf der SIM (gemäss Operationalisierung) ersichtlich. Die Ausprägung «implizit» bedeutet hingegen, dass keine soziale Gruppe zu Crowdwork im engeren Sinne in der SIM abgebildet werden.

Fälle einen deutlichen Bezug zum Thema Selbständigkeit aufweisen, auch dann, wenn die Identifikation mit der Tätigkeit/Beruf in der SIM stärker ausgefallen war. Der Aspekt des für sich selber verantwortlich Seins und eben nicht angestellt zu sein, ist bei diesen Fällen in den Erzählungen deutlich geworden.

- Die zweite Reduktion wurde durch Zusammenfassung von virtueller Gruppe und Tätigkeit/Berufsgruppe im Strukturmerkmal «exklusiv» vorgenommen (Fälle 20 und 23, 24). Die exklusive Rolle von Crowdwork ist das entscheidende Merkmal für diesen Typen.

Mit diesen beiden Reduktionen ist nun eine Typologie mit 4 Typen entstanden. Nicht zuletzt wird mit dieser Lösung dem Gütekriterium, nur so viele Typen wie nötig und so wenige wie möglich zu bilden, Rechnung getragen. Die anderen beiden Typen, die beide das Strukturmerkmal «ergänzend» aufweisen, bilden bereits eine recht homogene und auch grosse Gruppe. Diese sollen als einzelne Typen behandelt werden.

Nicht zuletzt spielt auch die Fallzahl pro Typ eine Rolle für den Entscheid der Typenzahl. In Abbildung 18 fällt auf, dass gewisse Merkmalskombinationen leer geblieben sind, d.h. keine Fälle im Sample gefunden werden konnten, welche diesen Ausprägungskombinationen entsprechen. Dieser Aspekt wird später in der Diskussion (Kapitel 11.5) aufgegriffen.

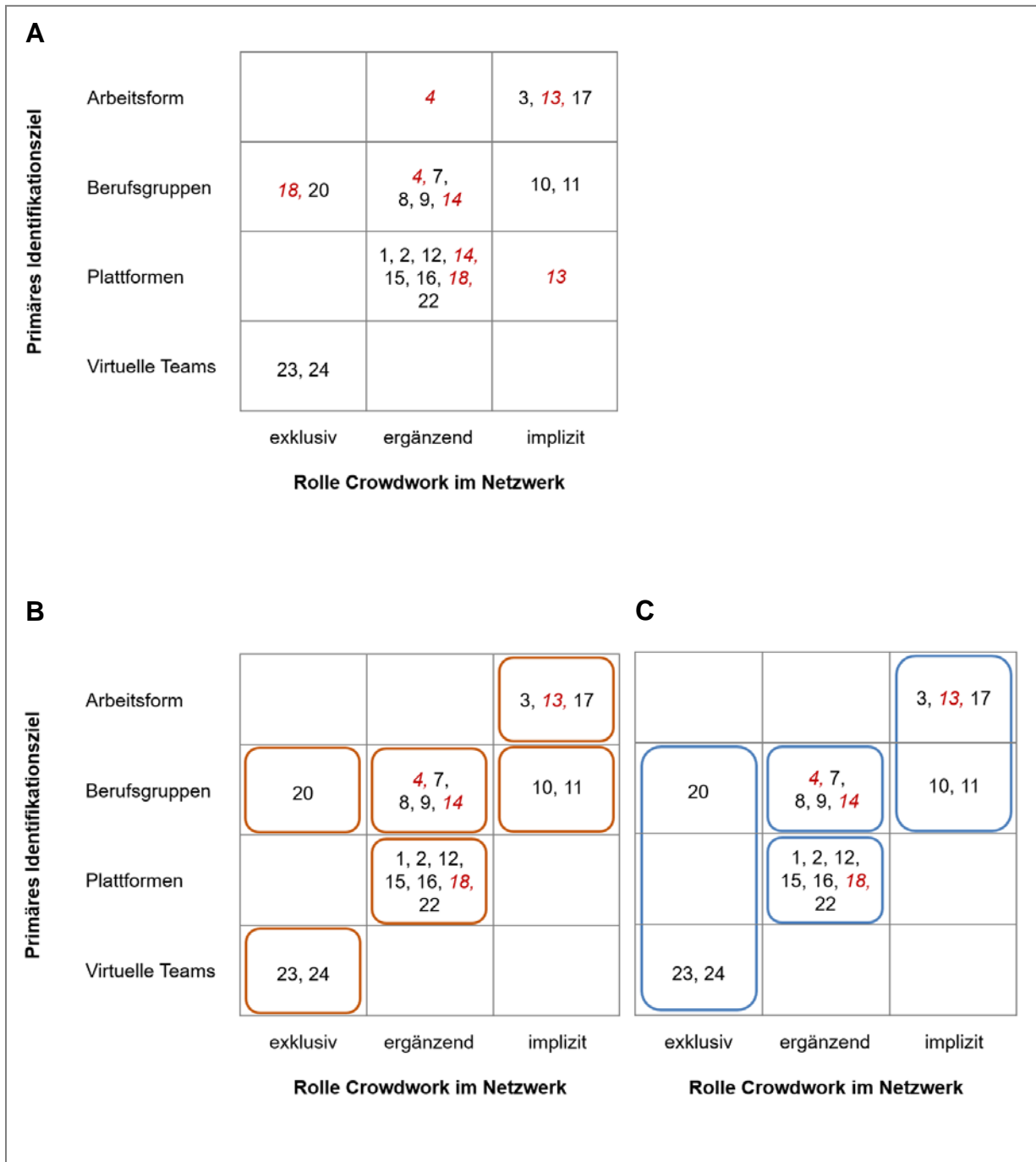


Abbildung 18: Fallzuteilung und Bestimmung der Typen in drei Schritten.

Anmerkungen: A) Fallzuteilung, B) erste visuelle Typen (orange Rahmen), C) definitive Typologie (blaue Rahmen); mit roter Schrift vermerkt sind nicht eindeutig zuteilbare Fälle (in A) und die definitive Zuteilung (in B). Begründung für die gewählte Zuteilung im Text.

9.4.3 Die 4 Identitäts-Typen

Die entwickelte Identitäts-Typologie enthält vier Typen, welche unterschiedlich wichtige Identifikationsziele aufweisen und sich darin unterscheiden, welche Rolle Crowdwork in der Identitätsstruktur aufweist. Die Typologie ist graphisch in Abbildung 19 und die Auflistung der Fälle in Tabelle 9 dargestellt. Während sich für die Strukturmerkmale «implizite Rolle von Crowdwork» und «exklusive Rolle von Crowdwork» je einen Typen beschreiben lässt, finden sich beim Merkmal der «ergänzenden Rolle von Crowdwork» zwei Typen, die sich aufgrund der primären Identifikationsziele differenzieren. Im Hinblick auf die Beschreibung der Typologie sind drei Vorbemerkungen zu beachten:

- Die vier Typen werden im Folgenden anhand Ihrer Merkmalsausprägungen beschrieben. Gleichzeitig wird jeder Typ im Sinne einer «repräsentativen Fallinterpretation» (Kuckartz, 2018, p. 158) veranschaulicht. Das bedeutet, dass pro Typ ein möglichst passender Fall ausgewählt wird, der als «Prototyp» die anderen Fälle des untersuchten Samples repräsentiert. Pro Typ wird der repräsentative Fall kurz beschrieben und mit der zugehörigen SIM veranschaulicht.
- Basis für die Merkmalsausprägungen bilden die Ergebnisse aus Kapitel 9.1 bis 9.3. Die Typologie schafft ihren Mehrwert durch die Kombination dieser Ergebnisse und durch das Aufzeigen von Sinnzusammenhängen zu weiteren Eigenschaften. Aus diesem Grund werden hier die Merkmale der Typen zusammenfassend beschrieben. Details sind im entsprechenden Ergebnisteil zu finden.
- Schliesslich sei noch einmal darauf hingewiesen, dass sich die Typologie auf soziale Identitäten aus dem Arbeitsleben der Befragten (insgesamt, nicht nur Crowdworking) bezieht. Private soziale Identitäten wurden nicht abgefragt. In einigen Fällen wurden trotzdem auch private soziale Gruppenmitgliedschaften aufgezählt. Begründungen hierfür sowie Umgang mit diesem Thema wurde bereits in Kapitel 9.3.2 besprochen.

Tabelle 9: Typologie und Fallzuteilung.

<i>Typ 1</i>	<i>Typ 2</i>	<i>Typ 3</i>	<i>Typ 4</i>
<i>Freelancer-Identität</i>	<i>Multiple Jobs-Identität</i>	<i>Berufs-Identität</i>	<i>Virtuelle Team-Ident.</i>
Fall 03	Fall 01	Fall 04	Fall 20
Fall 10	Fall 02	Fall 07	Fall 23
Fall 11	Fall 12	Fall 08	Fall 24
Fall 13	Fall 15	Fall 09	
Fall 17	Fall 16	Fall 14	
	Fall 18		
	Fall 22		

Primäres Identifikationsziel	Arbeitsform			Typ 1 Freelancer-Identität
	Berufsgruppen	Typ 4 Virtuelle Team-Identität	Typ 3 Berufs-Identität	
	Plattformen		Typ 2 Multiple-Jobs-Identität	
	Virtuelle Teams			
		exklusiv	ergänzend	implizit
Rolle Crowdwork im Netzwerk				

Abbildung 19: Soziale Identitäts-Typologie von Crowdworkern mit vier Typen.

Typ 1: «Freelancer-Identität»

Dieser Identitätstyp orientiert sich primär an seiner Arbeitsform und/oder Berufsgruppen, d.h. es liegt eine starke Identifikation mit der Gruppe der Freelancer/Selbständigen und/oder mit der beruflichen Tätigkeit vor. Zu letzterem gehören die sozialen Gruppen der Autoren/innen, der Texter/innen oder Journalisten/innen. Es kommen in diesem Typen keine Gruppen aus dem Testing-Bereich vor, alle zugeordneten Fälle gehen der Texter/innen-Tätigkeit nach. Den Gruppen der Autoren/innen und Texter/innen anzugehören bedeutet für diesen Typen, sich als «freie/n» und selbständige/n Arbeiter/in zu verstehen und sich von anderen Arbeitnehmenden mit festen Anstellungsverhältnissen und regelmässigen Arbeitszeiten (der Outgroup) abzugrenzen. Dies auch dann, wenn in der SIM keine Gruppe wie die der Selbständigen vorkommt.

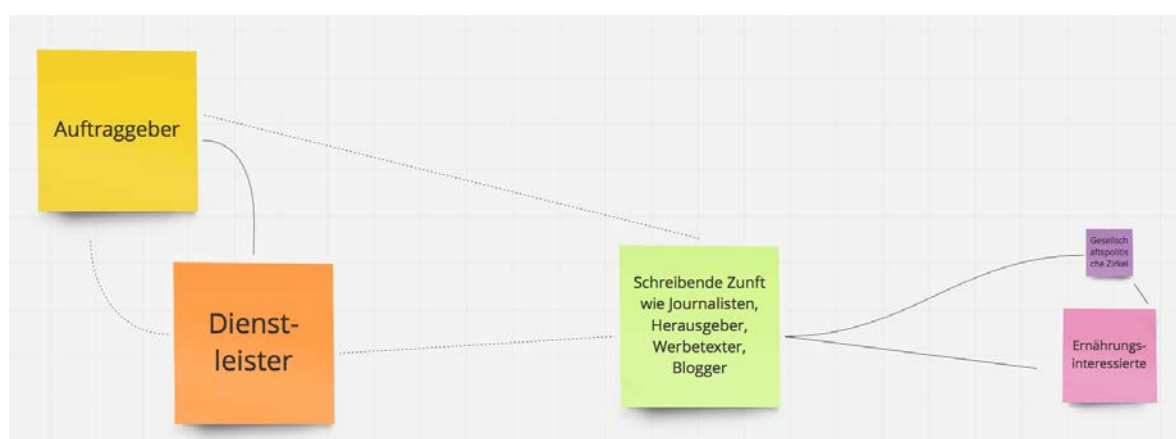
Die Rolle von Crowdwork ist in der Identitätsstruktur dieses Typs eine implizite, d.h. die Arbeit über Plattformen ist Bestandteil der sozialen Gruppen der Selbständigen oder Freelancer, welche Crowdwork und andere Arbeitsformen nutzen. Somit stellt Crowdwork keine eigene soziale Gruppe dar (z.B. die Crowdworker), zu der sich Typ 1 zugehörig fühlen würde. Auch Plattformen spielen als Identifikationsziel kaum eine Rolle, sie haben vielmehr eine instrumentelle Bedeutung. Plattformen werden als nützliches Tool, als Kommunikationskanal oder als Zugang zu einem Auftragspool betrachtet. Auftraggeber sind für die Identität ebenfalls kaum von Bedeutung, sie tauchen höchstens in übergeordneten sozialen Gruppen der «Berufskontakte» auf, wozu aber z.B. auch Freelancer-Kollegen/innen oder Auftraggeber ausserhalb von Crowdwork gehören. Die Gruppe dieser «Berufskontakte» passt inhaltlich zur Gruppe der Selbständigen und Freelancer.

Soziale Identitäten zu Organisationen, welche als herkömmliche Arbeitgeber bezeichnet werden könnten, kommen kaum vor. Eine solche Identität stünde in einem Konflikt mit der Identität als Selbständige/Freelancer (was die Werte und Normen der Gruppen betrifft). Die Gruppen der Selbstständigen und des Berufs/Tätigkeit widerspiegeln in gewisser Hinsicht die Heterogenität der Arbeitswelt im Sinne von wechselnden Auftraggebern (Organisationen, Einzelpersonen). Neben den sozialen Gruppenmitgliedschaften dieses Typs fällt bei den Aussagen der Crowdworker auf, dass die örtliche Flexibilität eine sehr wichtige Rolle spielt. Drei der fünf Fälle des Typs 1 leben und arbeiten nicht mehr in ihrem Heimatland, d.h. im Osten Europas, auf einer Mittelmeerinsel oder geben an, dauernd unterwegs (international) zu sein.

Kasten 1: Prototyp Freelancer-Identität.

Repräsentativ für diesen Typen ist Fall 10¹⁵:

Der Autor lebt und arbeitet auf einer Insel im Süden Europas. Er identifiziert sich stark mit Autoren oder wie er selber sagt, mit «der schreibenden Zunft», einer Gruppe von Menschen, die verschiedenste Textarten in verschiedenen Medien schreibt (Blogs, Rezepte, Kurzgeschichten etc.). In dieser Tätigkeit integriert ist somit auch das Schreiben von Texten für Crowdsourcing-Plattformen. Die Freiheit und Selbständigkeit kommen neben der räumlichen Unabhängigkeit in den beiden Gruppen der «Auftraggeber» und «Dienstleister» zum Ausdruck (s. unten), ein Netzwerk, eine kleine eigene «Infrastruktur» (Abs. 50). Hier mitgedacht ist die Plattform, die als Tool betrachtet wird. Dazu gehören noch zwei drei weitere Plattformen, für die er tätig ist. Crowdworker ist keine adäquate Bezeichnung für den Autor, hiervon grenzt er sich bewusst ab, «Crowdwork ist negativ konnotiert und klingt nach Tagelöhner» (Abs. 209), was nicht zu ihm passe. Die Arbeitsform und die Berufsidentität haben ein stärkeres Gewicht. Er sieht die Arbeitsform als Chance und Möglichkeit, ein hohes Mass an Freiheit erleben zu können.



¹⁵ Nicht repräsentativ für den Typen sind die beiden sozialen Gruppen «Gesellschaftspolitische Zirkel» und «Ernährungsinteressierte». Hier handelt es sich um persönliche Interessensgruppen im Rahmen der Tätigkeit.

Typ 2: «Multiple Jobs-Identität»

Der Typ 2 zeichnet sich durch die Mischung von Identitäten aus verschiedenen Arbeitsbereichen und -formen aus. Das primäre Identifikationsziel im Bereich Crowdfunding ist eine online Plattform. Diese Identifikation zeigt sich in unterschiedlicher Art, z.B. durch Aussagen wie «ich bin stolz» bei einer bestimmten Plattform arbeiten zu können (vgl. Kapitel 9.1.1). Oder indem sich die Crowdfunder bei der Frage nach der Bedeutung der Plattform als Identifikationsziel von sich selber als Mitarbeitende sprechen und die Plattform als Arbeitgeberin bezeichnen.

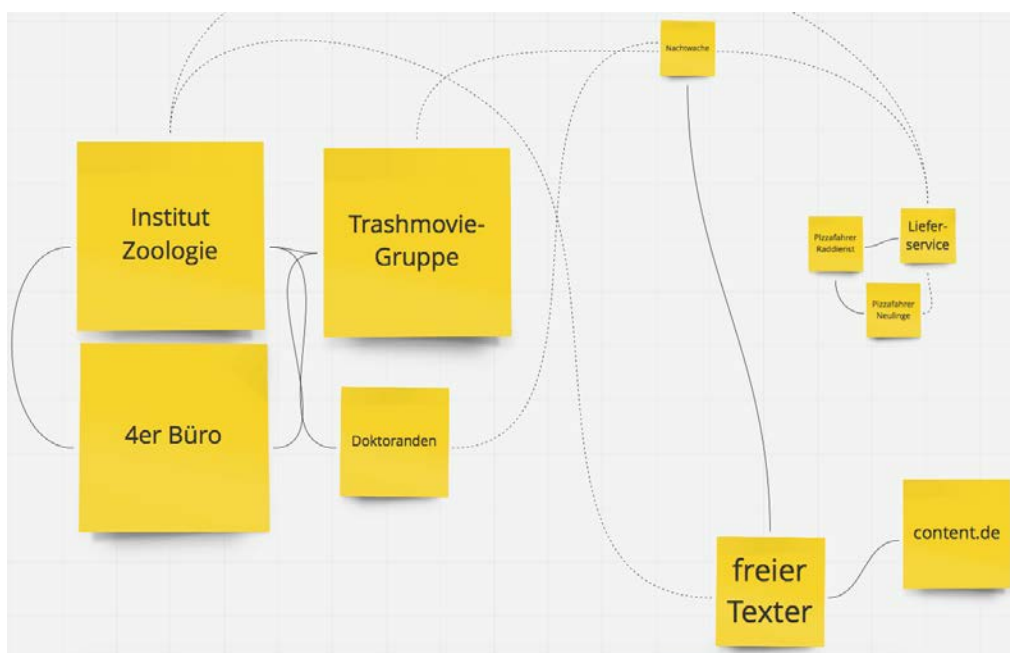
Neben der Identifikation mit der Plattform kommen weitere soziale Gruppenmitgliedschaften im Arbeitskontext vor, so dass die Identifikation mit der Plattform als eine von mehreren arbeitsbezogenen sozialen Identitäten angesehen werden kann. Der Name des Typs «Multiple-Jobs-Identität» verdeutlicht, dass Beziehungen zu verschiedenen Arbeitgebern (Organisationen) vorliegen. Dazu wird eben auch eine online Plattform gezählt. Die Tätigkeit als Crowdfunder ist folglich eine von mehreren, die für die berufliche Identität relevant ist.

Die Heterogenität der Arbeitswelt zeigt sich in diesem Typen in den verschiedenen sozialen Identitäten aus dem Arbeitsbereich. Soziale Gruppenmitgliedschaften, die sich auf einen Beruf beziehen (wie z.B. «freie Texter»), kommen auch vor, unterstreichen aber vielmehr das Bild der Heterogenität der sozialen Gruppen insgesamt.

Kasten 2: Prototyp Multiple Jobs-Identität.

Repräsentativ für diesen Typen ist Fall 12:

Die wissenschaftliche Mitarbeiterin einer deutschen Universität identifiziert sich stark mit ihrer Arbeitgeberin, dem Institut für Zoologie sowie weiteren, dort zugehörigen sozialen Gruppen, wie zum Beispiel dem Büro, indem sie ihren Arbeitsplatz hat. Im Hinblick auf Crowdwork identifiziert sie sich mit der Plattform content.de, für die sie als freie Texterin Aufträge bearbeitet. Diese Plattform sei ihre «Lieblingsseite» und sie sei «stolz darauf [...] bei Content zu arbeiten» (Abs. 144). Neben den Tätigkeiten auf content.de finden sich noch weitere Gruppenmitgliedschaften zu Nebenjobs (Organisationen), wie jene der Nachtwache in einem Spital oder dem eines Lieferservices. Die Heterogenität der Arbeitswelt wird durch die verschiedenen Anstellungsverhältnisse und Jobs sichtbar. Neben der Identifikation mit Organisationen gibt es auch Berufs-/Tätigkeitsgruppen, mit denen sie sich identifiziert. Die Intensität (Pensum) der Tätigkeit des Texteschreibens fällt angesichts der verschiedenen Jobs etwas geringer aus und beläuft sich auf rund 15 Stunden pro Woche.



Typ 3: «Multiple Berufs-Identität»

Die wichtigsten Identifikationsziele des Typs 3 sind Berufsgruppen (Tätigkeiten), wie z.B. die Autoren/innen oder Informatiker/innen. Diese Feststellung trifft nicht nur auf die mit Crowdworking in Beziehung stehenden Tätigkeiten zu, sondern auch auf Bereiche ausserhalb. So sind auch Identifikationen mit anderen Berufsgruppen wie z.B. Biologen/inne, Lehrer/innen, Wissenschaftler/innen für diesen Typen wichtig. Typ 3 fühlt sich sowohl der Gruppen für die Crowdwork-spezifische Tätigkeit wie auch einer Gruppe für andere berufliche Tätigkeiten (oder Berufe) zugehörig. Der

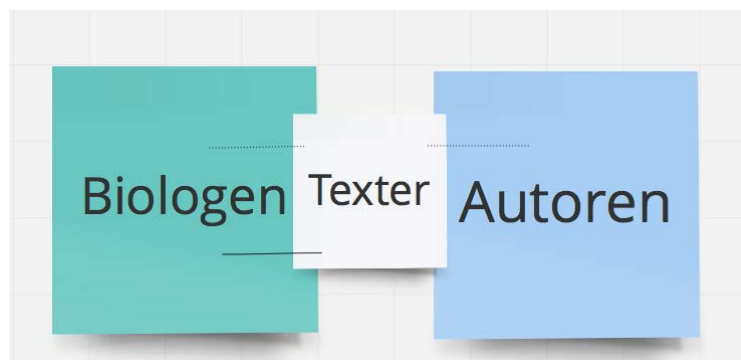
Typ 3 ist dem Typ 2 ähnlich, ausser, dass er sich nicht mit Plattformen oder plattformnahen Gruppen identifiziert.

Die mit den Berufsgruppen assoziierten Tätigkeiten können recht ähnlich sein (z.B. Texter/innen und Autor/innen), und werden voneinander abgegrenzt. Mit Bezug zu den verschiedenen Berufsgruppen sind bei diesem Typen tendenziell mehr Identitätskonflikte als bei den anderen Typen zu beobachten. Typisch ist z.B., dass Qualitätsanforderungen oder künstlerische Interessen an der Tätigkeit in der einen Berufsgruppe, den Erwartungen der anderen Gruppe (Crowdworker-Tätigkeit: effiziente(re) Auftragsabwicklung) widersprechen. Auf den Zusammenhang der Typologie mit Konflikten wird später eingegangen (s. Kapitel 10.3). Die Arbeitsform spielt eine weniger wichtige Rolle. Es liegen keine sozialen Gruppen wie «Selbständige» vor.

Kasten 3: Prototyp Multiple Berufs-Identität.

Repräsentativ für diesen Typen ist Fall 07:

Die Biologin und Autorin identifiziert sich stark mit ihren Berufsgruppen (die beiden Klebekarten sind entsprechend gross, verglichen mit der Karte der «Texter»). Das Schreiben ist ihr wichtig. Sie unterscheidet dabei aber zwischen Texten, welche sie für Plattformen schreibt und Texten, die sie ohne Auftrag, aus eigener Idee verfasst. Entsprechend spricht sie von den beiden Gruppen der Texter/innen und der Autoren/innen. Als Autorin schreibt sie mit Begeisterung Kurzgeschichten. Der Gruppe der Texter/innen fühlt sie sich zugehörig, weil sie auf der Plattform die Qualifikationstests bestanden hat und somit als Texterin zugelassen ist, und weil sie mit diesen Texten Geld verdienen muss (die Biologin ist arbeitslos). Die Gruppe der Texter/innen grenzt sie von der Gruppe der Autoren/innen ab. Mit den beiden Gruppen verbindet sie unterschiedliche Qualitätsanforderungen an die Texte. Das kann mitunter zu einem Konflikt aufgrund der gegenläufigen Erwartungen zwischen den Gruppen führen. Eine Identifikation mit einer Plattform ist hingegen nicht der Fall, weil die Plattform «zu unpersönlich» sei (Abs. 32). Texte für Plattformen schreibt sie, wenn immer möglich, auf ihrem Fachgebiet der Biologie.



Typ 4: «Crowdworking-Team-Identität»

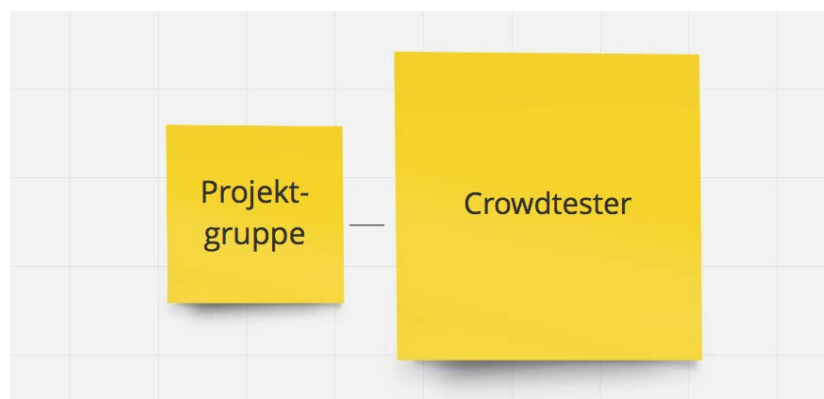
Das entscheidende Merkmal dieses vierten Typs ist die exklusive berufliche Identität im Bereich Crowdworking. Es handelt sich bei diesem Identitätstyp um soziale Gruppenmitgliedschaften, die alle einen direkten Bezug zur Tätigkeit als Tester/innen haben. Gleichzeitig liegt bei diesem Typen eine Identifikation mit einem virtuellen Team (Projektteam) vor, das sich regelmässig an online Meetings trifft, gemeinsam Aufträge bearbeitet und Ergebnisse bespricht. Die Identifikation mit den virtuellen Teams ist relativ stark. Die Mitglieder der virtuellen Teams werden von Auftrag zu Auftrag neu zusammengestellt, gleichwohl sind immer wieder Tester/innen dabei, die sich gegenseitig kennen. Dann ist auch die Tätigkeit als Tester/in eine wichtige und differenzierende im Vergleich zu anderen Crowdwork-Tätigkeiten. Die Arbeitsidentität dieses Typs enthält eine entsprechend starke Identifikation mit der Gruppe von Menschen, die unabhängig von einer bestimmten Plattform, dieselben Tätigkeiten als Tester ausführen. Mit der Plattform identifizieren sich die Fälle dieses Typs kaum oder gar nicht. Die untersuchten Crowdworker mit diesem Identitätstyp arbeiten auf ein bis zwei verschiedenen Testing-Plattformen.

Ein ebenfalls wichtiges Merkmal von Typ 4 ist seine Identitätsstruktur. Sie ist eine einfache und weist nur wenige soziale Identitäten mit einzelnen, positiven Verbindungen zwischen den Identitäten auf, die sich gut vereinbaren lassen. Crowdworker des Typs 4 identifizieren sich in Abgrenzung zu den anderen nicht mit Selbständigen oder Freelancern. Die Arbeitsform ist Teil der aufgeführten Gruppen der Crowd-Tester.

Kasten 4: Prototyp Crowworking-Team-Identität.

Repräsentativ für diesen Typen ist Fall 20:

Frau B. arbeitet abends auf Testing-Plattformen, ca. 3 bis 4 Stunden an drei Tagen die Woche. Mit den beiden Plattformen, für die sie arbeitet, identifiziert sie sich kaum. Umso wichtiger ist ihr aber die jeweilige virtuelle Projektgruppe, in der sie mit anderen zusammen Tests durchführt und online bespricht. Die Tätigkeit, d.h. die Gruppe der Crowd-Tester, ist für Frau B. wichtig. In diesen Teams treffe man immer wieder auf die gleichen Leute, mit denen man in mehreren Sitzungen dieselben Produkte teste, was ihr gut gefällt. Die Testing-Tätigkeit ist die einzige berufliche Tätigkeit von Frau B. und somit ist ihre berufliche Identität auch explizit dem Bereich des Crowworkings zuzuschreiben. Entsprechend klein ist die Zahl der sozialen Gruppen in der SIM. Für Frau B. hat das Privatleben neben dem Berufsleben eine grössere Bedeutung. Umso zufriedener ist sie, eine flexible Arbeitsform gefunden zu haben, die ihrem Privatleben angepasst werden kann.



Spezialfälle: Fälle mit nicht eindeutigen Zuordnungen zu den vier Typen

Gewisse Fälle lassen sich nicht eindeutig den vorgestellten Typen zuordnen, weil sie z.B. Merkmalsausprägungen (insbesondere bei Merkmal 1) zweier Typen aufweisen. Es handelt sich um vier Fälle, die nicht klar zuteilbar sind. Diese Fälle sind in der Abbildung 18 in roter Schrift markiert. Bei diesen Fällen haben meist die Erzählungen beim Zuteilungsentscheid geholfen. Die betreffenden Fälle werden hier kurz diskutiert und es wird festgehalten, welchem Typen die Fälle schliesslich zugeteilt wurden:

- Fall 14: Dieser Fall ist Typ 3 zugeteilt. Die Plattform wird in der SIM aufgeführt, was als Identifikationsziel interpretiert werden kann. An anderer Stelle im Interview sagt dieselbe Person aber, es sei nicht so, dass Content eine Firma sei, der sie sich zugehörig fühle (139). Insgesamt scheint nicht klar, welchen Gruppen sich die Person zuordnen will. Dies könnte Ausdruck von Identitätsarbeit sein. Darauf hindeuten würde auch die lose Netzwerkstruktur, aus der nicht klar hervorgeht, wie die Gruppen zueinander in Beziehung stehen.

- Fall 13: Dieser Fall wurde Typ 1 zugeordnet. In der SIM von Fall 13 wird eine Plattformorganisation und eine Freelancer-Gruppe abgebildet. Es sind Elemente, die für Typ 1 resp. 2 von Bedeutung sind. Die Freelancer-Gruppe enthält jedoch die grössere Klebekarte, was für eine grössere Gewichtung steht. Zudem wird im Interview die Plattform primär als Kanal oder Software bezeichnet.

«Mit Content an sich kann ich mich zwar identifizieren und ich stehe eigentlich auch sehr hinter dieser Plattform, ich fühle mich persönlich nur einfach weniger als jemand, der halt auf Content seine Aufträge und seinen Lebensunterhalt findet, sondern eher in der Position, Content als nützliches Softwaretool oder als Kommunikationstool oder als Auftragspool zu nutzen» (Fall 13, Abs. 136).

Beide Zuordnungen, zu Typ 1 oder 2, könnten aufgrund des Zitats vorgenommen werden. Aufgrund der Klebekartengrösse (primäres Identifikationsziel) wird Fall 13 Typ 1 zugeordnet. Das Aufführen der Plattform in der SIM könnte auch als Methodeneffekte diskutiert werden, weil die Plattformorganisation zur Teilnahme an dieser Studie aufgerufen hat.

- Vergleichbar mit Fall 13 ist Fall 02, bei dem ebenfalls die Gruppen «Selbständige» und «content.de» genannt werden. Dort verlief die Zuteilung gerade umgekehrt, weil die Identifikation mit der Plattform höher zu gewichten ist als die Arbeitsform.
- Fall 04: Der Beruf als Texter/in steht im Vordergrund, und grenzt sich ab von den Gruppen Journalisten/innen und Autoren/innen. Die Person möchte sich von der Texterin weg entwickeln und noch mehr Autorin und Journalistin werden. Crowdwork und die Gruppe der Texter/innen sowie Journalisten/innen und Autoren/innen werden in der Erzählung deutlich differenziert und voneinander abgegrenzt. Dies spricht für die Zuteilung zu Typ 3, zumal auch Crowdwork als explizite und differenzierte Gruppe in der SIM vorkommt. In der SIM befindet sich aber auch die Gruppe der Selbständigen. Diese Aspekte würden für Typ 1 sprechen. Ebenso, dass die wichtigsten Gruppen im Netzwerk (gemäss Zuordnungsregel) die der Texter/innen und der Selbständigen sind (wichtiger noch als die Gruppe der Crowdworker). Zudem wird Crowdwork später eher als «[...] die Art, wie Arbeit organisiert ist» (Abs. 77) beschrieben. Die Gruppe Crowdwork könnte auch hier als Methodeneffekte diskutiert werden (Interview findet im Rahmen des Crowdworkings statt). Aufgrund der zuletzt genannten Beobachtungen wird Fall 04 Typ 1 zugeteilt. In der Beschreibung der eigenen SIM sagt die Person, die SIM ist «[...] symmetrisch, strukturiert [...], es kommt für mich ein gewisser Drang nach Unabhängigkeit zum Ausdruck, das ist nämlich schon kennzeichnend» (Abs. 141).
- Fall 18: Diese Person hat aufgrund eines Stellenverlusts als Journalistin unfreiwillig zu Crowdwork gewechselt. Im Interview berichtet sie viel aus der Zeit als Journalistin und davon, dass sie sich nur schlecht mit der neuen Arbeitsform identifizieren könne. Eine soziale Gruppenmitgliedschaft zu Journalisten/innen existiert auf der SIM nicht, es sei ja

nicht mehr aktuell. Dagegen identifiziert sie sich mit der Plattform, die als eine Art Arbeitgeberin betrachtet wird. Das Ergebnis der SIM ist ein Netzwerk mit Crowdworking-Gruppen (exklusiv, mit Ausnahme der Gewerkschaft, der sie schon immer angehört habe). Fall 18 passt von der Erzählung her und aufgrund der Identifikation mit der Plattform (als eine Art Arbeitgeber) nicht zu den anderen Fällen des Typs 4. Würde nur die Exklusivität der Gruppen zum Bereich Crowdworking betrachtet, müsste sie Typ 4 zugeordnet werden. Aufgrund der Erzählungen und der Identifikation mit der Plattformorganisation wird sie Typ 2 zugeteilt.

Die Typologie wird mit den wichtigsten Beschreibungen zu den Merkmalen in Tabelle 10 in einer Kurzform zusammengefasst.

Tabelle 10: Kurzform der Typologie.

Merkmale	Identitätstyp			
	Typ 1 Freelancer- Identität	Typ 2 Multiple Jobs- Identität	Typ 3 Berufs- Identität	Typ 4 Crowdworking- Team-Identität
<i>Primäres Identifikationsziel</i>	<ul style="list-style-type: none"> – soz. Gruppen der Freelancer, Selbständigen, digitale Nomaden/innen und Berufsgruppen – Plattform wird als Tool verstanden 	<ul style="list-style-type: none"> – Identifikation mit der Plattform als Arbeitgeberin ist charakteristisch 	<ul style="list-style-type: none"> – Identifikation mit Beruf(en) und Tätigkeit(en) im Zentrum der soz. Identitäten 	<ul style="list-style-type: none"> – Identifikation mit soz. Gruppen im Bereich Crowdworking: virtuelles Team als plattformnahe Gruppe und Berufsgruppen (Tester/innen)
<i>Rolle v. Crowdwork in der SIM</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Crowdwork ist impliziter Bestandteil der Freelancer-/Berufs-Gruppe 	<ul style="list-style-type: none"> – Crowdwork wird auf der SIM mit Identitäten aus anderen Berufsbereichen kombiniert – Vielfalt sozialer Gruppen ist tendenziell hoch 	<ul style="list-style-type: none"> – mit anderen Berufsgruppen kombiniert – in der SIM mehrheitlich large-scale Gruppen 	<ul style="list-style-type: none"> – es kommen exklusiv Identitäten aus dem Crowdworking-Bereich vor – wichtigere soziale Identitäten ausserhalb der Arbeit vermutet

9.4.4 Konkretisierung der Typologie: Sinnzusammenhänge zu Sekundärinformationen

Ausgehend von der Beschreibung der Typologie werden im nächsten Schritt Sinnzusammenhänge mit sekundären Informationen hergestellt. Das bedeutet, die Typen werden mit Variablen (Codes), welche nicht für die Typenbildung verwendet wurden, in Zusammenhang gebracht, um zu prüfen, inwieweit eine bestimmte weitere Information (Variable/Code) typenspezifisch ist. Das bedeutet, die Typologie soll durch diesen Schritt nicht weiter verändert werden, sie ist für diese Arbeit als definitiv zu betrachten. Die Typologie wurde dann aber mit weiteren Informationen in

Beziehung gesetzt. Es wurde z.B. untersucht, welche Tätigkeiten (Testing vs. Schreiben von Texten) die Fälle pro Typ angegeben haben. Damit kann festgestellt werden, ob sich die Typen aufgrund der Tätigkeit unterscheiden lassen. Solche Sinnzusammenhänge wurden mit einer Reihe von weiteren Informationen untersucht: zur Arbeitsform (Texting vs. Testing) zur Intensität sowie zu soziodemographischen Merkmalen. Ebenfalls geprüft wurden potentielle Zusammenhänge zur beruflichen Situation vor dem Beginn von Crowdwork sowie zu Auslösern und Motiven. Jene, welche eine weitere Schärfung der Typen zulassen, werden in diesem Kapitel berichtet (Tabelle 11). Alle anderen Ergebnisse finden sich im Anhang C.

Tätigkeiten

Typ 1 und Typ 3 weisen nur Fälle mit Einzelarbeit oder Texting-Tätigkeit auf, während Typ 4 nur Fälle mit Testing-Tätigkeiten enthält. In Typ 2 kommen Fälle mit beiden Tätigkeiten vor. Die interviewten Crowdworker arbeiten auf Plattformen (content.de, testbirds.de und andere), die unterschiedliche Formen der Auftragsorganisation aufweisen, was die Zusammenarbeit mit anderen Crowdworkern betrifft. Die befragten Tester/innen arbeiten auf gewissen Testing-Plattformen in virtuellen Teams, in denen die Tests vorgenommen und/oder Testergebnisse diskutiert werden. Diese Form der Auftragsorganisation unterscheidet sich von jener der Texter/innen, welche berichten, dass sie ihre Schreibearbeit in Einzelarbeit ausführen und dass Kontakte mit Dritten nur selten erfolgen. Diese zwei Formen der Zusammenarbeit resp. Einzelarbeit haben einen Einfluss auf die Identifikation mit Teams und Organisationen, insofern sie bereits spezifische Identifikationsangebote liefern. Die Konstruktion der Typologie könnte in dieser Hinsicht eine gewisse Plattformspezifität aufweisen, oder anders formuliert, sie hat Typen hervorgebracht, die innerhalb dieses Samples tätigkeitsspezifisch (Einzel- vs. Teamarbeit) sind.

Intensität

Die Intensität (Arbeitshäufigkeit/Pensum) von Crowdwork verteilt sich über alle Typen hinweg mit leichter Tendenz zu weniger Wochenstunden bei Typ 2 und 4. Bei Typ 2 handelt es sich um die Multiple Jobs-Identität, bei welcher eine vielfältige Beschäftigung vorliegt, weshalb eine eher tiefere Intensität vermutet wird. Allerdings können auch die anderen Typen Fälle enthalten, welche nur wenige Wochenstunden im Crowdworking-Bereich aufweisen. Typ 1 und 3 stehen in Verbindung mit relativ vielen Wochenstunden.

Eine insgesamt hohe Crowdworking-Intensität war erklärtes Selektionskriterium bei der Fallauswahl. Die beschriebenen Zusammenhänge von Identität und Intensität gehen auf den ersten Blick in eine plausible Richtung, bleiben aber insgesamt vage und sind höchstens Tendenzen. Für verlässlichere Aussagen bedarf es weiterer Untersuchungen zur Intensität von Crowdwork und allfälligen Zusammenhängen zur Typologie.

Freiwilligkeit

Insgesamt berichten 14 der 20 Fälle, freiwillig Crowdwork als Arbeitsform gewählt zu haben, d.h. nicht aufgrund einer finanziellen Notlage. Die anderen 6 Fälle haben aufgrund von Jobverlust, Ausbildungsabbruch oder persönlicher Krise zu Crowdwork gefunden. Diese Auslöser werden im

nächsten Abschnitt beschrieben. Beide Varianten kommen in allen vier Typen vor. Crowdworker, die Identitätstyp 1 oder 2 aufweisen, scheinen sich mehrheitlich freiwillig entschieden zu haben.

Berufliche Situation vor und Auslöser für Crowdfunding

Die berufliche Situation vor der Crowdfunding-Tätigkeit sowie Auslöser (inkl. Motive) für den Beginn mit Crowdfunding (oder auch dessen Intensivierung) sind unterschiedlich. Inhaltlich passen sie zu den einzelnen Identitätstypen. So zeigt sich in den Erzählungen, dass zwei Fälle von Typ 1 schon vor der Crowdfunding-Tätigkeit selbständig waren oder «schon immer» das Ziel des «Selbständigseins» verfolgten. Bei Typ 1 erfolgte eine berufliche Veränderung von einer Anstellung oder aus der Arbeitslosigkeit heraus zur Selbständigkeit. Drei Fälle berichten von der Suche nach einem Nebenjob (insbesondere bei Typ 2) oder zur Sicherheit für die Selbständigen-Tätigkeit. Vier der sieben Crowdworker mit Identitäts-Typ 2 berichten auch von einer festen Anstellung vor und während der Crowdfunding-Tätigkeit. Sie kombinieren Crowdwork als zusätzlichen Job mit anderen Jobs, z.B. mit einer Festanstellung in einer anderen Organisation. Zu diesem Typ passt auch der Wunsch «nach Abwechslung», der durch Tätigkeiten auf Plattformen erfüllt werden kann.

Zum Thema der beruflichen Veränderung zählt zudem auch der Studienabschluss, verbunden mit bisher erfolgloser Stellensuche oder einem missglückten Wiedereinstieg nach der Elternzeit (Typen 2 und 4). In solchen Situationen wurde Crowdfunding als Überbrückungslösung gewählt. In weiteren 6 Fällen wurde während des Studiums mit Crowdfunding als Nebenjob begonnen. In zwei dieser Fälle wird zudem berichtet, dass man beim Crowdfunding «hängen geblieben sei» und nach dem Studium keine weitere Stelle mehr gesucht habe.

An der Stelle kann festgehalten werden, dass sich tendenziell sowohl die berufliche Situation als auch die Auslöser für Crowdfunding entlang der Typologie erklären und einordnen lassen. Bei der Interpretation ist Vorsicht geboten, da die genannten Sekundärinformationen zu Ursache und Berufssituation vor Crowdfunding nicht gleichzusetzen sind mit Identität und zudem auch keine kausalen Einflüsse beschrieben werden können.

Die Typologie wurde nun durch die Sinnzusammenhänge mit sekundären Merkmalen ergänzt. Als Zusammenfassung dient Tabelle 12, in der die primären und die sekundären Merkmale pro Typ aufgelistet sind.

Tabelle 11: Sinnzusammenhänge der Typen und Sekundärinformationen.

Sekundärinformationen	Identitätstyp			
	Typ 1 Freelancer- Identität	Typ 2 Multiple Jobs- Identität	Typ 3 Berufs- & Tätig- keits-Identität	Typ 4 Crowdworking- Team-Identität
<i>Tätigkeit auf Plattform</i>				
– Texting: Einzelarbeit	5	4	5	--
– Testing: Einzelarbeit/ virtuelle Teamarbeit	--	3	--	3
<i>Intensität Crowdwork</i>				
– 4-8 h/Wo	--	2	1	--
– 9-16 h/Wo	2	2	--	1
– 17-24 h/Wo	--	2	1	1
– 25-32 h/Wo	2	--	1	--
– 33-40 h/Wo	--	1	1	1
– > 40 h/Wo	1	--	1	--
<i>Freiwilligkeit Crowdwork</i>				
– ja	4	6	2	2
– nein	1	1	3	1
<i>Berufliche Situation vor Crowdworking (CW)</i>				
– Anstellung	1	4	2	--
– Ausbildung/Studium	1	2	2	1
– selbständig (exkl. CW oder kombiniert)	2	1	--	--
– nicht erwerbstätig (z.B. Elternzeit)	1	--	1	2
<i>Auslöser für Crowdwork</i>				
– Selbständigkeit (Auf- bau, Absicherung)	3	1	--	--
– Nebenjob gesucht	--	3	--	--
– Elternzeit	--	--	1	2
– Veränderungs-Motiv	1	2	--	--
– «hängen geblieben» (z.B. nach Studium)	--	--	1	1
– Jobverlust, kein Job nach Studium, Ausbil- dungsabbruch	1	1	3	--

Anmerkungen: Die Werte sind Häufigkeiten der Fälle pro Typ und Sekundärinformation; Jobverlust als Auslöser für Crowdworking steht auch in Zusammenhang mit privaten Vorkommnissen wie Scheidungen, schwere Krankheiten oder Todesfälle nahestehender Personen.

Tabelle 12: Zusammenfassung: Primär- und Sekundärmerkmale der Typologie.

Merkmale	Identitätstyp			
	Typ 1 Freelancer- Identität	Typ 2 Multiple Jobs- Identität	Typ 3 Berufs-Identität	Typ 4 Crowdworking- Team-Identität
<i>Primär-Merkmale</i>				
primäres Identifikationsziel	Arbeitsform & Tätigkeit/Beruf	Plattform	Tätigkeit/Beruf	virtuelles Team & Tätigkeit/Beruf
Rolle v. Crowdwork in der SIM	implizit	ergänzend	ergänzend	exklusiv
<i>Sekundär-Merkmale</i>				
Intensität Crowdwork	hoch	mittel	hoch	mittel
Tätigkeit/Arbeitsorganisation	Einzelarbeit	unabhängig von Tätigkeit	Einzelarbeit	virtuelle Team-Arbeit
Freiwilligkeit	freiwillig	freiwillig	gemischt	gemischt
Auslöser & Motive	Wunsch nach Selbständigkeit & beruflicher Veränderung	Nebenjob gesucht, Veränderungs-Motiv	persönliche Krise, «hängen geblieben», Elternzeit	Elternzeit, «hängen geblieben»

10 Ergebnisse zum Gesundheitsbezug: Soziale Identitäten als Ressource

Der konzeptionelle Bezug von sozialen Identitäten und Gesundheit wurde in dieser Arbeit über die Bedeutung sozialer Identitäten als Ressource hergestellt (z.B. Greenaway et al., 2015, Jetten et al. 2014). Inwieweit eine soziale Identität als Ressource betrachtet werden kann, hängt davon ab, ob sie eine subjektiv positive Bedeutung hat, wie stark die Identifikation ist und wie eine betreffende Identität mit anderen sozialen Identitäten in Verbindung steht (Brook et al., 2008, Miller et al., 2016). Soziale Identitäten können somit durch ihre Bedeutung als Ressource oder Belastung (Identitätskonflikte) Hinweise für Einflüsse auf die psychische Gesundheit liefern. Diese Ressourcenfrage erlaubt es folglich, die Arbeitsidentität von Crowdworkern in einen erweiterten Kontext einzubetten und damit auch die Relevanz der Betrachtung sozialer Identitäten aufzuzeigen.

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurde untersucht, über welche sozialen Identitäten Crowdworker in diesem Arbeitsbereich berichten, wie wichtig diese für sie sind und in welcher Beziehung diese Identitäten zu anderen sozialen Identitäten stehen. Der angewendete qualitative netzwerkanalytische Ansatz erlaubte, diese Aspekte in den Interviews mit Crowdworkern zu thematisieren und zu beschreiben. Der erste Aspekt, nämlich welche sozialen Gruppen beschrieben werden, ist Gegenstand des Resultate-Kapitels (Kapitel 9). Deshalb wird nun in zusammenfassender Art und Weise über diese «neuen» sozialen Gruppen im Crowdworking-Kontext berichtet (Kapitel 10.1). Daran anschliessend folgen Ergebnisse gemäss der vierten Forschungsfrage zur Bedeutung sozialer Identitäten als Ressource, wobei die Vereinbarkeit sozialer Identitäten eine besondere Rolle spielt (Kapitel 10.2 und 10.3). Die Ergebnisse werden dann mit der Identitätstypologie in Beziehung gebracht (Sinnzusammenhänge, Kapitel 10.4).

10.1 Neue soziale Gruppen im Crowdworking als Ressource

Die Arbeit auf Crowdsourcing-Plattformen stellt eine relativ neue Form von Arbeit und Arbeitsbeziehungen dar. Viele der Crowdworker verrichten diese Arbeit für eine kurze Zeit oder in einem sehr kleinen Pensum. Damit in der vorliegenden Untersuchung die Wirkung dieser virtuellen Arbeitsform auf die Arbeitsidentität überhaupt beobachtet werden konnte, wurden langjährige Crowdworker befragt. Im Hinblick auf die Bedeutung von sozialen Identitäten als Ressource(n) geht es zunächst darum, ob nach dem Einstieg ins Crowdworking neue soziale Identitäten aus diesem Bereich gebildet wurden. Bei einer beruflichen Veränderung, wie z.B. beim Übertritt von einem festen Arbeitsverhältnis hin zur Plattformarbeit, ist entscheidend, dass neue soziale Gruppenmitgliedschaften die weggefallenen Identitäten aus dem alten Arbeitsleben ersetzen können. Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass verschiedene soziale Gruppenmitgliedschaften aus dem Bereich Crowdwork bei den Befragten vorliegen. Und es zeigt sich auch, dass diese Identitäten relevant sind für die betroffenen Crowdworker, wodurch eine wichtige Bedingung für die Ressourcenfrage erfüllt ist. Aber nicht in allen analysierten Fällen ist es gleich gut gelungen, neue Identitäten zu entwickeln.

Diese «neuen» sozialen Gruppenmitgliedschaften sind vielfältig. Es sind die Plattformorganisationen, Gruppen der Selbständigen und Freelancer sowie Berufs- und Tätigkeitsgruppen, denen sich die Crowdworker zuteilen und die auch als wichtige soziale Gruppenmitgliedschaften bewertet wurden. Die Plattformorganisationen spielen in gewissen SIMs eine wichtige Rolle. Es gibt Crowdworker, welche sich mit Plattformorganisationen und mit virtuellen Teams auf den Plattformen identifizieren (vgl. Typ 2 und 4). Auf der anderen Seite gibt es Crowdworker, bei denen diese Plattformen für die Konstitution ihrer Arbeitsidentität kaum relevant sind (vgl. Typ 1 und 3).

Eine weitere bedeutende soziale Identität ist die der Freelancer oder Selbständigen. Es sind soziale Identitäten, welche sich auf die Arbeitsform beziehen. In den Erzählungen wird hier bereits deutlich, inwiefern diese Identität als Ressource betrachtet werden kann. Eine solche soziale Identität könnte gerade bei Unsicherheit in der Auftragslage und dem Einkommen funktional sein. Dann nämlich, wenn geteilte Werte und Einstellungen dieser Gruppe in die Richtung gehen, dass es «normal» ist und «dazu gehört», als Freelancer bis zu einem gewissen Punkt Unsicherheit zu erleben. Dies zeigt sich beispielhaft im folgenden Zitat:

«Es gibt natürlich auch immer mal wieder Löcher. Aber das sage ich mal, das ist jetzt kein spezifischer Nachteil des Crowdworkings, sondern das ist halt so, wenn Sie selbständig oder unternehmerisch tätig sind, dann ist das halt so»
(Fall 04, Abs. 155).

Ob sich nun die Freelancer in Bezug auf den Umgang mit Unsicherheit tatsächlich von anderen Crowdworkern unterscheiden, müsste in weiteren Untersuchungen geprüft werden. Das Zitat zeigt aber, dass eine schlechte Auftragslage aus dieser Perspektive mit Bezug zur Gruppe der Selbständigen beurteilt wird. Neben dieser Gruppe der Selbständigen und Freelancer wurden noch weitere beschrieben, welche eine ähnliche Bedeutung haben dürften. Es ist die soziale Kategorie der «Kreativen», die neben der kreativen Tätigkeit im engeren Sinne sich gewohnt seien, mit wechselnden und schwierigen beruflichen Situationen (Kündigung, Auftragsflaute) eben «kreativ» umzugehen.

Eine weitere soziale Gruppe, die sich auf den Kontext von Crowdwork bezieht, ist jene der digitalen Nomaden/innen. Die entsprechenden Werte und Einstellungen in der Gruppe gehen über die Arbeitsform hinaus und schliessen sogar die Werte einer freien Lebensform (Freiheit, Unabhängigkeit, Autonomie) ein. Freelancer, Kreative und digitale Nomaden/innen sind Gruppen, die vermutlich ein positives Image und damit eine entsprechende Bedeutung für den Selbstwert haben. Im Fall der Identität der «Kreativen» könnte von aussen betrachtet auch von Arbeitslosen gesprochen werden, die nach gewissen Zeiten wieder einen Job finden. Doch eine solche Gruppenmitgliedschaft wäre aufgrund ihrer negativen Bedeutung selbstwertmindernd.

Zu den «neuen» sozialen Gruppen im Crowdworking lässt sich festhalten: Die Tätigkeit im virtuellen Raum hat zu neuen sozialen Gruppenmitgliedschaften geführt, d.h. Crowdworking ist in der einen oder anderen Form (Plattform, Gruppe der Freelancer, Berufsgruppen) Teil der sozialen

Identitätsstruktur geworden. Gemäss Steffens et al. (2016) kommt es im Hinblick auf Gesundheitsbeeinträchtigungen darauf an, dass nach einer grösseren Veränderung (z.B. Arbeitsplatzwechsel) neue soziale Identitäten entstehen können, um allfällige Beeinträchtigungen (z.B. Verlust sozialer Zugehörigkeit, Cruwys et al., 2014) auffangen zu können. Tatsächlich sprechen die SIMs dafür, dass im Bereich Crowdsourcing (neue) soziale Identitäten vorliegen können, ggf. alte Identitäten ersetzt werden, dass aber auch Gruppenmitgliedschaften genannt werden, welche sich implizit auf Crowdfunding beziehen (z.B. Selbständige). Diese Ergebnisse verdeutlichen die unterschiedlichen Varianten, wie sich Crowdfunding in der Arbeitsidentität zeigen kann.

10.2 Wenn neue soziale Identitäten fehlen oder negativ konnotiert sind

Der Übergang in die «Crowdfunding-Welt» gelingt im Hinblick auf neue soziale Identitäten nicht immer. An dieser Stelle werden zwei Fälle etwas genauer betrachtet. So sei als erstes auf Fall 18 hingewiesen, welcher exemplarisch einen sog. «unfreiwilligen» (d.h. durch äussere Rahmenbedingungen bedingter) Wechsel aufzeigt, bei dem nach einer Kündigung keine Anstellung mehr im angestammten Beruf gefunden und unfreiwillig auf Crowdfunding ausgewichen werden musste. Crowdfunder diente in der Lebenskrise als Ausweg und wurde daher nicht der Arbeitsform oder Tätigkeit wegen gewählt, sondern weil zunächst keine andere Arbeitsmöglichkeit zugänglich war. Anschliessend wird der Fall 17 vorgestellt, bei dem Gruppenmitgliedschaften mit negativer Bedeutung vorliegen.

In Fall 18 wird vom Verlust einer Festanstellung als Journalist bei einer Tageszeitung berichtet. Nach der Kündigung folgte eine Zweitausbildung, die aber ebenfalls scheiterte. Schliesslich bot sich Crowdfunding als Überbrückungslösung für die verbleibenden paar Jahre bis zur Pensionierung an. Obwohl in der SIM die Plattform und die Gruppe der Crowdfunder als Identifikationsziele genannt werden, scheint es für die Person aus Fall 18 schwierig, sich als Crowdfunder zu bezeichnen. Der Vergleich der früheren mit der jetzigen Tätigkeit als Journalist resp. Texter zeigt deutliche Unterschiede in der Arbeitsweise auf und betont die vorherrschende Anonymität des Crowdfundings.

«Ich war 23 Jahre Journalist, [...] und ja also ich habe meine berufliche Identität, das ist im Grunde, wenn ich auf mein gesamtes Berufsleben, meine gesamte Erwerbstätigkeit gucke, ist es der Journalismus. [...] Die Identität mit dem Job als Crowdfunder, also die fällt mir schwer. Ich schäme mich nicht zu sagen ich bin das, ich bin das auch, [...] aber er [der Job] ist zu anonym, um da eine Identität aufzubauen. Das ist alles, dazu ist es einfach zu anonym, zu weit weg und es fehlt der persönliche Austausch von Angesicht zu Angesicht mit Arbeitskollegen, Vorgesetzten und Klienten» (Fall 18, Abs. 183).

Das Zitat deutet darauf hin, dass die Tätigkeit als Texter als eine einfache Tätigkeit betrachtet wird, die an den früheren Beruf als Journalist erinnert, von der Arbeitsweise her aber kaum vergleichbar ist. Letzteres komme aufgrund der Anonymität und dem kaum vorhandenen sozialen Austausch zwischen den beteiligten Personen zustande. Der Stellenverlust bei der Tageszeitung hat zum Verlust der sozialen Identität als Journalist geführt: «Das [der Beruf als Journalist] ist die stärkste Prägung, die ich in meinem Berufsleben hatte, und ich bedaure, dass sie eben nicht mehr möglich war» (Fall 18, Abs. 185). Diese verlorene Identität konnte durch die neue Identität als Crowdworker nicht adäquat ersetzt werden. In der SIM taucht keine Gruppe mit einer Bezeichnung Journalisten o.ä. auf. Beim Erstellen der SIM im Interview wählte die Person aus Fall 18 jeweils die kleinsten Kartengrößen pro soziale Gruppe, was bereits auf die geringere Identifikationsstärke hindeutet. Gleichzeitig geht aus der SIM hervor, dass die Plattform doch noch etwas bedeutender bewertet wurde (die Grösse wurde später im Interview korrigiert) als die Gruppe der Crowdworker: «also ich bin als Mitarbeiter von content.de [die Plattformorganisation] bin ich Crowdworker» (Abs. 73). Die Plattform wird im herkömmlichen Angestelltenverständnis als Arbeitgeber betrachtet, Crowdworker als Mitarbeitende (vgl. Kap. 9.1.1). Und es ist die Autorenbetreuung der Plattform, welche eine besondere Bedeutung hat, eine Form von sozialem Austausch darstellt und als Identifikationsangebot gelten kann. Die Identifikation mit der Plattform, der minimale Austausch mit der Betreuungsperson, ersetzt allerdings die mit der früheren Identität des Journalisten verbundene Arbeitsweise (z.B. regelmässige Interviews und Gespräche) nicht. Durch die berufliche Veränderung ist eine soziale Identität weggefallen und konnte nicht durch eine neue ersetzt werden. Es kann festgestellt werden, dass die soziale Gruppe der Crowdworker hier kaum als Ressource betrachtet werden kann. Es ist wahrscheinlicher, dass diese Identität eine negative Bedeutung hat und somit eine Belastung darstellt.

Die Modalität des virtuellen Raumes verändert die Form der sozialen Interaktionen. Fall 18 kritisiert die gefühlte Distanz zu seinen Ansprechpartnern genauso wie die vorherrschende Anonymität. In seinem Netzwerk werden drei Gruppen abgebildet, wovon eine die Gewerkschaft darstellt, in der er seit jeher Mitglied sei. Mit der Plattform und der Tätigkeit (die zwei anderen Gruppen) tue er sich hinsichtlich seiner Identifikation schwer. Diese wenig positive Bedeutung der Gruppen deutet eher auf eine Beeinträchtigung (durch Inkompatibilität mit den pers. Zielen) hin. Und es scheint aufgrund dieser Fallanalyse, dass der virtuelle Kontext des Crowdworkings bei einer abrupten beruflichen Veränderung die Entstehung neuer sozialer Gruppenmitgliedschaften erschwert oder bei Fall 18 bisher vielleicht sogar verhindert hat. Dies passt zu den Ergebnissen zur Beeinträchtigung organisationaler Identifikation durch Virtualität bei Telearbeitenden (Wiesenfeld et al., 2001). Gleichwohl liegen in den untersuchten Fällen soziale Identitäten aus dem Crowdworking-Bereich vor, allerdings sind es Personen, welche alle schon seit geraumer Zeit dieser Tätigkeit nachgehen.

Neben einer «kaum relevanten» Bedeutung sozialer Identitäten wie im obigen Fall wurde auch über Gruppen berichtet, die eine negative Bedeutung haben. Diese beziehen sich hier nicht direkt auf den Berufskontext, sondern auf Lebensformen und Gruppen mit Schicksalsschlägen in der

Vergangenheit. Zwei der untersuchten Fälle sind aufgrund eines negativen Lebensereignisses zu Crowdwork gekommen, was das Vorhandensein einzelner negativer Gruppenmitgliedschaften in den SIMs erklären würde (z.B. Gruppe des geburtenstarken Jahrgangs). Fall 17 ist ein Beispiel für Gruppen mit negativer Bedeutung, resp. für das Fehlen von positiven Identitäten. Zudem steht auch hier der Start mit Crowdworking im Zusammenhang mit einem Bruch im Lebenslauf. Die betreffende Person identifiziert sich mit anderen Personen ihres Jahrgangs (vgl. Kapitel 9.3.2), die ähnliche Schwierigkeiten haben hinsichtlich familiärer Situation (alleinerziehend), Arbeitslosigkeit und prekärer finanziellen Zukunftsaussichten (ungenügende Renten). Diese Jahrgangsgruppe steht in einem gewissen Konflikt mit der sozialen Gruppe der Selbständigen (vgl. Kapitel 9.3.2). Die Gruppe der Selbständigen verschärft die Problematik der Jahrgangsgruppe. Obwohl Crowdwork einen minimalen Handlungsspielraum und damit ein Gefühl der Autonomie schafft, verschlimmert das damit einhergehende finanzielle Risiko des Crowdworkings (oder des Selbständigseins) die ohnehin schlechten Zukunftsaussichten nach der Pensionierung. Es scheint, als stelle die Jahrgangsgruppe eine Art Schicksalsgemeinschaft dar, deren Zugehörigkeit nur solange besteht, wie der dysfunktionale Zustand auch den Attributen der Gruppe entspricht. Verbunden mit der Mitgliedschaft ist der Gedanke, dass man mit einer prekären finanziellen Situation zu rechnen hat, welche weitgehend unkontrollierbar scheint. Ob es sich in diesem Fall tatsächlich um einen Identitätskonflikt handelt oder aber ob es vorwiegend die prekäre finanzielle Situation ist, welche hier zur Geltung kommt, bleibt offen.

Wenn man die beiden Fälle 17 und 18 zusammen betrachtet, so kann festgehalten werden, dass Crowdwork als Weg aus der Arbeitslosigkeit resp. als Prävention beschrieben wird (Fall 18), dass Brüche im Lebenslauf mit weggefallenden Identitäten einhergehen, während neuen Identitäten fehlen (Fall 17 und 18), und dass die negative Bedeutung suboptimaler Gruppenmitgliedschaften (Jahrgangsgruppe) auch als Erklärung für die gegenwärtig missliche Lage der Arbeitsplatzunsicherheit im Zusammenhang mit Crowdworking verwendet wird (Fall 17).

10.3 Vereinbarkeit sozialer Identitäten: Identitätskonflikte

Wie die Ergebnisse zur Heterogenität der sozialen Gruppenmitgliedschaften gezeigt haben, bilden sich unterschiedliche Netzwerkstrukturen im Hinblick auf soziale Gruppenmitgliedschaften aus dem Crowdfunding und aus anderen Bereichen. Im Hinblick auf die Fragestellung, inwiefern soziale Identitäten eine Ressource darstellen, interessiert die Qualität dieser Beziehungen zwischen zwei Gruppenmitgliedschaften, d.h. ob die sozialen Identitäten miteinander kompatibel sind. Im negativen Fall können Identitätskonflikte auftreten (vgl. Kapitel 6.3.4).

Die Vereinbarkeit von sozialen Identitäten wurde in den SIMs durch das Einzeichnen von Beziehungen zwischen den sozialen Gruppenmitgliedschaften operationalisiert. Diese Operationalisierung bedeutet: Beziehungen zwischen Gruppen sind dann vorhanden, wenn die Identitäten gleichzeitig als relevant wahrgenommen werden (vgl. Kapitel 8.2.1). Liegen Beziehungen vor, so konnten diese als harmonisch oder konfligierend bewertet und eingezeichnet werden. Das bedeutet, dass sich zwei Gruppenmitgliedschaften im positiven Fall als gegenseitig bestärkend, hilfreich, vereinbar resp. in negativen Fall als widersprüchlich und hinderlich erweisen. Die meisten der erhobenen SIMs weisen Beziehungen auf, einige wenige haben keine eingezeichnet (dann, wenn aus Sicht der Crowdworker keine Berührungspunkte wahrnehmbar waren oder wenn die Darstellungsform der Kärtchen nicht zur Vorstellung der Interviewten passte, sie z.B. ein inkludierendes Modell sozialer Gruppen zeichnen wollten).

Entsprechend der Forschungsfrage 4 wird der Fokus im folgenden Abschnitt auf die Vereinbarkeit von Gruppen aus dem Bereich Crowdwork und mit Gruppen innerhalb resp. aus anderen Arbeitsbereichen gelegt. Es werden nun die beobachteten Konfliktbeziehungen zwischen sozialen Identitäten in der SIM der Crowdworker beschrieben. Dabei ist nicht nur interessant, welche Gruppen in den SIMs mit Konfliktlinien verbunden sind, sondern auch, welche Geschichten (möglicherweise als Ursache) dazu erzählt wurden.

10.3.1 Professionsanspruch vs. Crowdwork

Wenn der Anspruch an die Qualität und Bedeutsamkeit von Arbeit in der einen Tätigkeit der Crowdworker-Tätigkeit widerspricht, liegt zwischen den entsprechenden sozialen Identitäten als Berufsperson und Crowdworker ein Konflikt vor. Die Erwartungen, die in einem konkreten Fall an die Person als Wissenschaftlerin gestellt werden, resp. die Erwartungen, von denen die Person berichtet, dass sie an sie gestellt würden, widersprechen der erlebten Realität als Autorin, welche relativ triviale Texte schreibt. Deutlich wird der Konflikt in Fall 09 (vgl. Abbildung 16) und Fall 07:

«[...] also mein Dasein als Autorin bei Content das verträgt sich nicht unbedingt mit meinem Dasein als Wissenschaftlerin, weil ich bei Content einfach relativ sinnlose Texte schreibe.» (Fall 09, Abs. 113).

«Ich würde sagen, zwischen Biologe und Texter ist es schwierig, weil man als Akademiker schon so eine gewisse Erwartung erfüllt, dass man einen hoch

angesehenen, guten, gut bezahlten Job bekommt und Texter boah eigentlich das Gegenteil davon ist» (Fall 07, Abs. 65).

Mit der Qualifikation als Wissenschaftlerin ist die Erwartung vom Umfeld verbunden, eine bezüglich der Anforderungen entsprechende Tätigkeit auszuführen. Dieser Anspruch erfüllt sich in der Tätigkeit als Crowdworker nicht. Es sind dabei die eigenen Erwartungen, wie auch die vermuteten oder erlebten Erwartungen anderer (Normen und Werte der Gruppe), die in den beiden sozialen Identitäten nicht kompatibel sind. Gemäss SIT werden Eigenschaften, Normen und Werte einer sozialen Gruppe, mit der man sich identifiziert, zu den eigenen. Somit sind die Erwartungen der Mitglieder einer Ingroup auch die eigenen Erwartungen. Eine Strategie, mit diesem Konflikt umzugehen, ist im beobachteten Fall die Aufrechterhaltung der Anonymität:

«Das heisst ich habe auch kein Foto auf meiner Profilseite und habe immer Angst, [...] dass ich dann versehentlich [...] nicht meinen Nick Name verwende, sondern meinen richtigen Namen, da habe ich immer grösste Panik davor, also weil ich wirklich anonym bleiben möchte, weil das sich nicht mit dem wissenschaftlichen Anspruch, den ich habe, vereinbaren lässt» (Fall 09, Abs. 189).

In diesem Zitat wird noch einmal deutlich, dass es um den persönlichen Anspruch an die eigene, in dem Fall wissenschaftliche Arbeit geht, der sich nicht mit Crowdwork vereinbaren lässt. Schlimmer noch scheint es, wenn andere von der Crowdworker-Tätigkeit erfahren und die Inkompatibilität sichtbar würde. Anonymität als Crowdworker scheint hier einen funktionalen Charakter zu haben. Bis auf zwei Personen weisen alle in dieser Studie untersuchten Fälle einen Hochschulabschluss aus. Entsprechend hoch kann das Gefälle zwischen den Anforderungen des qualifizierten Berufes und der Crowdworker-Tätigkeiten sein. Unter Berücksichtigung der europäischen Studie zur Verteilung von Crowdworking in der EU (Pesole et al., 2018) und den dort gefundenen, überdurchschnittlich hohen Qualifikationen der Crowdworker bietet es sich an, diesen Identitätskonflikt in weiteren Forschungsarbeiten genauer zu untersuchen. Weiteres dazu folgt in der Diskussion.

10.3.2 Pflicht vs. Kür: Geld verdienen vs. Selbstverwirklichung

Ähnlich wie der beschriebene Konflikt zeigen sich konfligierende Beziehungen zwischen zwei sozialen Gruppen, die dem Schreiben von Texten eine unterschiedliche Bedeutung beimessen. In der einen sozialen Gruppe geht es um das Schreiben als Berufung und kreativen Akt, der Zeit braucht und einen Qualitätsanspruch stellt. Dem gegenüber steht die Gruppe der Texter/innen oder Auftraggeberschaft, welche Schreiben als Mittel zum Zweck verstehen, nicht die Kreativität, sondern die Funktionalität des Textes (z.B. suchmaschinenoptimierte Texte) steht im Vordergrund. Texte müssen schnell und effizient geschrieben werden, Texte sind Produkte, die verkauft werden.

«[...] schreibe ich jetzt an einem Text weiter, der mir persönlich liegt, von dem ich aber nicht weiss, ob ich jemals einen Cent damit verdiene, aber den ich mit Leidenschaft und Spass verbinde. Oder setze ich mich hin und schreibe einen Textauftrag, den ich eben für Geld mache» (Fall 07, Abs. 67).

«[...] und also Dienstleistern sagt man am besten gar nicht was man tut, dann versteht man sich mit ihnen am besten [...], dem Dienstleister verkauft man halt einfach, oder sagt man einfach „es ist ein Produkt, um was es geht“ und erklärt gar nicht näher, was Schreiben eigentlich ist» (Fall 10, Abs. 192 ff.).

Verbunden mit dieser Diskrepanz gilt es gemäss dem Zitat aus Fall 07 immer wieder die Entscheidung zu treffen zwischen den geldbringenden Aufträgen und dem kreativen Schreiben eines Textes, das an künstlerische, selbstverwirklichende Tätigkeiten erinnert. Beim Verfassen von suchmaschinenoptimierten Texten entscheiden nicht Kriterien wie Sprachstil sondern die Häufigkeit eines Keywords über deren Qualität.

Aber selbst das Verfassen solcher sog. Funktionstexte brauche Zeit, was nicht immer verstanden würde: «Auch reine Funktionstexte müssen kreiert werden aus dem Nichts, auf dem leeren Blatt, und das wird ein Auftraggeber nie verstehen» (Fall 10, Abs. 180). Die Identifikation mit Auftraggebern und der Gruppe von Autoren/innen führt dann zum beschriebenen Konflikt.

10.3.3 Zeitliche und inhaltliche Vereinbarkeit

Weitere Konfliktbeziehungen entstehen, wenn die zeitliche Vereinbarkeit zwischen zwei Gruppenmitgliedschaften nur schwer zu realisieren ist. Die jeweiligen Gruppen stammen aus verschiedenen Bereichen, wovon aber nur jene Konflikte interessieren, bei denen mind. eine der Gruppen aus dem Crowdfunding-Bereich stammt. Konfliktpaarungen zwischen zwei privaten Gruppen liegen nicht im Fokus dieser Arbeit. Konflikte zeitlicher (Un-)Vereinbarkeit entstehen aus dem Umstand, dass Crowdwork mehr Zeit in Anspruch nimmt als vom Individuum gewünscht. Das kann eine Haupttätigkeit, z.B. ein Studium oder eine Anstellung, betreffen, welche als Folge vernachlässigt wird:

«[...] da wächst langsam eine Distanz, ja das führt dann gelegentlich auch dazu, dass man sich auch nicht mehr so unbedingt als Kommilitone fühlt [...] und das ist dann ein etwas komisches Gefühl, auch für mich, wenn ich dann in der Vorlesung sitze oder sonst was, ich fühle mich dann doch schon im Kopf ein bisschen woanders [...].» (Fall 15, Abs. 62).

Durch die häufige Tätigkeit als Crowdfunder scheint die betreffende Person sich im Laufe der Zeit von der Haupttätigkeit (resp. der Institution) wegbewegt zu haben, was für die längerfristige Planung als suboptimal betrachtet wird: «[...] es bringt mich immer weiter weg von der Uni. Aber gleichzeitig will ich das eben auch nicht, weil diese Testgeschichte, das ist nichts langfristiges.» (Fall 15, Abs. 151). Als Student sollte sich die Person stärker mit dem Studium befassen, weniger

der Plattfortmtätigkeit nachgehen, denn ersteres sei eine Investition in die Zukunft, letzteres etwas Vorübergehendes. Die Person arbeitet zwischenzeitlich sogar für drei verschiedene Plattformen und verfügt über Qualifikationen und Erfahrung im IT-Bereich. In der SIM fehlt eine soziale Gruppe der Studenten o.ä., den Kommilitonen fühlt die Person sich nicht mehr zugehörig. Stattdessen heisst eine soziale Gruppe «Universitätsangehörige». Die Tätigkeit als Crowdworke scheint attraktiver zu sein als die Haupttätigkeit des Studiums. Die Attraktivität kommt in diesem Fall durch die Tätigkeit (im Testing) und die zeitnahe Vergütung zustande.

Im Fall 14 ist es die finanzielle Abhängigkeit, welche zur Priorisierung von Crowdwork führt. Es sind dann andere Tätigkeiten, denen trotz Favorisierung nicht nachgegangen werden kann.

«[...] ich habe zu wenig Zeit für meine gemeinnützige Tätigkeit, weil ich eben diese kommerzielle Tätigkeit ausführe, ja» (Fall 14, Abs. 213).

Im Fall 14 wird die SIM insgesamt in zwei Bereiche unterteilt, die sich aufgrund des Kriteriums des Einkommens unterscheiden. «Ich unterscheide da praktisch nur zwischen dem was ich will [...] und dem womit ich Geld verdienen muss» (Abs. 197). Damit die Person genügend Geld verdient, muss sie der Crowdworking-Tätigkeit nachgehen. Aktuell sei nicht genügend Geld vorhanden, weshalb ein Konflikt zwischen diesen beiden Bereichen vorliege.

Der Identitätskonflikt durch Unvereinbarkeit äussert sich also dahingehend, dass die Crowdworker ihre Prioritäten zwischen den beiden betreffenden Gruppen anders setzen möchten, die Attraktivität oder die Notwendigkeit des Crowdworkings aber zu dominant sind und zeitlich nicht genügend vereinbart werden können. Der letzte hier beschriebene Konflikt aus Fall 14 ist der Konfliktart «Geld verdienen vs. Selbstverwirklichung» sehr nahe. Der Unterschied liegt darin, dass es um unterschiedliche Qualitätsanforderungen innerhalb derselben Tätigkeit (des Schreibens) geht und das Ergebnis eines Crowdworking-Auftrags aufgrund der knapp bemessenen Bearbeitungszeit gar nicht den eigenen Idealen entsprechen kann und somit einer zuweilen künstlerischen Ausführung der Tätigkeit im Wege steht.

10.3.4 Image Crowdwork: Fehlende Akzeptanz des Umfeldes

Wenn die Arbeitsweise als Crowdworker, respektive die des Arbeitens im Home-Office von einer anderen sozialen Gruppe, mit der man sich gleichzeitig auch identifiziert, nicht akzeptiert wird, kann dies gemäss den Ergebnissen zu einem Identitätskonflikt führen. Die fehlende Akzeptanz kann durch die Tätigkeit des Texte-Schreibens oder des Testens von Geräten etc. zustande kommen. Crowdworker berichten häufig, dass ihre Tätigkeit im Umfeld, d.h. in den anderen sozialen Gruppen, meist unbekannt ist, genauso wie die Arbeitsform des Crowdworkings (z.B. keine feste Anstellung). Erschwerend kann dazukommen, dass auch der Ort der Arbeitsausführung im Home-Office nicht als «richtige» Arbeit betrachtet wird. Es zeigt sich, dass:

«[...] Freunde, Bekannte dafür häufig wenig Verständnis haben und es häufig wenig ernst nehmen, wenn man ja eh von zu Hause aus arbeitet. Das wird häufig nicht als richtiges Arbeiten verstanden» (Fall 08, Abs. 46).

Private Gruppen (Familie und Freunde) würden das Arbeiten im Home-Office resp. die Tätigkeit des Texteschreibens nicht als richtige Arbeit bezeichnen. Die gleichzeitige Mitgliedschaft in der Gruppe der Texter/innen sowie in der Gruppe der Freunde/innen und Familie führt aufgrund widersprüchlicher Einstellungen zu einem Identitätskonflikt. Die Akzeptanz für die neue Arbeitsform Crowdfunding und für den Ort der Arbeitsverrichtung fehlt.

10.3.5 Zwischenfazit Identitätskonflikte

Identitätskonflikte zeigen sich bei den untersuchten Fällen in vier unterschiedlichen Formen und werden hier kurz zusammengefasst.

- Zunächst liegen Konflikte vor, wenn in zwei Gruppen unterschiedliche Erwartungen zur Qualität und Anforderungen an die Arbeit im Allgemeinen vorliegen. Crowdfunding-Aufträge sind in der Regel auf effiziente Ausführung ausgerichtet. Das Schreiben von Texten wird als Textproduktion bezeichnet und von gewissen Fällen eher als niedrige Tätigkeit betrachtet.
- Dann scheinen Berufsgruppen (z.B. Autoren/innen), die auch einen kreativen Anteil enthalten, mit den Ansprüchen der vergleichbaren Crowdfunding-Tätigkeiten unter bestimmten Umständen in Konflikt zu stehen. Dies ergibt sich bei den Textern/innen aufgrund von Erwartungen über die stilistische Qualität der eigenen Texte sowie über die Anforderungen der eigenen beruflichen Tätigkeit.
- Weiter kann Crowdfunding aufgrund der sofort zur Verfügung stehenden Jobs als attraktives Mittel für schnelle Geldbeschaffung angesehen werden und steht dann in einer gefühlten Konkurrenz zu anderen.
- Zudem scheint sich die teils negative Konnotation des Begriffs Crowdsourcing auch in Form von Identitätskonflikten bemerkbar zu machen. Es ist nicht Crowdsourcing als Kategorie selber gemeint, sondern die damit einhergehende flexible Arbeitsform, das Home-Office, das Arbeiten im Internet, das in anderen sozialen Gruppen (in der die Personen selber Mitglied sind) nicht als vollwertige oder «richtige» Arbeit betrachtet wird. Individuen, welche sich in beiden Gruppen verorten, erfahren dadurch einen Widerspruch der Erwartungshaltungen.

Diese Konflikte beeinträchtigen allenfalls neue soziale Gruppenmitgliedschaften und damit neue Ressourcen, die ansonsten einen Übergang von herkömmlichen zu neuen Arbeitsformen in diesen Belangen erleichtern würden. Etwas verallgemeinernd ausgedrückt kann festgehalten werden, dass eine erhöhte Wahrscheinlichkeit für einen Identitätskonflikt bei den untersuchten Crowdfundern vorliegt, wenn:

- ein hohes Gefälle zwischen der beruflichen *Qualifikation* und den vergleichsweise geringen Anforderungen an die Tätigkeit als Crowdworker besteht;
- die Tätigkeit als Kunstform oder als *Berufung* begriffen und gleichzeitig als (Brot-)Job (konform zum Plattformmodell) ausgeführt wird;
- zwei soziale Gruppenmitgliedschaften *zeitlich* nicht vereinbar sind, z.B., weil die eine Gruppe attraktiver ist als die andere und die damit verbundenen Folgen (zu wenig Zeit für die andere Gruppe/Aufgaben haben) nicht erwünscht sind (je mehr Crowdworking, desto höhere finanzielle Erträge);
- die eine Gruppenmitgliedschaft mit *fehlender Akzeptanz* der Mitglieder einer zweiten Gruppe (der man ebenfalls angehört) verbunden (z.B. privat und beruflich) ist.

Es sei anzumerken, dass nicht von einem kausalen Zusammenhang vor dem Hintergrund der angewendeten Forschungsmethoden ausgegangen werden kann. Zudem führt eine oben genannte Paarung von Gruppen nicht in jedem Fall zu einem Konflikt. In den untersuchten Fällen wurde die Koinzidenz von Konflikt und der beteiligten sozialen Gruppen beobachtet. Bei der Instruktion wurden ferner die Beispiele «schwierige zeitliche Vereinbarkeit» und «widersprüchliche Erwartungen verschiedener Gruppen» als Beispiele genannt. Entsprechend sind die Antworten in Teilen herausgekommen und könnten zu einem Methodeneffekt beitragen.

Spezifisch an den Ergebnissen ist die Widersprüchlichkeit verschiedener Erwartungen, wie z.B. Berufung vs. Brot-Job oder die Attraktivität des Geldverdienens im Crowdworking vs. der Hauptbeschäftigung (z.B. Ausbildung). Im Falle dieser Konflikte zeigen sich die widersprüchlichen Werte und Normen von sozialen Gruppen der Profession und der Organisation (Plattform). Damit wird eine gegenseitige Verstärkung der Identitäten verhindert (vgl. Ashforth & Mael, 1989) und der Wert als Ressource beeinträchtigt. Als Beispiel seien die mit der Profession verbundene Erwartung und die Ansprüche an die Qualität der Texte genannt, die bei Crowdworking-Aufgaben nicht erfüllt werden können.

10.4 Gesundheitsbezug der Identitäts-Typologie

Im vierten Teil dieses Ergebnis-Kapitels zum Gesundheitsbezug geht es um die Zusammenhänge der Typologie mit weiteren Identitätskonzepten. Es wurden die Anzahl sozialer Identitäten in der SIM sowie die Qualität der Beziehungen (Identitätskonflikte) der vier Typen analysiert. Beides sind wichtige Aspekte, welche in die Diskussion über die Bedeutung von sozialen Identitäten als Ressourcen einfließen. Was das methodische Vorgehen betrifft, so wurden (vergleichbar mit Kap. 9.4.4) Sinnzusammenhänge zwischen den Typen und den Identitätskonzepten gesucht.

Es wurde erstens analysiert, welche Fälle wie viele soziale Identitäten aufweisen und zweitens, wie viele und welche Konflikte pro Typ vorkommen. Damit kann festgestellt werden, ob sich die Typen auf diese Weise weiter voneinander differenzieren lassen. Daraus lassen sich Hinweise ableiten, ob die einzelnen Typen mit unterschiedlichen Implikationen für die Gesundheit verbunden sind.

10.4.1 Anzahl sozialer Gruppen in der SIM

Um den Zusammenhang zur Anzahl sozialer Identitäten herzustellen, wurden die Häufigkeiten sozialer Gruppenmitgliedschaften pro Typ und den zugeordneten Fällen ausgezählt (alle Gruppen in der SIM). Das Ergebnis ist gemischt. Die Zahl der insgesamt genannten Gruppenmitgliedschaften pro SIM variiert zwischen 2 und 10 (Tabelle 13).

Typ 2 zeigt eine Tendenz zu mehr sozialen Gruppen als die anderen Typen. Bei Typ 4 ist es umgekehrt, hier liegen vergleichsweise wenige Gruppen vor. Diese Beobachtung kann dahingehend interpretiert werden, dass es denjenigen mit mehreren Jobs (die sich z.B. auch in der Arbeitsform und/oder im Arbeitsverhältnis unterscheiden) gelungen ist, mehrere soziale Identitäten zu entwickeln. Im Hinblick auf den Ressourcen-Belastungs-Ansatz besteht bei Typ 2 die grössere Wahrscheinlichkeit für positive Effekte auf die Gesundheit als bei Typ 4, wenn nur die Anzahl sozialer Identitäten berücksichtigt wird. Bei den Typen 1 und 3 liegen die Zahlen der sozialen Gruppen in den SIMs relativ betrachtet in einem mittleren Bereich (3-7 soziale Gruppenmitgliedschaften). Die damit verbundene Wahrscheinlichkeit für positive Effekte werden in der Tabelle 14 mit «+»-Zeichen dargestellt. Die Bewertung erfolgt aufgrund der Häufigkeitsverteilung und in Zusammenhang mit den Merkmalen der Typologie. Dieser Beurteilung liegt eine gewisse Vereinfachung zu Grunde, um in erster Linie eine Tendenz darzustellen und nicht zu sehr von einer scheinbaren Genauigkeit der Zahlen auszugehen.

Es ist zu berücksichtigen, dass in dieser Studie lediglich die beruflichen Gruppen abgefragt wurden. Vereinzelt wurden auch private Gruppen genannt. Über die Anzahl der Identitäten, unabhängig vom Kontext (d.h. auch privat), kann somit keine direkte Aussage gemacht werden. Dies ist unter dem Gesichtspunkt relevant, dass berufliches und privates von den Befragten unterschiedlich stark gewichtet wird.

Tabelle 13: Sinnzusammenhänge von Typen und Identitätskonzepten mit Gesundheitsbezug.

Typ und Fall-Nr.	Anzahl soz. Gruppen, (ohne private Gruppen)	Anzahl Beziehungen	Anz. Konfliktbeziehungen abs. & in (%) ^A	Art der Konflikte (qualitativ) mit Bezug zu Crowdworing
<i>Typ 1</i>				
Fall 3	3 (3)	2	1 (0.50)	– Pflicht vs. Kür der Crowdwork-Tätigkeit und der Profession – zeitlicher Konflikt
Fall 10	5 (3)	7	3 (0.43)	
Fall 11	7 (6)	18	5 (0.28)	
Fall 13	4 (4)	6	0	
Fall 17	4 (4)	3	1 (0.33)	
<i>Typ 2</i>				
Fall 1	7 (3)	8	0	– zeitliche Konflikte – Relevanz für berufliche Zukunft: «schnelles Geld» via Plattformarbeit als «Verführung»
Fall 2	5 (2)	8	0	
Fall 12	10 (9)	13	5 (0.38)	
Fall 15	6 (6)	11	1 (0.09)	
Fall 16	3 (3)	2	0	
Fall 18	3 (3)	3	0	
Fall 22	5 (5)	4	0	
<i>Typ 3</i>				
Fall 4	6 (6)	9	0	– fehlende Akzeptanz der Arbeitsform/Inhalt von sozialen Gruppen ausserhalb Crowdwork – Professionsanspruch vs. Qualitätsanspruch von Crowdwork – Pflicht vs. Kür der Crowdwork-Tätigkeit und der Profession
Fall 7	3 (3)	2	2 (1.00)	
Fall 8	3 (2)	3	2 (0.67)	
Fall 9	6 (4)	9	2 (0.22)	
Fall 14	5 (5)	1	1 (1.00)	
<i>Typ 4</i>				
Fall 20	2 (2)	1	0	<i>keine Konflikte beobachtet</i>
Fall 23	2 (2)	1	0	
Fall 24	4 (4)	-- ^B	0	

Anmerkungen: Angegeben sind absolute und relative Häufigkeiten. ^A Die relativen Angaben zu den Konfliktbeziehungen beziehen sich auf die Gesamtzahl der Beziehung innerhalb einer SIM.

^B In dieser SIM wurden keine Beziehungen eingezeichnet, die abgebildeten sozialen Gruppen seien (gemäss Fall 24) inkludierend und gut vereinbar.

10.4.2 Identitätskonflikte: Häufigkeiten und qualitative Unterschiede der Konflikte

Aus der Erhebung der verschiedenen sozialen Gruppenmitgliedschaften und ihren Beziehungen in den SIMs konnten fünf Konfliktarten extrahiert werden. Ihnen wird einen beeinträchtigenden Einfluss auf die sozialen Identitäten als Ressourcen und somit einen Einfluss auf die psychische Gesundheit der Crowdworker unterstellt. Mit der Typologie in Beziehung gesetzt werden sowohl die Konfliktarten sowie die Anzahl der beobachteten Konfliktbeziehungen (Tabelle 13).

Die Anzahl der eingezeichneten Beziehungen in den SIMs variiert über alle untersuchten Fälle hinweg zwischen 1 und 18. Davon werden 0 bis max. 5 Konfliktbeziehungen berichtet. Die Identitätskonflikte wurden relativ zur Anzahl der Beziehungen ausgewertet (Verhältnis konfligierende

vs. unterstützende Beziehungen in der SIM, vgl. Kapitel 8.2.1). Es scheint eine Rolle zu spielen, ob z.B. ein einziger Konflikt in einem kleinen Netzwerk mit wenigen Beziehungen oder in einem komplexeren Netzwerk mit vielen Beziehungen (positiv und negativ) vorkommt. Dies bedeutet für alle Fälle mit mindestens einer Konfliktbeziehung: Der Anteil der Konfliktbeziehungen an allen gezeichneten Beziehungen pro SIM schwankt zwischen 9 und 100%. Es konnten zwei Fälle beobachtet werden, die nur konfliktierende Beziehungen aufweisen. Diese beiden Fälle zeichnen aber auch nur eine bis zwei Beziehungen insgesamt ein. Diese Angaben sind immer vor dem Hintergrund der Anzahl Gruppen und Beziehungen pro SIM zu interpretieren. Die positiven Beziehungen zwischen den eingezeichneten Gruppen überwiegen in 18 der 20 Fälle. Am meisten Konflikte kommen unter Berücksichtigung der relativen Häufigkeiten der Konflikte bei Typ 3 und Typ 1 vor. Die Fälle aus Typ 4 berichten keinerlei Identitätskonflikte.

Die den Typen zugeschriebenen Identitätskonflikte orientieren sich an den primären Identifikationszielen. So führen die unterschiedlichen Gruppenmitgliedschaften zu entsprechenden spezifischen Konflikten. Es fällt auf, dass bei Typ 3 vergleichsweise viele Konflikte (relativ zur Netzwerkgröße) gefunden werden konnten. Bei diesem Typen geht es passend zu der primären Orientierung an Berufsgruppen eben auch um Konflikte zwischen diesen Gruppen und Crowdwork, die z.B. durch unterschiedliche Qualitätsanforderungen entstehen oder die durch fehlende Akzeptanz des Crowdworkings als berufliche Tätigkeit in anderen Gruppen zustande kommen. Auch die teilweise gegenläufigen persönlichen Ansprüche an die Qualität der Arbeit und der pragmatischeren Erledigung eines Auftrages, um Geld zu verdienen, passt zu dieser Art der Konflikte. Dieses Ergebnis kann zunächst als höheres Belastungsrisiko bzw. als Beeinträchtigung der Ressource gewertet werden. Darüber hinaus sind Typ 3 mehrere Fälle zugewiesen, welche über Konflikte im Kontext suboptimaler Arbeitsbedingungen, persönlicher Krisen (bisher erfolglose Stellensuche) oder negativer beruflicher Veränderungen berichten. Crowdworking kann in Phasen beruflicher Neuorientierungen eine Übergangslösung darstellen, die dann aber mit den hier gefundenen Identitätskonflikten verbunden ist.

In Typ 1 kommt auch ein Konflikt aufgrund unterschiedlicher Qualitätserwartungen vor. Die Entscheidungen zwischen persönlichen Ansprüchen und der gegebenenfalls entgegenläufigen effizienten Abwicklung eines Auftrages dürfte also auch bei Freelancern von Bedeutung sein. Bei Typ 2 scheint der zeitliche Konflikt ein typischer zu sein, zumal dort in Zusammenhang mit multiplen sozialen Identitäten aus verschiedenen Jobs die zeitliche Vereinbarkeit in den Interviews eher als Thema angesprochen wurde als bei Fällen anderer Typen. Dieser zeitliche Konflikt ist grundsätzlich bei allen Typen denkbar, zeigt sich aber am deutlichsten bei Typ 2. Die inhaltliche Übereinstimmung mit den Merkmalen des Typs ist dort entsprechend plausibel. In Tabelle 14 werden die Risiken dargestellt, die durch die relative Häufigkeitsverteilung der Identitätskonflikte zustande kommen.

Zu den genannten Konflikten würden noch jene zwischen privaten und beruflichen Gruppen ausserhalb des Crowdworkings dazukommen, über die von drei Fällen (Fall 8, 9 und 11) berichtet

wurden. Diese Konflikte stehen jedoch nicht im Fokus vorliegender Arbeit, vielmehr sind es die Konflikte innerhalb von Crowdwork und zwischen Crowdwork- und anderen sozialen Gruppenmitgliedschaften, die hier interessieren. Fall 8 und 9 enthalten jeweils eine Konfliktbeziehung, Fall 11 sogar fünf (von Berufsgruppen zu einer Freizeitgruppe). Alle diese Konflikte der Fälle 8, 9 und 11 beziehen sich jeweils auf die zeitliche Vereinbarkeit.

Die Typologie ist nun um zusätzliche Sekundärmerkmale erweitert worden. In der zusammenfassenden Tabelle zur Typologie (Tabelle 14) sind drei Merkmale zum Thema der sozialen Identität als Ressource hinzugekommen. Die Typologie wird schliesslich durch zwei Primärmerkmale sowie sieben Sekundärmerkmale beschrieben. Die Häufigkeitsangaben zur Anzahl Gruppen und Konflikten werden mit «+» und «-» Zeichen in drei Stufen dargestellt. «+» Zeichen stehen für eine ressourcenfördernde Wirkung («je mehr desto besser»). «-» Zeichen symbolisieren eine beeinträchtigende Wirkung auf die Ressource («je mehr desto schlechter»). Es wird auf Zahlen verzichtet, um lediglich eine Tendenz in Bezug auf die Typen abzugeben.

Tabelle 14: Zusammenfassung: Primärmerkmale und Sekundärinformationen der Typologie.

Merkmale	Identitätstyp			
	Typ 1 Freelancer- Identität	Typ 2 Multiple Jobs- Identität	Typ 3 Berufs- Identität	Typ 4 Crowdworking- Team-Identität
<i>Primär-Merkmale</i>				
primäres Identifikationsziel	Arbeitsform & Tätigkeit/Beruf	Plattform	Tätigkeit/Beruf	virtuelles Team & Tätigkeit/Beruf
Rolle v. Crowdwork in der SIM	implizit	ergänzend	ergänzend	exklusiv
<i>Sekundär-Merkmale</i>				
Intensität Crowdwork	hoch	mittel	hoch	mittel
Arbeitsorganisation	Einzelarbeit	unabhängig von Tätigkeit	Einzelarbeit	virtuelle Team-Arbeit
Freiwilligkeit	freiwillig	freiwillig	gemischt	gemischt
Auslöser & Motive	Wunsch nach Selbständigkeit & beruflicher Veränderung	Nebenjob gesucht, Veränderungs-Motiv	persönliche Krise, «hängen geblieben», Elternzeit	Elternzeit, «hängen geblieben»
<i>Gesundheitsbezug</i>				
Anzahl Gruppen in der SIM	++	+++	++	+
Konflikt-Risiko	--	-	---	-
Konfliktarten (Unterschiedliche Erwartungen bezüglich...)	Qualitätsanspruch, zeitliche Vereinbarkeit	zeitliche Vereinbarkeit, Relevanz (für berufliche Zukunft)	Akzeptanz für Crowdwork, Qualitätsanspruch	(keine)

Anmerkungen: Die «+/-» Zeichen stellen eine Bewertung der Ressource Identität («+») und der Belastung des Identitäts-Konflikts («-») in drei Stufen dar: -/+ : klein/gering; - -/+ : mittel; - - -/+ : gross/hoch.

10.5 Zwischenfazit: Soziale Identitäten als Ressourcen

Die soeben vorgestellten Ergebnisse sprechen dafür, dass die Identifikation mit Plattformorganisationen in gewissen Fällen durchaus als Ressource gewertet werden kann, die Orientierung in einem neuen verteilten und dynamischen Arbeitsumfeld schafft. Dann dürften auch soziale Gruppenmitgliedschaften wie die der Selbständigen und Freelancer als Ressourcen betrachtet werden, die im Kontext von Arbeitsplatzunsicherheit ein gemeinsames Verständnis im Umgang mit dieser Unsicherheit mitgeben. Eine besondere Bedeutung erhalten Berufs- und Tätigkeitsgruppen für einige der Fälle und damit für drei von vier Typen.

Kritisch betrachtet werden muss aber im untersuchten Arbeitsfeld auch der Umstand, dass Virtualität und Anonymität erschwerende Bedingungen für die Bildung neuer sozialer Identitäten sein können. Und das bedeutet gerade nach einem unfreiwilligen Wechsel von einer herkömmlichen Arbeitsform zu Crowdfunding eine besondere Herausforderung. Wenn in einer neuen Arbeitsumgebung keine neuen sozialen Identitäten gebildet werden können, fehlen soziale Zugehörigkeit, Orientierung und Unterstützung und deuten auf eine Belastung für die betroffenen Fälle hin. Zudem wurden Identitätskonflikte aufgezeigt, welche die Bedeutung vorhandener sozialer Identitäten im Bereich Crowdfunding als Ressource schmälern.

11 Diskussion

Crowdsourcing stellt eine Form virtueller Arbeit dar, die sich neben einer hohen geographischen Distanz der beteiligten Akteure auch durch Anonymität, Verteilung von Arbeit und vertraglicher Flexibilisierung auszeichnet. Diese Ausgangslage führt die Crowdworker in ein Spannungsfeld zwischen Zeitarbeit, Arbeit auf Abruf und Scheinselbständigkeit und kann als organisationale Entkoppelung bezeichnet werden, in der sich Arbeitsbeziehungen wesentlich verändern. Das Konzept der organisationalen Identifikation beschreibt einen Aspekt der Beziehung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmenden und gilt in der Literatur als Basis für Loyalität und Extrarollenverhalten (Dutton et al., 1994), Produktivität, kommunikative Prozesse (Haslam & Ellemers, 2011), Orientierung in sozialer Umgebung und psychische Gesundheit (Jetten et al., 2012), positiven Selbstwert, Arbeitszufriedenheit und Wohlbefinden (Riketta, 2005; Wegg et al., 2006). Die Bedeutung dieses Konzeptes wird im Kontext von Crowdsourcing in Frage gestellt, weil dort keine festen Arbeitsverhältnisse mehr vorliegen und Arbeitsbeziehungen durch die Virtualität weniger gut sichtbar sind. Es stellt sich grundsätzlich die Frage, welche sozialen Gruppenmitgliedschaften für Crowdworker im Rahmen ihrer virtuellen Arbeit und im Hinblick auf oben beschriebene Zusammenhänge relevant sind.

In der vorliegenden Arbeit wurde von der Annahme ausgegangen, dass aufgrund der veränderten Arbeitsbedingungen (Virtualität, verteilte Arbeit, vertragliche Flexibilität) grundsätzlich offen ist, welche Akteure von den Crowdworkern als «Arbeitgeber» oder «Arbeit gebende Institutionen» betrachtet werden, und wie Crowdworking ggf. mit anderen Arbeitsformen kombiniert wird. Das Ziel der Arbeit war, der Frage nach der Arbeitsidentität aus Perspektive des Social Identity Approachs (SIT und SCT, Tajfel & Turner, 1971, 1986; Turner et al., 1987) von Crowdworkern in diesem virtuellen und flexibilisierten Arbeitsumfeld nachzugehen. Folglich bezog sich die vorliegende Studie nicht nur auf die organisationale Identifikation, sondern nahm grundsätzlich die Konstitution der Arbeitsidentität, d.h. der relevanten sozialen Identitäten, im Umfeld von Crowdworkern in den Fokus. Allein im Bereich Crowdworking bieten sich in der Gestalt der Plattformen, Auftraggeber und Communities verschiedene Identifikationsziele an. Zentraler Aspekt des Social Identity Ansatzes und der Erhebungsmethode ist, dass es um die Perspektive der Crowdworker und deren Selbstkategorisierung geht, d.h. darum, welchen sozialen Gruppen aus dem Arbeitsbereich sich die betreffenden Personen *selber* zuordnen.

Der berufliche Kontext von Crowdworkern zeichnet sich gemäss ersten Studien durch seine Heterogenität durch multiple Arbeitsverhältnisse (Huws et al., 2017) und einem Potential für ein komplexeres soziales Umfeld (Hirsh & Kang, 2016) aus. Aus diesem Grund wurde eine explorative Untersuchung durchgeführt, in der nach den sozialen Identitäten von Crowdworkern gefragt wurde. Daran anschliessend bestand das zweite Ziel der Arbeit darin, die Ergebnisse zu den sozialen Identitäten im Hinblick auf Implikationen für die psychische Gesundheit der Crowdworker zu analysieren. Der Zusammenhang von sozialen Identitäten und Gesundheit kann über die Be-

deutung einer sozialen Identität als Ressource erklärt werden (Jetten, 2016). Wenn es z.B. gelingt, in einem neuen Arbeitsumfeld neue soziale Identitäten zu entwickeln, schafft dies Orientierung und Sicherheit. Von Interesse war in dieser Arbeit, inwiefern von der erhobenen Identitätsstruktur auf die Bedeutung von sozialen Identitäten im Bereich Crowdfunding resp. der Arbeit insgesamt als Ressource geschlossen werden kann. Denn dieser Aspekt kann als Hinweis für den Einfluss der Arbeitsidentität auf die Gesundheit interpretiert werden. Als Indizien hierfür wurde die Anzahl, die Bedeutung und Relevanz sowie die Vereinbarkeit sozialer Identitäten untersucht.

Mit Orientierung an dem SIM-Verfahren (Cruwys et al., 2016) und der qualitativen Netzwerkanalyse wurden Social Identity Maps (SIM) von 20 Fällen in Interviews mit Crowdworkern erstellt. Pro Fall liegt eine SIM mit Erläuterungen zur Bedeutung der eingezeichneten Gruppenmitgliedschaften und Erzählungen zu Crowdwork vor. Zur Integration der Ergebnisse wurde eine Identitätstypologie erstellt, welche auf abstrakterer Ebene das Gesamtergebnis (die Vielfalt der SIMs) zusammenfasste und damit interpretierbarer machte. Die Typologie ermöglicht insgesamt, die Crowdworker entlang ihrer Arbeitsidentität und der Bedeutung für ihre psychische Gesundheit zu differenzieren.

Die folgende Diskussion greift die zentralen Ergebnisse zu den Forschungsfragen auf. Die Ergebnisse werden hier nicht mehr zusammengefasst, hierfür dienen die Zwischenfazit-Kapitel am Ende der jeweiligen Resultate-Teile (vgl. Kapitel 9.1.3, 9.2.4 und 9.3.4). Die Diskussion gliedert sich entlang der Forschungsfragen. Die Ergebnisse der Typologie werden dort diskutiert, wo sie inhaltlich einen Beitrag zur Diskussion leisten können. Anschliessend folgt eine Diskussion der Ergebnisse zum Gesundheitsbezug. Dann folgen Limitationen und kritische Reflexion der vorliegenden Studie sowie Überlegungen zu theoretischen und praktischen Implikationen. Das Kapitel schliesst mit Ansätzen für weiterführende Forschungsfragen. Die Konklusion der Arbeit folgt im Anschluss in Kapitel 12.

11.1 Identifikation mit Plattformen und Crowdfunding-Teams

In der vorliegenden Studie konnten Fälle gefunden werden, die in ihrer Social Identity Map Crowdfunding-Plattformen aufführen. Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass sich die betreffenden Personen mit einer Plattform identifizieren. Bei Typ 2 werden die Plattformen als Arbeitgeber betrachtet, was sich in direkten Aussagen in den Interviews zeigt. Dem gegenüber steht in gewisser Hinsicht die Einschätzung von Boons et al. (2015). Die Identifikation mit Plattformen wird von diesen Autoren in Frage gestellt, weil im Kontext von Crowdfunding und virtuellen Plattformen zunächst zentrale identifikationsfördernde Faktoren fehlen. Interessant am vorliegenden Ergebnis ist deshalb, dass selbst bei geringer Sichtbarkeit der Gruppenmitglieder und der Plattformorganisation (was diesem Kontext eigen ist) sowie wenig sozialem Austausch zwischen den Mitgliedern dieser Gruppen, entsprechende soziale Identitäten vorliegen. So z.B. Typ 2, bei dem die Identifikation mit einer Plattform im Vordergrund steht. Die Kontaktintensität beeinflusst

die Identifikation mit einer Gruppe (Wiesenfeld et al., 1999). In den vorliegenden Ergebnissen zeigt sich denn auch, dass virtuelle Teams, deren Mitglieder miteinander in Kontakt stehen, als Identifikationsziel angegeben werden. Typ 4 zeichnet sich durch die Identifikation mit einem solchen Team (als primäres Identifikationsziel) aus. Diese Teams kommunizieren während der Auftragsausführung auf der Plattform miteinander, was als Faktor zur Förderung der Identifikation betrachtet werden kann und mit Ergebnissen zu organisationaler Identifikation und virtueller Arbeit (Wiesenfeld et al., 2001, Boons et al., 2015) übereinstimmt.

Dass es auch ohne diese Kommunikation zur Bildung sozialer Identitäten zu virtuellen Plattformorganisationen kommt, könnte damit zusammenhängen, dass die Plattformen von ihrer Funktion her an herkömmliche Arbeitgeber erinnern. Diese Beobachtung betrifft Identitätstyp 2, welcher eine Identifikation mit einer Plattform sowie Identitäten aus anderen Arbeitsbereichen als zentrale Merkmale aufweist. Gerade diese ergänzende Struktur von Typ 2, also die Beobachtung, dass auch noch organisationale Identifikationen mit herkömmlichen Arbeitgebern vorliegen, könnte mit einer entsprechenden alten, gewohnten Bindungserwartung («die Plattform ist meine Arbeitgeberin») in Zusammenhang stehen. Hier geht es weniger um die Tätigkeit an sich, sondern vielmehr um die praktische Gelegenheit, auf unabhängige und flexible Art und Weise Geld zu verdienen. Crowdwork ist bei Typ 2 einer von mehreren Jobs und wird daher im Sinne eines klassischen Arbeitsverhältnisses betrachtet. Dafür würde auch sprechen, dass Typ 2 mit relativ geringer Crowdwork-Intensität verbunden ist und für die entsprechenden Gruppen eher kleine Klebekarten verwendet wurden. Das würde bedeuten, dass Crowdwork für die Arbeitsidentität der Fälle von Typ 2 nicht so wichtig, eben eine Identität von mehreren ist.

Ein weiterer Grund für die Identifikation mit einer Plattform wird auch in der relativ grossen Erfahrung im Crowdworking vermutet. Die untersuchten Crowdworker arbeiten z.T. schon seit mehreren Jahren für dieselbe Plattform. Boons et al. (2015) berichten einen Zusammenhang zwischen Verweildauer auf Plattformen und Gefühlen des Stolzes, was sich auch in den vorliegenden Ergebnissen zeigt: Dieses «Stolzsein», bei einer Plattform zu arbeiten, wird bei den Fällen von Typ 2 tatsächlich formuliert.

Die Auftraggeber hingegen spielen bezüglich sozialer Identität nur in wenigen Fällen eine Rolle, nicht als einzelne Institutionen, sondern als Teil einer Gruppe «Berufskontakte». Auftraggeber sind im Vergleich zu den Plattformen noch weniger sichtbar und ihre Beziehung zu den Crowdworkern von kürzerer Dauer. Auf Crowdsourcing-Plattformen werden die Aufträge typischerweise über die Algorithmen der Plattformen organisiert und damit auch der direkte Kontakt zu den Auftraggebern unterbunden. Deshalb erstaunen die Ergebnisse zunächst nicht. Die Typologie zeigt, dass die Freelancer-Identität eine andere Beziehung zu Auftraggebern hat, welche ggf. ausserhalb der Plattform besteht. Auch wenn die Auftraggeber nicht als Identifikationsziel auftauchen, so beinhaltet die Gruppe der Selbständigen und Freelancer scheinbar eine andere Einstellung zu den Auftraggebern, die eher als Kunden oder Berufskontakte bezeichnet werden.

Wie bisher gezeigt wurde, ist eine Identifikation mit virtuellen Organisationen im Rahmen von Crowdwork möglich, und es gibt bestimmte Faktoren und Rahmenbedingungen, welche in Zusammenhang mit der Identifikation stehen (z.B. Qualifikationsprozesse auf der Plattform, Arbeitsintensität). Darüber hinaus hängt eine Identifikation mit einer Plattform auch noch mit anderen Faktoren zusammen, so z.B. mit der Gewichtung einzelner Arbeits- und Lebens-Bereiche. Zum einen können wie bei Typ 2 andere Arbeitsbereiche als das Crowdfunding stärker gewichtet werden, so dass die Arbeit als Crowdfunder und somit auch die Plattform kaum relevant ist für die Arbeitsidentität. Zum anderen könnte die Arbeitsform des Crowdfundings einen alternativen Lebensstil fördern, so dass diese Gruppenmitgliedschaften (z.B. bei Typ 1 die Freelancer) wichtiger sind als die virtuelle Plattform, die dann eher als Mittel zum Zweck oder als praktisches Software-Tool bezeichnet werden.

Die Typologie zeigt, dass relativ erfahrene Crowdfunder (1) in ihrem *primären* Identifikationsziel (z.B. Plattformorganisation oder Crowdfunding-Team) und (2) in ihrer Identitätsstruktur (Kombination mit anderen Identifikationszielen ausserhalb von Crowdwork) unterschieden werden können. Die Typologie bezieht sich auf die hier untersuchten Fälle und schliesst deshalb nicht aus, dass auch andere Merkmalskombinationen als natürliche Typen vorkommen können. Gerade in Bezug auf die Identifikation mit der Plattform ist keinen Falls ausgeschlossen, dass nicht auch im Rahmen einer Freelancer-Identität die Identifikation mit einer Plattform vorkommen kann. Auf Basis der vorliegenden Ergebnisse wäre dann aber zu vermuten, dass die Bedeutung einer solchen Identität nicht dieselbe Wichtigkeit hätte, wie die Identität als Freelancer, die hier als besonders typenprägend gilt. So ist gut vorstellbar, dass ein Freelancer Texte für eine online Plattform schreibt und dies eben als Freelancer und nicht als virtuelle/r Mitarbeiter/in einer Plattform tut, und dies ohne, dass damit seine/ihre Identität als Freelancer in Frage gestellt wird.

11.2 Berufe und Tätigkeiten als zentrale Identifikationsziele der Crowdfunder

Ausgehend von der Überlegung, dass Berufsgruppen für Crowdfunder wichtige soziale Identitäten darstellen, wurde untersucht, welche dieser Gruppen denn tatsächlich Eingang in die Social Identity Maps finden. Die Ergebnisse zeigen zunächst, dass die meisten der befragten Personen eine oder mehrere Berufs- oder Tätigkeitsgruppen (je nach Geltungsbereich dieser Begriffe) in den SIMs integrieren, die mit den Aktivitäten auf den Plattformen in Verbindung stehen. Berufsgruppen spielen folglich für die Arbeitsidentität der Crowdfunder eine wichtige Rolle. Die Typologie verdeutlicht diesen Befund:

- Bei Typ 3 «Multiple Berufs-Identität» bilden die Berufs- und Tätigkeitsgruppen das zentrale Merkmal. Dazu gehören Gruppen aus dem Bereich Crowdsourcing (z.B. Texting) und darüber hinaus (z.B. Biologe/in und Autor/in).
- Beim Vergleich der Typen wird deutlich, dass die Berufs- und Tätigkeitsgruppen bei drei der vier Typen (1, 3 und 4) besonders wichtige Identifikationsziele darstellen.

Diese Ergebnisse können als Hinweis gedeutet werden, dass die Orientierung an den Tätigkeits- und Berufsgruppen im Kontext des virtuellen Arbeitens eine wichtige Rolle spielt, konform mit den Thesen von Thatcher und Zhu (2006), welche die Orientierung weg von einer organisationalen Identifikation hin zu einer Berufsidentität im Rahmen virtueller Tätigkeit einbringen. In klassischen Arbeitsverhältnissen ist die Berufsidentität ebenfalls wichtig, sie wird in der entsprechenden Literatur zusammen mit der organisationalen als wichtige Identität beschrieben (Skorikov & Vondracek, 2011).

Bei den genannten Berufsgruppen ist von grösseren und abstrakten sozialen Gruppen auszugehen, in denen nur geringer Kontakt zwischen den Gruppenmitgliedern besteht. Berichtet wird höchstens über lose Einzelkontakte (z.B. zu anderen Autoren/innen oder Journalisten/innen). Trotz einer minimalen Sichtbarkeit liegt bei drei der vier Typen eine relativ starke Identifikation mit einer oder mehreren Berufsgruppen vor. Eine Berufsgruppe ist eine weitergefasste, grosse Gruppe (large-scale), weist aber wie z.B. die Gruppe der Autoren/innen, eine grössere Bekanntheit auf als die Plattformen. Eine Berufsgruppe ermöglicht im flexibilisierten Umfeld von Crowdfunding vermutlich, eine Art von sozialer Zugehörigkeit (im Sinne von Cruwys et al., 2014) und Orientierung in einer teilweise virtuellen Arbeitswelt für Crowdworker zu schaffen.

Der Begriff «Crowdworker» als potentielle Berufsgruppenbezeichnung findet kaum Verwendung bei der Nennung der Gruppenmitgliedschaften. Die genannten Gruppenmitgliedschaften sind einiges differenzierter. Eine solche Differenzierung erfolgt sowohl von ähnlichen Berufsgruppen als auch von dem weitgehend negativ konnotierten Begriff des Crowdsourcings. Die Berufs- oder Tätigkeitsgruppen (z.B. «Texter» oder «Tester») beziehen sich meist auch auf eine spezifische Tätigkeit der Plattformaufträge. Diese Gruppen werden in den SIMs mit Adjektiven wie «frei», «anonym» oder «professionell» ergänzt, um gegenüber angestellten Arbeitnehmenden zu differenzieren. Die Flexibilität scheint hier ein zentrales Merkmal zu sein. Ähnliches gilt bei den Gruppen der Selbständigen, der Freelancer und der digitalen Nomaden/innen, die ebenfalls auf den Wert «Freisein» Bezug nehmen. Die Differenzierung der sozialen Gruppenmitgliedschaften über die Berufsgruppen zeigt, wie sich Crowdworker beim Erstellen ihrer SIMs durch die Nennung eigener Gruppenmitgliedschaften von anderen abgrenzen und verdeutlicht einen grundlegenden Mechanismus der SIT (Tajfel & Turner, 1986), welcher durch ebendiese Abgrenzung von In- und Outgroup gekennzeichnet ist. Eine Gruppe in der SIM zu nennen, bedeutet stets auch, sich von einer Outgroup zu distanzieren (Walsh & Gordon, 2008). Die Distanzierung von der negativen Kategorie der Crowdworker ist selbstwertschonend, wenn man sich positiv abgrenzt bzw. sich einer «besser angesehenen» Gruppe zuteilt. Aber auch unabhängig von der negativen Konnotation dürfte in einem sich neu bildenden Tätigkeits-Bereich wie dem Crowdsourcing die Abgrenzungsthematik besonders relevant sein, weil Berufs- oder Tätigkeitsbezeichnungen noch weitgehend unbekannt sind und vom sozialen Umfeld der Befragten nicht verstanden oder nicht akzeptiert werden.

Eine Form von Berufs- oder Tätigkeitsgruppen sind auch sog. online Communities auf Crowdwor-king-Plattformen oder Social-Media-Kanälen. Sie wurden im Vorfeld der Studie als Identifikations-ziel vermutet. In hier untersuchten Sample scheinen solche Communities jedoch keine Rolle für die sozialen Identitäten zu spielen, es wurde über keine entsprechende Gruppenmitgliedschaft berichtet. Dies könnte unter anderem der Tatsache geschuldet sein, dass es auf den Plattformen kaum Möglichkeiten für Crowdworker gibt, miteinander in Kontakt zu treten und dass Plattformen öfters den Kontakt zwischen Crowdworkern (unter Androhung von Ausschluss) verbieten und verhindern. In Ansätzen zeigt der Identitätstyp 4, dass online Gruppen (virtuelle Teams) entste-hen können. Es handelt sich dabei aber weniger um Communities, da die Existenz und Kommu-nikationsmöglichkeit in diesen Teams auftragsgebunden sind und nach Beendigung des Auftra-ges wegfallen. Zudem wurden auch keine Gruppen auf Social Media oder anderen Kanälen und Plattformen genannt. Dies steht dem Ergebnis der Studie von Lehdonvirta und Mezier (2013) gegenüber, welche im Bereich von Microtask-Plattformen online Communities von Crowdworkern gefunden haben. Die Autoren berichten über Foren im Internet, welche zur Ausbildung einer «subcultural identity» (S. 21) von Microtask-Crowdworkern beitragen. Diese Foren bilden die Grundlage für soziale Unterstützung. Im Unterschied zur vorliegenden Studie sind die Arbeitsbe-dingungen im Rahmen von Aufträgen von Microtask-Plattformen schlechter und die Bezahlung tiefer. Auf den Foren unterstützen sich die Betroffenen mit Ratschlägen und Hilfestellungen. Sie teilen z.B. Informationen über gut bezahlte Aufträge und Plattformen. Die in der vorliegenden Stu-die untersuchten Crowdworker verrichten komplexere Tätigkeiten mit besserer Bezahlung auf Plattformen, die sich explizit der fairen Behandlung der Crowdworker verpflichten (Label «Fair Crowdwork»). Der Druck, sich in einer Community zu «versammeln», abzustimmen oder ggf. so-gar gegen die Vorschriften einer Plattform zu wehren, ist entsprechend geringer. Das könnte ein Grund sein, weshalb über keine entsprechende soziale Gruppe berichtet wurde.

Die Bezeichnung der Communities wird auf den online Plattformen nicht immer im Sinne einer online interagierenden Gruppe (Hertel et al., 2005; Igbaria, 1999) verstanden und wird so z.B. auch für die Population von allen registrierten Crowdworkern verwendet. Somit verwässert sich der Begriff der «online Community». Er weckt aber gleichzeitig die Erwartung an eine online «Ge-meinschaft». Damit eine online Community zustande kommen kann, scheint die Möglichkeit der Interaktion zwischen Crowdworkern und ein entsprechendes Bedürfnis nach Austausch zentral. Dann könnte eine solche Community auch als Identifikationsziel dienen, mindestens weisen die Ergebnisse zum Identitätstypen 4 (Crowdworking-Team-Identität) darauf hin.

11.3 Heterogenes Arbeitsumfeld und Identitätskomplexität

Die dritte Forschungsfrage bezieht sich auf die Heterogenität der Arbeitswelt und inwiefern sich diese in der Arbeitsidentität zeigt. Zwei Varianten wurden in den vorangehenden Kapiteln disku-tiert: Heterogenität könnte sich in der Struktur der SIMs und oder in spezifischen sozialen Kate-gorien zeigen. Gefunden wurden in den SIMs soziale Gruppen der Freelancer, der Selbständigen

oder Gruppen der Berufskontakte resp. des beruflichen Netzwerkes, welche in Ansätzen multiple Arbeitsbeziehungen enthalten. Zudem zeigt sich eine Vielfalt der Arbeitsbeziehungen im Narrativ der Crowdworker, wenn sie von sich als Allrounder oder Selbständige sprechen.

Selenko und Kollegen (2018) gehen in ihrer Arbeit davon aus, dass sich im Kontext atypischer Arbeit das Verständnis darüber, was «normale» oder eben typische Arbeit ist, verändert und sich Identitäten entwickeln, welche multiple Arbeitsverhältnisse enthalten. Eine, wie es die Autoren nennen «multiple job holders»-Identität zeigt sich in den Ergebnissen in der Form von sozialen Identitäten der Freelancer, im beschriebenen Rahmenkonzept sowie in der Identitätsstruktur. Der Identitätstyp 2 zeigt in seiner ergänzenden Struktur zwar multiple Identitäten zu Plattformen und Arbeitgebern, hat im Vergleich zu der Annahme von Selenko et al. (2018) aber ein herkömmliches Verständnis von Arbeit, wenn man die Aussagen zur Beziehung zu den Plattformen berücksichtigt. Die Typologie zeigt auch, dass es andere Identitätstypen gibt, die gerade nicht durch die Vielfalt von sozialen Identitäten geprägt sind. Diese Unterschiede werden in der Typologie veranschaulicht und können dahingehend interpretiert werden, dass sich Crowdfunding unterschiedlich deutlich in den sozialen Identitäten zeigt. In Typ 1 spielt Crowdfunding eine implizite Rolle, während Gruppen der Freelancer oder Selbständigen deutlicher, und zwar als primäre Identifikationsziele, hervortreten. Anders bei Typ 2, bei dem die Plattformarbeit eher im Sinne eines klassischen Arbeitsverhältnisses beschrieben wird und die Rolle von Crowdwork in der SIM eine ergänzende ist. Oder Typ 3, der vermehrt den Fokus auf Berufsgruppen legt, die sich direkt auf Crowdfunding beziehen (Texting, Testing usw.), aber auch aus anderen Berufen stammen. Und schliesslich Typ 4, welcher exklusiv Gruppen aus dem Crowdfunding nennt und überraschenderweise damit eine überschaubare und eher homogene Social Identity Map aufweist.

Ferner ist im Rahmen der Einordnung der Ergebnisse zu diskutieren, welche Bedeutung das Berufsleben für die befragten Personen insgesamt hat. Die Autoren Wrzesniewski, McCauley, Rozin und Schwartz (1997) differenzieren zwischen drei Einstellungen gegenüber dem Beruf, welcher als Job, als Karriere oder als Berufung verstanden wird. Diese Einteilung korrespondiert in Teilen mit der Typologie, viel wichtiger aber scheint, dass im Rahmen multipler Identitäten diese Einteilung ebenfalls spezifisch für einzelne Arbeitsverhältnisse oder Berufe ist. Wird Crowdwork als kleine Teilzeitaktivität oder als Ergänzung zu einem anderen Beruf ausgeübt, ist diese Arbeit im Sinne der Autoren eher als Job zu verstehen. Man könnte daraus ableiten, dass für diese Personen die Arbeitsidentität dann vermutlich eine geringere Rolle spielt als andere Identitäten (z.B. eine Festanstellung oder private soziale Identitäten). Crowdwork ermöglicht zuweilen auch einen alternativen Lebensstil im Sinne der digitalen Nomaden/innen (Typ 1). Hier fällt die Einteilung nicht leicht. Die Arbeit als Berufung zu bezeichnen trifft auf gewisse Fälle zu, auf andere nicht. Zudem dürfte Crowdwork in einigen Fällen gemäss den geschilderten Sinnzusammenhängen als Übergangslösung zwischen beruflichen oder auch privaten Lebensphasen und somit eher als Job, denn als Berufung betrachtet werden.

Dieses Ergebnis verdeutlicht insgesamt die Relevanz einer differenzierten Betrachtung der Crowdworker in der Diskussion, gerade auch hinsichtlich Implikationen der neuen Arbeitsform. Bereits innerhalb der beiden Plattformen, die in dieser Untersuchung berücksichtigt wurden, können Unterschiede in der Arbeitsidentität der Crowdworker aufgezeigt werden. Es ist davon auszugehen, dass die unterschiedlichen Arbeitsidentitäten auch mit verschiedenen Verhaltensweisen gegenüber den Plattformen oder den Auftraggebern zusammenhängen. Die Crowdworker als eine Kategorie von Arbeitnehmenden zu betrachten, greift aufgrund dieser Ergebnisse zu kurz. Dieses Ergebnis geht einher mit ähnlichen Diskussionen bei anderen atypischen Arbeitsformen (vgl. De Cuyper et al., 2008; Pirani, 2015). Auch die Akteure der Plattformökonomie zeichnen zuweilen ein zu homogenes Bild der Crowdworker. Die Plattformen selber benennen die Crowdworker überwiegend als Freelancer, nicht zuletzt, um sich (aus arbeitsrechtlichen Gründen) als Dienstleister zu positionieren. Die Typologie zeigt nun, dass einer der Identitätstypen (Typ 1, Freelancer) womöglich zu diesen Erwartungen passt, bei den anderen Typen aber gegebenenfalls abweichende Erwartungen von den Crowdworkern an die Beziehung zwischen ihnen und der Plattform vorliegen.

Die Typologie ermöglicht eine differenziertere Betrachtung der Population der Crowdworker, was deren Arbeitsidentität betrifft. Sie zeigt, dass Crowdworker unterschiedliche soziale Identitäten aufweisen, die mit unterschiedlichen Einstellungen und Werten zur Arbeit, zur Arbeitsbeziehung mit Auftraggeberschaft und Auftragnehmenden einhergehen. So hat ein Crowdworker, der oder die sich als Freelancer versteht, vermutlich andere Erwartungen an die Arbeitsbeziehung zu einer virtuellen Plattform als jene, welche eine Identifikation mit der Plattform berichten.

11.4 Soziale Identitäten als Ressource

Die Untersuchung hat gezeigt, dass soziale Identitäten im Bereich Crowdworking entwickelt werden, die von den Befragten als wichtig und relevant bewertet wurden. Diese sozialen Gruppenmitgliedschaften bilden sich auf unterschiedlichem Abstraktionslevel, von virtuellen interagierenden Teams bis zu grösseren und abstrakteren Berufsgruppen oder Gruppen der Selbständigen. In 18 der 20 Fälle haben diese genannten Gruppenmitgliedschaften positive Bedeutung und dürfen als Ressource im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeiten betrachtet werden. Wie diese Ressource im Bereich Crowdworking zu verstehen ist, wird in diesem Kapitel diskutiert. Zunächst sollen aber die Voraussetzungen dafür, d.h. die positive Bedeutung einer sozialen Gruppenmitgliedschaft sowie potentielle Identitätskonflikte besprochen werden.

Es ist nicht allen in dieser Studie interviewten Crowdworkern gelungen, eine soziale Identität im Bereich Crowdworking zu entwickeln, die eine positive Bedeutung hat. In zwei Fällen wird von sozialen Gruppenmitgliedschaften mit negativer Bedeutung berichtet. Die eigenen Ziele und Werte der betreffenden Personen stimmen nicht mit der Plattformorganisation oder der Berufsgruppe der Crowdworker überein. Es ereigneten sich bei diesen Fällen vor Beginn des Crowdworkings

eine berufliche Krise. Crowdfunding wurde dann nicht freiwillig gewählt, sondern diente als suboptimaler Ersatz einer verlorenen oder nicht erhaltenen Anstellung. Damit entsteht eine Ausgangslage, die in der Studie von Pirani (2015) als Belastung mit negativen Konsequenzen für die Gesundheit beschrieben wird. Es zeigt sich, dass im Bereich Crowdfunding soziale Gruppenmitgliedschaften mit negativer Bedeutung vorkommen, die nicht als Ressource, sondern eher als Belastung zu werten sind.

Ein Arbeitsverhältnis oder eine Arbeitsform freiwillig zu wählen ist somit auch im Rahmen von Crowdfunding als wichtige Voraussetzung für die Entwicklung positiver Identitäten zu betrachten. Die beschriebenen zwei Fälle sind die Hinweise dafür. In Anlehnung an Pirani (2015) dürfte eine freiwillige Wahl der Arbeitsform die Wahrscheinlichkeit für positive Gesundheitseffekte der Identitäten erhöhen. In Anlehnung an Selenko und Kollegen (2018) stellt sich diesbezüglich die Frage, wie lange z.B. ein Journalist einer Tageszeitung in diesem Sinne «unfreiwillig» (aus einer Notlage heraus) als Crowdfunder arbeiten und sich selber immer noch als Journalist bezeichnen kann? Zunächst spricht die negative Bedeutung nicht dafür, dass sich diese Gruppenmitgliedschaft positiv auf den Selbstwert auswirkt. Bei Jobverlust stellt die Kategorie der Crowdfunder aber immer noch eine bessere Alternative im Vergleich zur sozialen Kategorie der Arbeitslosen dar, eine Abgrenzung, die in den Erzählungen explizit gemacht wurde. Es zeigte sich weiter, dass eine subjektiv negative Bedeutung einer sozialen Identität auch zu einem Identitätskonflikt durch Inkompatibilität mit anderen sozialen Identitäten führen kann. Selenko et al. (2018) gehen davon aus, dass Menschen in untypischen Arbeitsverhältnissen wie Crowdfunder aufgrund externer Umstände (z.B. Arbeitslosigkeit) in eine Identität gedrängt werden, welche sie nicht annehmen wollen und gleichzeitig versuchen, ihre berufliche Identität aufrecht zu erhalten. Die vorliegenden Ergebnisse zeigen aber, dass dieser Zusammenhang zu differenzieren ist, dass neben den unfreiwilligen auch freiwillige Crowdfunder durchaus «gewollte» Identitäten aus diesem Arbeitskontext entwickeln können. Und es wurde auch aufgezeigt, welche Identitäten in diesem Arbeitsumfeld eine positive Bedeutung haben können.

Neben der Bedeutung sozialer Identitäten im Crowdfunding wurde ihre Vereinbarkeit mit anderen sozialen Identitäten untersucht. Es konnten vier verschiedene Arten von Identitätskonflikten gefunden werden, welche aufgrund gegensätzlicher Erwartungen und Werte der Crowdfunder entstehen. Die Konflikte tauchen auf, wenn eine soziale Identität im Bereich Crowdfunding nicht mit den Qualitätsansprüchen von Arbeit von anderen Berufsidentitäten übereinstimmt. Kann eine Wissenschaftlerin auch im Crowdfunding arbeiten, indem sie banale Gebrauchstexte schreibt, währenddessen sie als Wissenschaftlerin eigentlich hochstehende Texte verfassen sollte? Dieser Konflikt ist zusammen mit den Statistiken zu den Crowdfundern in Europa (Pesole et al., 2018) zu betrachten, welche auf einen grossen Anteil von überqualifizierten Crowdfundern hinweist. Auch im hier untersuchten Sample liegt ein hohes Bildungsniveau vor (18 von 20 Personen haben Hochschulreife, einen Studienabschluss oder ein Doktorat). Der zweite Konflikt entsteht, wenn die zeitliche Vereinbarkeit nicht gegeben ist. Dies ist mitunter auch durch die Flexibilitätsanforderungen des Crowdfundings zu erklären, wenn durch die Auftragslage oder die Erwartung

von Seiten der Plattform Druck entsteht, sofort arbeiten zu müssen, wenn ein neuer Auftrag verfügbar ist. Eine Bedingung, die dem Modell der Arbeit auf Abruf gleicht und in Konflikt mit den Erwartungen anderer sozialen Gruppenmitgliedschaften stehen kann. Eine dritte Konfliktart liegt vor, wenn die Identität aus dem Crowdfunding-Bereich der primären beruflichen Identität und den damit verbundenen längerfristigen Zielen (z.B. Studienabschluss) entgegensteht. Das bedeutet in den Worten der untersuchten Personen gesprochen, dass man sich von seiner wichtigsten sozialen Gruppe immer mehr entfernt, obwohl man das eigentlich gar nicht möchte. Der vierte Konflikt betrifft die fehlende Akzeptanz für die neue Arbeitsform in anderen sozialen Gruppen. Es geht um Eigenschaften der Arbeitsform, wie z.B. das Bearbeiten von Aufträgen, die von Unbekannten aus dem Internet stammen oder dass man zu Hause im Home-Office arbeitet. Crowdwork wird dann in den betreffenden Fällen als «nicht richtige Arbeit» abgewertet. Diese Ergebnisse zeigen, dass Crowdworker, die scheinbar alle dieselben Tätigkeiten ausführen (innerhalb der Texter/innen und Tester/innen), abhängig von anderen sozialen Identitäten, unterschiedliche Identitätskonflikte erleben können. Dabei handelt es sich um spezifische Konflikte, d.h. solche die sich auf Identitäten aus dem Bereich Crowdfunding beziehen. Im Hinblick auf Gesundheitsimplikationen sind diese Konflikte als Belastungen zu werten. Über das Ausmass und das Gewicht dieser Konflikte kann auf Basis der Ergebnisse aber keine Aussage gemacht werden.

Die geschilderten Identitätskonflikte sind auch Ausdruck dessen, dass die Arbeitsform des Crowdfundings in einigen sozialen Gruppen nicht bekannt ist oder eine negative Bedeutung hat. In diesem Zusammenhang zeigt sich, dass die mit Crowdwork einhergehende Anonymität auch als funktional erlebt wird, um sich mindestens in den konfliktierenden sozialen Gruppen nicht rechtfertigen zu müssen, wenn die Crowdfunding-Tätigkeit bekannt würde. Die Vereinbarkeit von sozialen Identitäten ist neben den anderen Sub-Konstrukten sozialer Identitäten eine wichtige Voraussetzung für die Ressourcenfrage.

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, inwiefern soziale Identitäten im Crowdfunding als Resource betrachtet werden können. Es kann festgehalten werden:

- *Arbeitsunsicherheit wird weniger bedrohlich eingeschätzt:* Die Gruppen der Selbständigen und Freelancer (Typ 1) zeigen eine spezifische Einstellung zur Arbeitsunsicherheit. Sie bewerten die Arbeitsunsicherheit aus ihrer Perspektive als einen weniger bedrohlichen Stressor, weil die Unsicherheit zum Wesen der Gruppe der Selbständigen dazugehört. Das Ergebnis entspricht dem von van Dick & Haslam (2012) geschilderten Einfluss sozialer Identitäten auf die Bewertung von Stressoren. Analog lassen sich auch die gefundenen sozialen Gruppen der digitalen Nomaden/innen, der Kreativen, oder der finanziellen Unabhängigen einordnen. Diese sozialen Gruppenmitgliedschaften legen eine Grundlage für einen funktionalen Umgang mit dem dynamischen und komplexen Umfeld im Crowd-working sowie den damit verbundenen Herausforderungen. Hier müssen allerdings auch Selektionseffekten berücksichtigt werden. Gerade diejenigen, welche schon

vor Beginn mit Crowdfunding selbständig werden wollten, dürften sich der grösseren Arbeitsunsicherheit bewusst sein.

- *Rolle der grossen abstrakten Berufsgruppen:* Es kann festgestellt werden, dass im Bereich Crowdfunding eine grosse Zahl an abstrakten und übergeordneten sozialen Gruppenmitgliedschaften genannt wird und gleichzeitig wenige interagierende Gruppen vorkommen. Dies kann auf den virtuellen, flexibilisierten Kontext dieser Arbeitsform zurückgeführt werden, in dem die soziale Interaktion typischerweise auf ein Minimum reduziert und technikvermittelt abläuft. Aus der Perspektive des Ressourcenansatzes kann argumentiert werden, dass diese Gruppen soziale Zugehörigkeit und Orientierung ermöglichen. Gleichzeitig stellen sowohl die erhöhte Distanz und als auch die Kombination von mehreren Berufsgruppen eine Herausforderung dar. Daraufhin deuten die Identitätskonflikte, im Speziellen bei Typ 3, der sich durch multiple Berufs-Identitäten auszeichnet. Die Analysen zu den Sinnzusammenhängen weisen darauf hin, dass das Konfliktrisiko bei Typ 3 erhöht sein dürfte, u.a. auch deshalb, weil die entsprechenden Fälle vermehrt über unfreiwilligen Einstieg ins Crowdfunding aufgrund persönlicher Krisen, Alternativlosigkeit oder Veränderungen der Lebensform berichten.
- *Die Anzahl sozialer Identitäten:* In der Typologie fällt auf, dass insbesondere Typ 2 eine Tendenz zu vielen sozialen Identitäten aufweist, die möglicherweise durch die multiplen Arbeitsbeziehungen zustande kommen. Diese hohe Anzahl kann als Hinweis auf einen positiven Einfluss, z.B. im Sinne von Zugehörigkeitsgefühl, interpretiert werden (Cruwys 2016; Jones & Jetten, 2011). Allerdings müssen die berichteten Häufigkeiten soz. Identitäten kritisch betrachtet werden, da die Vergleichbarkeit der Fälle eingeschränkt ist. In einigen Fällen wurden neben berufliche Identitäten auch private aufgeführt, in anderen nicht. Es kann kritisiert werden, dass für einen Einfluss auf die psychische Gesundheit die Anzahl sozialer Identitäten über alle Lebensbereiche hinweg betrachtet werden muss. Es gibt allerdings einige Studien, die bereits unterschiedliche Gesundheitseinflüsse auf das Wohlbefinden bei der Arbeit aufgrund unterschiedlicher Identitäten bei der Arbeit feststellen konnten (z.B. Crocetti et al. (2014); Horton & Griffin, 2017; Lipponen et al., 2005). In diesem Zusammenhang sei nochmals auf das Ergebnis von Caza et al. (2017) verwiesen, das zeigt, dass eine hohe Anzahl von Arbeitsbeziehungen auch verwirren kann. Dies deutet darauf hin, dass nicht einzelne Beziehungen, sondern die gesamte Beziehungsstruktur berücksichtigt werden muss.
- *Ressource der Identitätsstruktur:* Crowdwork zeigt sich bei Typ 2 in Kombination mit Identitäten aus anderen Berufen oder Arbeitsformen und in diesen Fällen durchaus auch mit einer positiven Bedeutung. Es kann argumentiert werden, dass gerade dadurch, dass Crowdwork in diesen Fällen eine sehr vorteilhafte Ergänzung zu anderen Berufen oder Lebensbereichen darstellt und freiwillig gewählt wurde, eine positive Bedeutung erhält, selbst dann, wenn die Identität als vergleichsweise weniger wichtig bewertet wurde. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass sich die Ressource auch aus der Struktur resp. der

Kombination der sozialen Identitäten ergibt, getreu der Idee «das Ganze ist mehr als die Summe ihrer Einzelteile». Eine vergleichbare Kombination ist auch jene mit sozialen Identitäten aus dem privaten Bereich. So könnte z.B. auch die vergleichsweise geringe Anzahl sozialer Identitäten und deren exklusiver Bezug auf Gruppen aus dem Crowdwor-king von Typ 4 erklärt werden. Es scheint nicht sehr zielführend, sich zu fragen, ob die geringe Anzahl der sozialen Identitäten von Typ 4 eine suboptimale Bedingung darstellt. Sinnvoller scheint die Frage, *weshalb* Typ 4 nicht mehr soziale Gruppenmitgliedschaften aufweist. Hier ist auf die privaten Gruppenmitgliedschaften hinzuweisen und die höhere Gewichtung des privaten Lebensbereichs im Vergleich mit dem Berufsleben (vgl. Kapitel 11.3). Soziale Identitäten im Crowdworking können in diesem Fall als Ressource betrachtet werden, wenn sie einen Zugang zu einer eigenen flexiblen und unabhängigen beruflichen Tätigkeit schaffen. Bedürfnisse der sozialen Zugehörigkeit werden dann durch die Summe der sozialen Identitäten aus dem privaten Bereich, ggf. zusammen mit den Identitäten aus dem Crowdworking abgedeckt. Dann kann eine Identität im Crowdworking auch als weniger wichtig bewertet und über eine längere Zeit aufrechterhalten werden. Bei Typ 4 kommt idealerweise hinzu, dass sich dieser gerade durch eine Teamidentität auszeichnet, die durch virtuelle Kommunikation geprägt ist.

Wenn Crowdworking ein gewisses Pensum ausmacht, scheint es wichtig, sie in die Arbeitsidentität integrieren zu können, als eigene soziale Kategorie oder als Teil einer übergeordneten sozialen Identität. Die oben geschilderten Aspekte zur Bedeutung von sozialen Identitäten als Ressource im Crowdworking haben etwas gemeinsam. Es wird eine gewisse Stabilität der Arbeitsidentität in einem dynamischen und weniger gut kontrollierbaren Arbeitsumfeld geschaffen, indem z.B. Unsicherheiten durch geeignete Identitäten aufgefangen oder Identitäten aus dem Bereich Crowdworking weniger stark gewichtet werden. Ein stabiles Selbstbild trägt zu Wohlbefinden und Selbstwert bei und reduziert Unsicherheit, während das Nichterfüllen des Bedürfnisses nach Selbst-Kontinuität zu Stress und Verwirrung führt (Ashforth & Schinoff, 2016; Selenko et al., 2018). So kann angenommen werden, dass unter der Bedingung, dass Crowdworking freiwillig gewählt wurde, ein stabiles positives Selbstbild die psychische Gesundheit unterstützt. Auf Basis der vorliegenden Ergebnisse werden zwei Thesen zur Erzeugung von Stabilität formuliert. Sie stellen ihrerseits Ansatzpunkte für weiterführende Untersuchungen dar und sind nicht abschliessend:

- *Integrations-These: Stabilität wird durch wenige übergeordnete Identitäten erzeugt, welche die Komplexität der unregelmässigen und sich laufend ändernden Arbeitsbedingungen im Crowdworking reduzieren.* Multiple Arbeitsbeziehungen werden in Identitäten auf abstrakter Ebene integriert. Andernfalls könnten multiple Arbeitsverhältnisse gemäss Caza et al. (2017) nämlich auch zu Verwirrung und Desorientierung führen. Eine übergeordnete Identität entsteht z.B. durch die Orientierung an Berufsgruppen. Schreibtätigkeiten, welche als Texter/in oder Autor/in verrichtet werden, können im Crowdworking durch ganz unterschiedliche Arbeitsbeziehungen zustande kommen. Ein schnelles Wechseln

von Auftraggebern und anderen Arbeitsbeziehungen kann immer hinsichtlich derselben sozialen Identität ausgeführt werden. Ähnlich ist es bei der Kombination unterschiedlicher Jobs im Sinne von Selenko et al. (2018), die von einer «multiple job holder»-Identität ausgehen. Als Freelancer gehört es dazu, verschiedenartige Jobs anzunehmen.

- *Substitutions-These: Stabilität wird erzeugt, indem der Arbeitsbereich des Crowdworkings weniger stark gewichtet wird als andere Arbeits- oder Lebensbereiche.* Dies gelingt, indem Crowdworking als Nebenjob bezeichnet wird und die damit verbundene soziale Identität weniger wichtig bewertet wird als jene zur Hauptbeschäftigung. Eine zweite Möglichkeit besteht darin, dass Crowdworking für die Identität weniger von Belang ist, weil andere Lebensbereiche eine grössere Bedeutung haben als die Arbeit. Die Stabilität wird durch soziale Identitäten aus anderen Lebensbereichen ermöglicht.

Die beschriebenen Arbeitsidentitäten geben also Hinweise dafür, wie sich eine stabile Arbeitsidentität im Rahmen des Crowdworkings auf verschiedene Arten konstituieren kann. Das Thema der Stabilität dürfte in einem dynamischen und unsichereren Arbeitskontext wie dem des Crowdworkings besonders wichtig sein, um über längere Zeit gesund arbeiten zu können.

11.5 Praktische Implikationen

Die entwickelte Typologie zeigt, dass die Crowdworker als heterogene Gruppe von Arbeitenden betrachtet werden müssen und schafft insbesondere auch für Plattformorganisationen einen Zugang, die Unterschiede der Crowdworker auf ihrer Plattform zu berücksichtigen. Die Identitätstypen können als Ausgangspunkt für die Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote der Plattformen betrachtet werden. Gerade die Erkenntnis, dass Crowdworker ihre Beziehung zur Plattformorganisation unterschiedlich beschreiben (als Freelancer vs. Angestellte/r), steht dabei im Mittelpunkt. Abhängig vom Selbstverständnis der Crowdworker dürften auch ihre Erwartungen über die Rolle der Plattform und den Vermittlungsprozess unterschiedlich ausfallen. Indem die Plattformen die Angebote und Prozesse spezifischer auf die unterschiedlichen Zielgruppen der Crowdworker ausrichten, kann auch die Identifikation mit der Plattformorganisation gestärkt werden.

Ein Ansatzpunkt zur Förderung der Identifikation mit der Plattformorganisation und mit plattformnahen Gruppen (virtuelle Teams und Communities) liegt in der Bereitstellung von Kommunikationsmöglichkeiten, d.h. der Förderung des sozialen Austauschs (informelle Kommunikation) und des Wissensaustauschs zwischen den beteiligten Personen im System (vgl. Wiesenfeld et al., 2001). Die Ergebnisse in der vorliegenden Untersuchung zeigen, dass Crowdworking-Gruppen, in denen Kommunikation und Kooperation (auch bereits in kleinem Ausmass) möglich ist, zu sozialen Identitäten werden. Entsprechende Kommunikationsaktivitäten (z.B. zur sozialen Unterstützung) sind die Grundlage, um Identifikationsprozesse mit virtuellen Teams und Communities überhaupt zu ermöglichen (Gibbs, Kim, & Ki, 2016). Aus dieser Perspektive kann eine soziale

Identität, eine Ressource geschaffen werden (vgl. Haslam, 2014), d.h. eine soziale Gruppenmitgliedschaft wird zur Basis für soziale Unterstützung unter den Crowdworkern.

Die Ergebnisse zum Gesundheitsbezug haben gezeigt, dass die Entwicklung neuer Identitäten im Arbeitsumfeld des Crowdworkings eine Herausforderung darstellen kann, weil aufgrund der Virtualität und Anonymität der Arbeitsform Crowdworker kaum sichtbar sind. Dies kann sich negativ auf die psychische Gesundheit der Crowdworker auswirken. Eine bestehende Community oder allgemeiner gesprochen, eine bestehende soziale Gruppe, könnte den Start mit Crowdworking erleichtern und den Zugang zu geteilten sozialen Identitäten, zu Ressource schaffen (Jetten et al., 2014). Die Autoren Jetten et al. weisen darauf hin, dass neue Mitglieder in die bestehenden Gruppen aufzunehmen, mit Barrieren verbunden ist. Den Zugang zu geteilten sozialen Identitäten zu schaffen, könnte auf Crowdsourcing-Plattformen aber durchaus im Rahmen der Registrierung als eine Art «Onboarding-Prozess» konzipiert werden. Es sei an dieser Stelle angemerkt, dass ein solches Angebot von allen Crowdworkern gleichermaßen nachgefragt wird, die Identitätstypologie hat entsprechende Unterschiede deutlich gemacht.

Die vorgeschlagenen Implikationen für die Praxis stellen nicht nur einen Gewinn für die Crowdworker, sondern für alle Beteiligten dar (Kittur et al., 2013). Für die Plattformen entsteht durch eine gestärkte Identifikation der Crowdworker mit ihrer Organisation der Vorteil, dass die Arbeitsqualität nicht nur über Bewertungen (Ratings) sichergestellt wird, sondern, dass aufgrund einer gesteigerten Identifikation mit der Plattform auch Effekte in der Arbeitsleistung und Motivation der Crowdworker zu erwarten sind. Forschungsarbeiten haben gezeigt, dass die Identifikation mit einer Organisation einhergeht mit organisationalem Verhalten und in positivem Zusammenhang mit Arbeitsleistung steht (Dutton et al., 1994). Dieser Zusammenhang wird insbesondere bei Tätigkeiten mit mittlerer bis hoher Komplexität relevant. Das Verfassen von Artikeln z.B., die über eine kurze Produktebeschreibung hinausgehen, erfordert mittunter kreatives Schaffen. Komplexere Tätigkeiten erfordern dann auch zunehmend Abstimmungsprozesse zwischen den Crowdworkern und Auftraggebern.

Mit zunehmender Verbreitung des Crowdsourcing-Modells könnte es für die Plattformbetreiber wichtiger werden, gute Crowdworker an sich zu binden. Auch in einem flexiblen Arbeitsmodell sind qualifizierte Arbeitskräfte nicht unendlich verfügbar. Plattformen haben mit den oben beschriebenen Ansätzen die Möglichkeit, im Konkurrenzkampf um die guten Crowdworker einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen.

11.6 Limitationen und kritische Reflexion

Die vorliegende Untersuchung weist Einschränkungen auf, die bei der Interpretation und Einordnung der Ergebnisse zu berücksichtigen sind. Gleichzeitig bieten diese Einschränkungen auch Ansatzpunkte für weiterführende Forschungsfragen. In diesem Kapitel wird folgendes besprochen: Es geht erstens um die Stichprobe. Die Population der Crowdworker wird – wie weiter oben

dargestellt – als sehr heterogen eingestuft, weshalb es umso wichtiger ist, auf die Eigenschaften der befragten Crowdworker und der beteiligten Plattformen aufmerksam zu machen. Ein zweiter wichtiger Aspekt ist das Erhebungsverfahren zur Erstellung der SIMs. Ein zentraler Kritikpunkt ist hier die Schwierigkeit und das Abstraktionslevel des Verfahrens. Drittens geht es um die Typologie und den daraus abgeleiteten Bezug zur Gesundheit.

11.6.1 Stichprobe

Die vorliegenden Ergebnisse beziehen sich auf Crowdworker aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH-Raum), die als Texter/innen oder Tester/innen tätig sind sowie eine hohe Arbeitsintensität und Erfahrung vorweisen. Damit bilden diese Crowdworker einen bestimmten Teil der weltweiten Crowdworker-Population ab und sind nicht repräsentativ für die gesamte Population. Neben den Crowdworkern weisen auch die hier berücksichtigten Plattformen spezifische Eigenschaften auf hinsichtlich Gestaltung der Webseite (und der identitätsstiftenden Erzählungen), des Vermittlungsprozesses, der Art und Komplexität der angebotenen Aufträge sowie der unterschiedlichen Kommunikations- und Kooperationsmöglichkeiten. Die hier untersuchte Stichprobe ist durch bestimmte Ausprägungen dieser Eigenschaften gekennzeichnet. Auf ein paar dieser Aspekte soll nun genauer eingegangen werden.

Die Tätigkeiten der Crowdworker weisen eine mittlere Komplexität aus (vgl. Kapitel 2.3.3) und setzt, zumindest beim Texteschreiben, eine gewisse Qualifikation (Qualifizierungsmassnahmen auf der Plattform) voraus. Je nach Komplexität der Tätigkeit sind bei der Ausführung der Aufträge mehr Freiheitsgrade vorhanden und mehr Kooperation mit den Auftraggebern erforderlich. Plattformmodell und die Komplexität der Tätigkeit haben einen Einfluss auf die Interaktion der Crowdworker untereinander aber auch mit den Auftraggebenden und der Plattformorganisation. Aufgrund der vorliegenden Ergebnisse (z.B. Typ 4) kann angenommen werden, dass Freiheitsgrade in der Auftragsausführung und der Grad der Kooperation sowie die damit verbundene Kommunikation die Entwicklung der Arbeitsidentität beeinflussen.

Die untersuchte Stichprobe dürfte sich auch hinsichtlich Arbeitsbedingungen und Einkommenssicherheit von anderen Crowdworkern unterscheiden. Dies hat unter anderem mit den Plattformen und den vermittelten Tätigkeiten zu tun. Im Vergleich zu den hier berücksichtigten Plattformen werden auf sog. Microtasks-Plattformen (z.B. Amazon Mechanical Turk) Miniaufträge zu sehr kleinem Entgelt vermittelt. Ein existenzsicherndes Einkommen, auch bei Vollzeitpensum, wird dort verunmöglicht. Dazu kommen die fehlende soziale Sicherung und das auf die Crowdworker abgewälzte unternehmerische Risiko (z.B. Auftrags-Akquise). Kombiniert mit suboptimalen arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen kann dies zu prekären Arbeitsverhältnissen führen. Gerade in Bezug auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen dürfte sich der DACH-Raum, aus dem die interviewten Crowdworker kommen, positiv von anderen Ländern unterscheiden. Die Debatte über prekäre Arbeitsbedingungen im Zusammenhang mit Crowdfunding ist zweifellos von grosser Relevanz. Die vorliegende Studie hatte aber zum Ziel, losgelöst von dieser Debatte die Arbeitsidentität von Crowdworkern zu untersuchen, um nicht zuletzt eine differenziertere Diskussion

darüber zu ermöglichen, dass die Population der Crowdworker vielfältiger ist als bisher angenommen. Diesem Umstand ist bei der Interpretation der Ergebnisse Rechnung zu tragen.

Die befragten Crowdworker, gehen intensiv und bereits über mehrere Jahre ihrer Tätigkeit nach. Auch in dieser Hinsicht dürften sie einen kleineren Teil der Crowdworker-Population ausmachen. Die Flexibilität der Arbeitsform ermöglicht zahlreiche kleinere Arbeitspensen und kurzzeitige Aktivität auf den Plattformen, was ein Grossteil der Crowdworker umsetzt (Huws et al., 2017). Zudem weisen die untersuchten Personen eine verhältnismässig hohe Berufsqualifikation auf. Apt, Bovenschulte, Harmann und Wischmann (2016) berichten in ihrer Fallstudie allerdings, dass auf den Plattformen eine Art «Premium-Segment» von Crowdworkern entsteht. Ein Hinweis dafür, dass eine Segmentierung der Crowdworker-Population für weitere Debatten dienlich sein wird. Gleichzeitig geht damit die Vermutung einher, dass auch die Plattformen an den guten und zuverlässigen Crowdworkern interessiert sind, die für eine gewisse Zahl von Aufträgen zur Verfügung stehen. Daraufhin deuten z.B. die Qualifizierungsmassnahmen (z.B. VIP-Autoren/innen auf content.de), welche die Plattformen eingeführt haben.

11.6.2 Interview und SIM-Verfahren

Das hier angewendete SIM-Verfahren baut auf einem Selbstbericht (Selbstkategorisierung) auf. Die Thematisierung der Frage der Arbeitsidentität sowie der Zugang zum Feld (via Ausschreibung auf der Plattform) hatte im Interview womöglich dazu geführt, dass die sozialen Kategorien im Zusammenhang mit Crowdsourcing kognitiv besonders gut verfügbar waren und deshalb ein höheres Gewicht im Selbstbericht erhalten haben. In dieser Hinsicht ist ein gewisser Methodeneffekt zu vermuten. Dagegen spricht allerdings, dass von Beginn des Interviews weg betont wurde, dass es um Arbeit im Allgemeinen gehe, d.h. um alle Tätigkeiten, die zum Einkommenserwerb der Personen beitragen.

Erschwerend für die Interviewdurchführung war die hohe Distanz zwischen Interviewer und Crowdworker beim Telefon-Interview. Der Vertrauensaufbau während des Telefongesprächs war gerade für ein persönliches Thema wie das des eigenen Selbstverständnisses entsprechend schwieriger. Allerdings sind Crowdworker mit dieser Distanz vertrauter als herkömmliche Arbeitnehmende. Das eingesetzte Online-Tool zur Erstellung der SIMs passte zur gewohnten Arbeitsweise von Crowdworkern, was die Kritik an der Distanz etwas relativiert.

Die Interviewmethode war für alle Crowdworker neu, die Fragestellung ungewohnt und abstrakt. Entsprechend wichtig war die Bereitschaft der Crowdworker, sich auf das Vorgehen einzulassen. Zwei der interviewten Personen wollten dies nicht, z.B., weil sie überzeugt sind, dass sie als «Einzelkämpfer» gar keinen Gruppen angehören. Diese Personen können dann nur schwer in einer solchen Studie berücksichtigt werden, was als Schwäche der Methode ausgelegt werden muss. Andere Crowdworker zeigten aber durchaus auch positive spontane Reaktionen, gerade weil diese Art der Fragen neue Wege aufzeigt, über sich selber nachzudenken.

Die Visualisierung in Form der sozialen Netzwerke hat sich rückblickend bewährt und ist in einem solch abstrakten Thema, bei dem die kognitiven Anforderungen an die Gesprächsteilnehmenden entsprechend hoch sind, ein Gewinn. Die Visualisierung wirkte erzählstimulierend und bildete einen Referenzrahmen für das Gespräch. Innerhalb des Verfahrens stellte die Thematisierung der Vereinbarkeit von sozialen Identitäten aus Sicht des Interviewers eine besonders schwierige Frage dar. Die hier gewählte Operationalisierung (vgl. Kapitel 8.2.1) ist abstrakt und die erhaltenen Antworten sind kritisch zu beurteilen. Einschränkend hinsichtlich der visuellen Darstellung von sozialen Identitäten ist, dass die Gruppenmitgliedschaften nur hierarchisch geordnet werden konnten; eine inkludierende oder überschneidende Ordnung war nicht vorgesehen. In einem spezifischen Fall wollte die befragte Person die Karten aufeinanderlegen.

Inhaltlich betrachtet muss die Trennung zwischen Arbeitsidentität und privater Identität kritisch beurteilt werden. Die vielen Nennungen der privaten Gruppen in den SIMs zeigt, dass ebendiese Trennung nicht für alle Crowdworker leicht ist, bzw. dass diese beiden Welten gerade im Kontext von Crowdwork auch grosses Potential haben, integriert zu werden. Arbeiten im Home-Office kann mitunter dazu führen, dass private soziale Gruppen salient werden und einen Einfluss auf die Arbeit haben. Entsprechend konsequent ist die Thematisierung privater Gruppen in den Interviews. Durch diese Mischung von privaten und beruflichen Gruppen bei den einen und die Trennung bei anderen Crowdworkern ist die Interpretation der Anzahl Identitäten als positiven Einfluss auf Wohlbefinden und Gesundheit eingeschränkt.

Für die vorliegende Studie wurde ein qualitativer Untersuchungsansatz gewählt, d.h. ein stark strukturiertes, ehemals quantitatives Verfahren (SIM), in ein qualitatives übersetzt. Aufgrund der Erfahrung aus den geführten Interviews ist festzuhalten, dass der Trade-Off zwischen strukturier-tem Vorgehen und dem flexiblen Eingehen auf die Erzählungen eine besondere Herausforderung darstellte. Für zukünftige Studien mit vergleichbaren Methoden ist zu empfehlen, den strukturier-ten Verfahrensteil noch stärker in ergänzende und erzählgenerierende Fragen einzubetten, um nicht zu sehr einer quantifizierenden Logik (Herz, 2012) zu unterliegen.

Aufgrund der Erzählungen in den Interviews können Entwicklungen der Identitäten zwar ansatzweise beschrieben werden. Die Konstitution der Arbeitsidentität, so wie sie in den SIMs erhoben wurde, stellt aber eine Momentaufnahme zum Zeitpunkt des Interviews dar. Offen bleibt, wie sich die Gruppenmitgliedschaften und die Identitätskonflikte über die Zeit verändern. Bei sozialen Gruppenmitgliedschaften der Selbständigen und Freelancer wird z.B. nicht ganz klar, ob sich diese Identität im Verlauf des Crowdworkings entwickelt hat oder ob sie schon vorher existierte. Berichtet wurde, dass der Wunsch nach Selbständigkeit schon länger bestand.

11.6.3 Typologie

Die Typologie zeigt auf, wie sich Crowdworker in ihrer Arbeitsidentität und in deren Konstitution unterscheiden können, selbst wenn Sie vergleichsweise ähnliche Tätigkeiten in ähnlich starker

Intensität ausführen. Abhängig von den Identitätstypen kann die Identitätskonstitution in unterschiedlicher Art und Weise als Ressource verstanden werden (vgl. Kapitel 11.4). Die Entwicklung der Typologie auf Basis der SIM und der Erzählungen hat zu einer geeigneten Komplexitätsreduktion der Ergebnisse beigetragen. Bereits beim Festlegen der primären Merkmale wurde aber deutlich, dass abhängig von den gewählten Merkmalen recht unterschiedliche Typen gebildet werden können. Und so erforderte auch jeder weitere Schritt in der Typenbildung einige Abwägungen, z.B. bei der Fallzuteilung zu den Typen. Insgesamt scheinen sich die einzelnen Typen voneinander zu unterscheiden und die einzelnen Fälle innerhalb der Typen zu ähneln, wenn auch bei der Fallzuteilung einige Sonderfälle auftauchten, welche nicht eindeutig zuteilbar waren. In dieser Hinsicht wird auch das entsprechende Gütekriterium erfüllt. Die Fälle wurden eindeutig einem Typen zugeordnet. Zudem wurden die Merkmale der Typologie explizit benannt und beschrieben und ihre Auswahl begründet. Die Merkmale entspringen direkt den Forschungsfragen zu den Identifikationszielen und der Bedeutung von Crowdwork für die Arbeitsidentität.

11.6.4 Gesundheitszusammenhang

Zunächst einmal ist wichtig festzuhalten, dass mittels sozialer Identitäten ein Faktor unter vielen beschrieben wird, welche einen Einfluss auf die psychische Gesundheit hat. Der Bezug zur Gesundheit wurde in der Untersuchung durch Subkonstrukte der sozialen Identität hergestellt, deren Effekte in der Literatur berichtet werden. Im Hinblick auf die vorliegenden Ergebnisse ist folgendes festzuhalten: Die Interpretation der Anzahl sozialer Identitäten in Richtung Zusammenhang zur Gesundheit muss kritisch betrachtet werden. Die bereits genannte Unschärfe in den Ergebnissen zu privaten und beruflichen Gruppen schränkt die Vergleichbarkeit der SIMs ein und darüber hinaus auch die entsprechenden Sinnzusammenhänge der Typologie. Die Zusammenhänge der Anzahl Identitäten und Konflikte mit den einzelnen Typen deuten auf eine weitere Differenzierung zwischen den Typen hin, die aber durch die genannte Unschärfe eingeschränkt wird. Werden die privaten Identitäten nicht berücksichtigt, liegt eine weniger eindeutige Häufigkeitsverteilung zu den Typen vor. Bei den Konflikten hingegen scheint sich das Verhältnis nur marginal zu verändern. Die Häufigkeiten dienen als ergänzende Interpretationsgrundlage für den Gesundheitsbezug. Es wurde aber kein direkter Zusammenhang erforscht.

In den SIMs wurden sowohl positive wie negative Beziehungen zwischen den Identitäten erhoben. Der Fokus lag aber deutlich bei den negativen Beziehungen, d.h. bei den Identitätskonflikten. Die verstärkende Bedeutung positiver Beziehungen zwischen sozialen Identitäten wurde in den Interviews nicht genauer nachgefragt und sollte ggf. in weiteren Untersuchungen berücksichtigt werden.

11.7 Weiterführende Forschungsfragen

Mit der vorliegenden Studie und der Beschreibung der Arbeitsidentität wurde ein Beitrag zur Beschreibung der Crowdworker geleistet. Aufgrund der vorangehenden Kritik an der Studie wurden einige Hinweise für weiterführende Untersuchungen entwickelt:

- *Erweiterung und Validierung der Typologie:* Die hier entwickelte Typologie bezieht sich auf einen kleinen Ausschnitt von Crowdworkern. In anknüpfenden Forschungsarbeiten könnte eine Weiterentwicklung oder eine Art der Validierung durch die Untersuchung der Arbeitsidentität von Crowdworkern anderer Plattformen erfolgen. Es ginge nicht um das bloße Hinzunehmen weiterer Personen, sondern um die Ergänzung von Crowdworkern, die anderen Tätigkeiten mit höherer oder niedrigerer Arbeitskomplexität nachgehen. Es ginge um die Frage, inwiefern sich deren Arbeitsidentität in die bestehende Typologie einfügen liesse oder die Typologie erweitert werden müsste.
- *Wie verändern sich Gruppen im Crowdworking über die Zeit?* Die beschriebenen Netzwerkkarten und Identitätstypen sind Momentaufnahmen und lassen nur ansatzweise Aussagen über die Entwicklung zu, wenn retrospektive Fragen gestellt werden. Ein zweites Interview mit denselben Personen zu einem späteren Zeitpunkt würde Einsichten in die Entwicklung der Arbeitsidentität aufzeigen. Bei der Interpretation der Ergebnisse wurde angenommen, dass im speziellen die interviewten Crowdworker mit ihrer langen Erfahrung eine gewisse Stabilität in ihrer Arbeitsidentität aufgebaut haben. Wie ist diese Stabilität entstanden und inwiefern hat die Erfahrung im Crowdwork dazu beigetragen?
- *Die Bedeutung der Identitätsstruktur:* Ausgehend von der Feststellung, dass die erhobenen SIMs eine grosse Vielfalt in ihrer Struktur aufweisen, stellt sich die Frage, ob und wie diese Strukturen selber in Zusammenhang mit Gesundheit stehen? Erste Hinweise zeigen sich in den Ergebnissen der vorliegenden Studie (Merkmal der Typologie). In der Methode der Netzwerkanalyse werden verschiedene Masse (z.B. Dichte eines Netzwerkes) untersucht. Hier bieten sich sowohl qualitative wie auch quantitative Untersuchungen an.
- *Operationalisierung der Crowdworker-Identität:* In den SIMs dieser Studie stellten die Identitäten einzelne Einheiten in einem Netzwerk dar. Es konnten keine überschneidenden oder inkludierenden Identitäten dargestellt werden, was in einem Fall von Seiten des Crowdworkers angesprochen wurde. In der Literatur werden diese unterschiedlichen Konstitutionen unter dem Stichwort der *Identity Complexity* (Roccas & Brewer, 2002) diskutiert. Diese Aspekte sind bei der Operationalisierung weiterführender Untersuchungen zu berücksichtigen. Anschliessend daran ist auch für das angewendete visuelle Verfahren zu überlegen, wie eine andere Konstitution von Identität abgebildet werden kann.
- *Integration von verschiedenen Lebensbereichen in die Konstitution der Identität:* Gerade im Kontext virtueller und flexibilisierter Arbeit liegt die Vermutung von sich verschmelzenden Lebensbereichen (privat und beruflich) nahe. In Ansätzen hat sich diese Tendenz hier durch die unaufgeforderte Erzählung aus privat-beruflichen Zusammenhängen und

das Einfügen von privaten Gruppen in den SIMs gezeigt. Gerade im Hinblick auf Zusammenhänge mit der Gesundheit kann die Berücksichtigung von mehreren Lebensbereichen weiterführende Erkenntnisse liefern.

- *Ausmass der Identitätskonflikte:* Die vier Konfliktarten zwischen sozialen Identitäten aus dem Bereich Crowdfunding und anderen Identitäten zeigen, welche gegensätzlichen Erwartungen und Zielvorstellungen mit den Identitäten verbunden sein können. Es können aber keine Aussagen über den Schweregrad der Konflikte gemacht werden. Daran anschliessend stellt sich auch die Frage, in welchem Verhältnis Identitätskonflikte zur Identitätsstruktur stehen können, ohne dass es zu dysfunktionalen Effekten kommt.

Und schliesslich sei auch noch auf zwei praxisorientierte Ansatzpunkte für fortführende Untersuchungen hingewiesen:

- *Wie kann die Identifikation mit den Plattformen gefördert resp. unterstützt werden?* Aus Sicht der Plattformbetreiber kann die Förderung der Identifikation mit der Plattform als Mittel der Qualitätssicherung betrachtet werden. Die Forschung hat gezeigt, dass Identifikation mit einer Organisation in Zusammenhang mit Arbeitsverhalten und Leistung steht, und dass Kommunikationsmöglichkeiten Identifikationsprozesse begünstigen können (vgl. Kapitel 11.5). Offen bleibt die Frage, wie die Onlinekommunikation und Identifikation mit einer Plattform, einem virtuellen Team oder einer Community zusammenhängen und wie Kommunikationskanäle (Chats, Foren etc.) gestaltet und implementiert werden sollen, um sozialen Austausch zu ermöglichen.
- *Welche Bedürfnisse im Hinblick auf die Interaktion der Crowdworker mit der Plattformorganisation äussern die Crowdworker abhängig von ihrem Identitätstypen?* Anknüpfend an den vorangehenden Vorschlag stellt sich die Frage nach den typenspezifischen Bedürfnissen von Crowdworkern. Die Typologie der vorliegenden Arbeit hat aufgezeigt, dass Crowdworker ein unterschiedliches Verständnis von sich selber mitbringen. Dieses Wissen kann für eine zielgruppenspezifischere Angebotsentwicklung für die Crowdworker (z.B. auch für die Gestaltung des Registrierungsprozesses auf der Plattform oder der Interaktion mit Supportteams sowie mit anderen Crowdworkern) genutzt werden.

12 Konklusion

Die vorliegende Studie hat gezeigt, dass soziale Identitäten im virtuell verteilten Arbeitskontext des Crowdworkings vorliegen können und auf unterschiedliche Art und Weise mit Identitäten aus anderen Arbeitsbereichen kombiniert werden. Die Arbeitsidentitäten konstituieren sich divers, enthalten unterschiedlich viele soziale Identitäten, die miteinander kompatibel, zuweilen aber auch inkompatibel sind und Identitätskonflikte aufweisen. Es wurde eine Typologie entwickelt, welche die zentralen Unterschiede der Arbeitsidentitäten sowie der Bedeutung von Crowdwork hervorhebt und Implikationen für die psychische Gesundheit aufzeigt.

Positive und kompatible soziale Identitäten sind eine wichtige Ressource, die soziale Zugehörigkeit, Unterstützung und Orientierung ermöglicht. Die entwickelte Typologie zeigt, dass Crowdworker soziale Zugänglichkeit auf unterschiedliche Art und Weise erlangen. Identitätskonflikte zwischen Crowdworking und herkömmlichen Arbeitsverhältnissen weisen auf die Herausforderungen im Zusammenhang mit multiplen Arbeitsbeziehungen und -verhältnissen hin. So kann angenommen werden, dass insbesondere grössere und übergeordnete soziale Identitäten ein wichtiger Bestandteil der Arbeitsidentität sind, weil sie ein stabiles Selbst in einer virtuellen und fragmentierten Arbeitsumgebung ermöglichen.

Die Ergebnisse leisten einen Beitrag für ein differenzierteres Verständnis von Arbeitnehmenden, welche in einer neuen, virtuellen und flexibilisierten Arbeitsform tätig sind; ein Verständnis, das nicht die Interpretation von Crowdwork als «unfreiwillig gewählte Arbeitsform mit prekären Folgen» in den Mittelpunkt stellt. Ausgehend von der entwickelten Identitätstypologie können Bedürfnisse und Motive von Crowdworkern in einem anderen Zusammenhang betrachtet und diskutiert werden. Crowdsourcing kann im Sinne eines Modells beispielhaft aufzeigen, welche Herausforderungen für Arbeitnehmende in einer zunehmend flexibilisierten und virtualisierten Arbeitswelt entstehen können.

13 Quellen

- Abfalter, D., Zaglia, M. E., & Mueller, J. (2012). Sense of virtual community: A follow up on its measurement. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 400–404.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.010>
- Allen, T. D., Golden, T. D., & Shockley, K. M. (2015). How Effective Is Telecommuting? Assessing the Status of Our Scientific Findings. *Psychological Science in the Public Interest*, 16(2), 40–68. <https://doi.org/10.1177/1529100615593273>
- Antonovsky, A. (1979). *Health, Stress & Coping*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Apt, Wenke, Bovenschulte, Marc, Hartmann, Ernst A., & Wischmann, Steffen. (2016). *Foresight-Studie 'Digitale Arbeitswelt'*. FB463. Retrieved from <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-47039-5>
- Ashforth, B. E. (2001). *Role transitions in organizational life an identity-based perspective*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ashforth, B. E., Harrison, S. H., & Corley, K. G. (2008). Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions. *Journal of Management*, 34(3), 325–374.
<https://doi.org/10.1177/0149206308316059>
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989a). Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20–39.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989b). Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20–39.
- Ashforth, B. E., & Schinoff, B. S. (2016). Identity Under Construction: How Individuals Come to Define Themselves in Organizations. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3(1), 111–137.
<https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062322>
- Avanzi, L., Schuh, S. C., Fraccaroli, F., & van Dick, R. (2015). Why does organizational identification relate to reduced employee burnout? The mediating influence of social support and collective efficacy. *Work & Stress*, 29(1), 1–10.
<https://doi.org/10.1080/02678373.2015.1004225>
- Bajzikova, L., Sajgalikova, H., Wojcak, E., & Polakova, M. (2013). Are Flexible Work Arrangements Attractive Enough for Knowledge-intensive Businesses? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 771–783. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.549>
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309–328.
<https://doi.org/10.1108/02683940710733115>
- Barnes, S.-A., de Hoyos, M., Baldauf, B., Behle, H., & Green, A. (2013). *D2: Review of the art and mapping: Crowdemploy* (No. D2). Retrieved from Institute for Employment Research

website:

<http://is.jrc.ec.europa.eu/pages/documents/ICT4EMPLCrowdemploymappingforweb.pdf>

- Bartel, C. A., Wrzesniewski, A., & Wiesenfeld, B. M. (2012). Knowing Where You Stand: Physical Isolation, Perceived Respect, and Organizational Identification Among Virtual Employees. *Organization Science*, 23(3), 743–757. <https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0661>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529.
- Benkler, Y. (2002). Coase's Penguin, or, Linux and 'The Nature of the Firm'. *The Yale Law Journal*, 112(3), 369. <https://doi.org/10.2307/1562247>
- Bentley, T. A., Teo, S. T. T., McLeod, L., Tan, F., Bosua, R., & Gloet, M. (2016). The role of organisational support in teleworker wellbeing: A socio-technical systems approach. *Applied Ergonomics*, 52, 207–215. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2015.07.019>
- Berger, T., Frey, C. B., Levin, G., & Danda, S. R. (2018). *Uber Happy? Work and Well-being in the Gig Economy* (pp. 1–31) [Workingpaper]. Economic Policy.
- Best, D., I. Lubman, D., Savic, M., Wilson, A., Dingle, G., Alexander Haslam, S., ... Jetten, J. (2014). Social and transitional identity: Exploring social networks and their significance in a therapeutic community setting. *Therapeutic Communities: The International Journal of Therapeutic Communities*, 35(1), 10–20. <https://doi.org/10.1108/TC-04-2013-0007>
- Bloom, N., Liang, J., Roberts, J., & Ying, Z. J. (2015). Does Working from Home Work? Evidence from a Chinese Experiment. *The Quarterly Journal of Economics*, 130(1), 165–218. <https://doi.org/10.1093/qje/qju032>
- Boell, S. K., Cecez-Kecmanovic, D., & Campbell, J. (2016). Telework paradoxes and practices: The importance of the nature of work. *New Technology, Work and Employment*, 31(2), 114–131. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12063>
- Boons, M., Stam, D., & Barkema, H. G. (2015). Feelings of Pride and Respect as Drivers of Ongoing Member Activity on Crowdsourcing Platforms. *Journal of Management Studies*, 52(6), 717–741. <https://doi.org/10.1111/joms.12140>
- Bosmans, K., Hardonk, S., De Cuyper, N., & Vanroelen, C. (2016). Explaining the relation between precarious employment and mental well-being. A qualitative study among temporary agency workers. *Work*, 53(2), 249–264. <https://doi.org/10.3233/WOR-152136>
- Brabham, D. C. (2008). Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 75–90. <https://doi.org/10.1177/1354856507084420>
- Brabham, D. C. (2013). *Crowdsourcing*. Cambridge, Massachusetts ; London, England: The MIT Press.

- Brabham, D. C., Ribisl, K. M., Kirchner, T. R., & Bernhardt, J. M. (2014). Crowdsourcing Applications for Public Health. *American Journal of Preventive Medicine*, *46*(2), 179–187. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2013.10.016>
- Brook, A. T., Garcia, J., & Fleming, M. A. (2008). The Effects of Multiple Identities on Psychological Well-Being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *34*(12), 1588–1600. <https://doi.org/10.1177/0146167208324629>
- Brown, A. D. (2015). Identities and Identity Work in Organizations: Identities and Identity Work. *International Journal of Management Reviews*, *17*(1), 20–40. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12035>
- Cacioppo, J. T., & Cacioppo, S. (2014). Social Relationships and Health: The Toxic Effects of Perceived Social Isolation: Social Relationships and Health. *Social and Personality Psychology Compass*, *8*(2), 58–72. <https://doi.org/10.1111/spc3.12087>
- Campbell Clark, S. (2000). Work/Family Border Theory: A New Theory of Work/Family Balance. *Human Relations*, *53*(6), 747–770. <https://doi.org/10.1177/0018726700536001>
- Campbell, J. D. (1990). Self-esteem and clarity of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, *59*(3), 538–549. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.3.538>
- Cappelli, P., & Keller, J. (2013). Classifying Work in the New Economy. *Academy of Management Review*, *38*(4), 575–596. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0302>
- Caza, B. B., Moss, S., & Vough, H. (2018). From Synchronizing to Harmonizing: The Process of Authenticating Multiple Work Identities. *Administrative Science Quarterly*, *63*(4), 703–745. <https://doi.org/10.1177/0001839217733972>
- Clasen, J. (2012). Flexibel ohne Grenzen? – Belastungen, Anforderungen und Ressourcen von Freelancern. In B. Badura, A. Ducki, H. Schröder, J. Klose, & M. Meyer (Eds.), *Fehlzeiten-Report 2012* (pp. 97–107). https://doi.org/10.1007/978-3-642-29201-9_11
- Crocetti, E., Avanzi, L., Hawk, S. T., Fraccaroli, F., & Meeus, W. (2014). Personal and Social Facets of Job Identity: A Person-Centered Approach. *Journal of Business and Psychology*, *29*(2), 281–300. <https://doi.org/10.1007/s10869-013-9313-x>
- Cruwys, T., Haslam, S. A., Dingle, G. A., Haslam, C., & Jetten, J. (2014). Depression and Social Identity: An Integrative Review. *Personality and Social Psychology Review*, *18*(3), 215–238. <https://doi.org/10.1177/1088868314523839>
- Cruwys, Tegan. (2016). *Using Social Identity Mapping to represent subjective group memberships*. Presented at the 3rd International Conference on Social Identity and Health, Brisbane, Queensland. Retrieved from <http://www.icsih.com/wp-content/uploads/2016/07/Cruwys.pdf>
- Cruwys, Tegan, Steffens, N. K., Haslam, S. A., Haslam, C., Jetten, J., & Dingle, G. A. (2016). Social Identity Mapping: A procedure for visual representation and assessment of subjective

- multiple group memberships. *British Journal of Social Psychology*.
<https://doi.org/10.1111/bjso.12155>
- De Cuyper, N., de Jong, J., De Witte, H., Isaksson, K., Rigotti, T., & Schalk, R. (2008). Literature review of theory and research on the psychological impact of temporary employment: Towards a conceptual model. *International Journal of Management Reviews*, *10*(1), 25–51.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00221.x>
- De Stefano, V. (2016). *The rise of the 'just-in-time workforce': On-demand work, crowdwork and labour protection in the 'gig-economy'* (No. 71). Retrieved from International Labour Office website: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_443267.pdf
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology*, *86*(3), 499–512.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.499>
- Dettmers, J., Kaiser, S., & Fietze, S. (2013). Theory and Practice of Flexible Work: Organizational and Individual Perspectives: Introduction to the Special Issue. *Management Revue*, *24*(3), 155–161.
- Diener, E., & Larsen, R. J. (1993). The experience of emotional well-being. In M. Lewis & J. M. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions* (pp. 405–415). New York: Guilford Press.
- Dresing, T., & Pehl, T. (2015). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse: Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (6. Auflage). Marburg: Dr. Dresing und Pehl GmbH.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, *39*(2), 239–263.
<https://doi.org/10.2307/2393235>
- Eggins, R. A., O'Brien, A. T., Reynolds, K. J., Haslam, S. A., & Crocker, A. S. (2008). Refocusing the Focus Group: AIRing as a Basis for Effective Workplace Planning. *British Journal of Management*, *19*(3), 277–293. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2007.00541.x>
- Estellés-Arolas, E., Navarro-Giner, R., & González-Ladrón-de-Guevara, F. (2015). Crowdsourcing Fundamentals: Definition and Typology. In F. J. Garrigos-Simon, I. Gil-Pechuán, & S. Estelles-Miguel (Eds.), *Advances in Crowdsourcing* (pp. 33–48). Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-18341-1_3
- Fay, M. J., & Kline, S. L. (2012). The Influence of Informal Communication on Organizational Identification and Commitment in the Context of High-Intensity Telecommuting. *Southern Communication Journal*, *77*(1), 61–76. <https://doi.org/10.1080/1041794x.2011.582921>
- Felstiner, A. L. (2011). Working in the Crowd: Employment and Labor Law in the Cowdsourcing Industry. *Berkeley Journal of Employment and Labor Law*, *32*(1).
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2010). *Social cognition: From brains to culture* (International edition). Boston: McGraw-Hill Higher Education.

- Flick, U. (1987). *Methodenangemessene Gütekriterien in der qualitativ-interpretativen Forschung* (J. Bergold & U. Flick, Eds.). dgvt-Verl.
- Flick, U. (2014). *Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung* (6. Aufl., Orig.-Ausg., vollst. überarb. und erw. Neuausg.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Fonner, K. L., & Roloff, M. E. (2012). Testing the Connectivity Paradox: Linking Teleworkers' Communication Media Use to Social Presence, Stress from Interruptions, and Organizational Identification. *Communication Monographs*, 79(2), 205–231. <https://doi.org/10.1080/03637751.2012.673000>
- Frei, B. (2009). *Paid Crowdsourcing. Current State & Progress toward Mainstream Business Use*. Retrieved from Smartsheet.com website: <http://www.3rd-idea.com/wp-content/uploads/2009/09/Paid-Crowdsourcing-Sept-2009-PreRelease-Version-1-Smartsheet.pdf>
- Frisch, J. U., Häusser, J. A., van Dick, R., & Mojzisch, A. (2014). Making support work: The interplay between social support and social identity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 55, 154–161. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2014.06.009>
- Gajendran, R. S., & Harrison, D. A. (2007). The good, the bad, and the unknown about telecommuting: Meta-analysis of psychological mediators and individual consequences. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1524–1541. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1524>
- Gajendran, R. S., Harrison, D. A., & Delaney-Klinger, K. (2015). Are Telecommuters Remotely Good Citizens? Unpacking Telecommuting's Effects on Performance Via I-Deals and Job Resources. *Personnel Psychology*, 68(2), 353–393. <https://doi.org/10.1111/peps.12082>
- Gamper, M., & Schönhuth, M. (2016). Ansätze und Verfahren der Visuellen Netzwerkforschung. In K. Lobinger (Ed.), *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung* (pp. 1–27). https://doi.org/10.1007/978-3-658-06738-0_30-1
- Garic, J. (2019, May 10). 'Fire-Bewegung'—So gehen Junge in die finanzielle Freiheit. Retrieved 18 February 2020, from Cash website: https://www.cash.ch/ratgeber/3_saeule/fire-bewegung-so-gehen-junge-die-finanzielle-freiheit-1410035
- Garrigos-Simon, F. J., & Narangajavana, Y. (2015). From Crowdsourcing to the Use of Masscapital. The Common Perspective of the Success of Apple, Facebook, Google, Lego, TripAdvisor, and Zara. In F. J. Garrigos-Simon, I. Gil-Pechuán, & S. Estelles-Miguel (Eds.), *Advances in Crowdsourcing* (pp. 1–13). Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-18341-1_1
- George, E., & Chattopadhyay, P. (2005). One Foot in Each Camp: The Dual Identification of Contract Workers. *Administrative Science Quarterly*, 50(1), 68–99. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.1.68>

- Gibbs, J. L., Kim, H., & Ki, S. (2016). Investigating the Role of Control and Support Mechanisms in Members' Sense of Virtual Community. *Communication Research*, 46(1), 117–145. <https://doi.org/10.1177/0093650216644023>
- Gilson, L. L., Maynard, M. T., Jones Young, N. C., Vartiainen, M., & Hakonen, M. (2015). Virtual Teams Research: 10 Years, 10 Themes, and 10 Opportunities. *Journal of Management*, 41(5), 1313–1337. <https://doi.org/10.1177/0149206314559946>
- Golden, T. D. (2009). Applying technology to work: Toward a better understanding of telework. *Organization Management Journal*, 6(4), 241–250. <https://doi.org/10.1057/omj.2009.33>
- Golden, T. D., & Veiga, J. F. (2005). The Impact of Extent of Telecommuting on Job Satisfaction: Resolving Inconsistent Findings. *Journal of Management*, 31(2), 301–318. <https://doi.org/10.1177/0149206304271768>
- Golden, T. D., Veiga, J. F., & Dino, R. N. (2008). The impact of professional isolation on teleworker job performance and turnover intentions: Does time spent teleworking, interacting face-to-face, or having access to communication-enhancing technology matter? *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1412–1421. <https://doi.org/10.1037/a0012722>
- Gracia, F. J., Ramos, J., Peiró, J. M., Caballer, A., & Sora, B. (2011). Job attitudes, behaviours and well-being among different types of temporary workers in Europe and Israel. *International Labour Review*, 150(3–4), 235–254. <https://doi.org/10.1111/j.1564-913X.2011.00115.x>
- Greenaway, K. H., Wright, R. G., Willingham, J., Reynolds, K. J., & Haslam, S. A. (2015). Shared Identity Is Key to Effective Communication. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(2), 171–182. <https://doi.org/10.1177/0146167214559709>
- Guzman, I. R., Stanton, J. M., Stam, K. R., Vijayasri, V., Yamodo, I., Zakaria, N., & Caldera, C. (2004). A qualitative study of the occupational subculture of information systems employees in organizations. *Proceedings of the 2004 Conference on Computer Personnel Research Careers, Culture, and Ethics in a Networked Environment - SIGMIS CPR '04*, 74. <https://doi.org/10.1145/982372.982388>
- Hackman, J. R., & Lawler, E. E. (1971). Employee reactions to job characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 55(3), 259–286. <https://doi.org/10.1037/h0031152>
- Haslam, S. A. (2014). *Social identity and the new psychology of mental health*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=TWZWd8lrraw>
- Haslam, S. A., & Ellemers, N. (2011). Identity Processes in Organizations. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, & V. L. Vignoles (Eds.), *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 715–744). Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-1-4419-7988-9_30
- Haslam, S. A., Jetten, J., Postmes, T., & Haslam, C. (2009). Social Identity, Health and Well-Being: An Emerging Agenda for Applied Psychology. *Applied Psychology*, 58(1), 1–23. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2008.00379.x>

- Haslam, S. A., Postmes, T., & Ellemers, N. (2003). More than a Metaphor: Organizational Identity Makes Organizational Life Possible. *British Journal of Management*, 14(4), 357–369. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2003.00384.x>
- Haslam, S. A., & Reicher, S. (2006). Stressing the group: Social identity and the unfolding dynamics of responses to stress. *Journal of Applied Psychology*, 91(5), 1037–1052. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.5.1037>
- Haslam, S. A., Reicher, S. D., & Levine, M. (2012). When other people are heaven, wen odther people ar hell. In J. Jetten, C. Haslam, & S. A. Haslam (Eds.), *The social cure: Identity, health and well-being* (pp. 157–174). New York: Taylor & Francis.
- Häusser, J. A., Kattenstroth, M., van Dick, R., & Mojzisch, A. (2012). “We” are not stressed: Social identity in groups buffers neuroendocrine stress reactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(4), 973–977. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.02.020>
- Hepp, A. (2016). Qualitative Netzwerkanalyse in der Kommunikationswissenschaft. In S. Averbek-Lietz & M. Meyen (Eds.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (pp. 347–367). https://doi.org/10.1007/978-3-658-01656-2_22
- Herrman, H., Saxena, S., Moodie, R., World Health Organization, Victorian Health Promotion Foundation, & University of Melbourne (Eds.). (2005). *Promoting mental health: Concepts, emerging evidence, practice*. Geneva: World Health Organization.
- Hertel, G., Geister, S., & Konradt, U. (2005). Managing virtual teams: A review of current empirical research. *Human Resource Management Review*, 15(1), 69–95. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2005.01.002>
- Herz, A. (2012). Erhebung und Analyse ego-zentrierter Netzwerke. In S. Kulin, K. Frank, D. Fickermann, & K. Schwippert (Eds.), *Soziale Netzwerkanalyse*. [s.l.]: Waxmann Verlag.
- Herz, A., Peters, L., & Truschkat, I. (2015). How to do Qualitative Structural Analysis: The Qualitative Interpretation of Network Maps and Narrative Interviews. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 16(1). Retrieved from <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/2092>
- Hirsh, J. B., & Kang, S. K. (2016). Mechanisms of Identity Conflict: Uncertainty, Anxiety, and the Behavioral Inhibition System. *Personality and Social Psychology Review*, 20(3), 223–244. <https://doi.org/10.1177/1088868315589475>
- Hislop, D., Axtell, C., Collins, A., Daniels, K., Glover, J., & Niven, K. (2015). Variability in the use of mobile ICTs by homeworkers and its consequences for boundary management and social isolation. *Information and Organization*, 25(4), 222–232. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2015.10.001>
- Hogg, M. A., & Terry, D. J. (2000). Social Identity and Self-Categorization Processes in Organizational Contexts. *The Academy of Management Review*, 25(1), 121–140. <https://doi.org/10.2307/259266>

- Hogg, M. A., Terry, D. J., & White, K. M. (1995). A Tale of Two Theories: A Critical Comparison of Identity Theory with Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 58(4), 255–269.
- Hornsey, M. J. (2008). Social Identity Theory and Self-categorization Theory: A Historical Review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1), 204–222.
<https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00066.x>
- Horstmeier, C. A. L., Homan, A. C., Rosenauer, D., & Voelpel, S. C. (2016). Developing multiple identifications through different social interactions at work. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(6), 928–944.
<https://doi.org/10.1080/1359432X.2016.1185099>
- Horton, K. E., & Griffin, M. A. (2017). Identification complexity and conflict: How multiple identifications affect conflict across functional boundaries. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 26(2), 286–298.
<https://doi.org/10.1080/1359432X.2016.1259215>
- Hossfeld, T., Hirth, M., & Tran-Gia, P. (2012). Crowdsourcing. *Informatik-Spektrum*, 35(3), 204–208. <https://doi.org/10.1007/s00287-012-0610-y>
- Howe, J. (2006, February 6). Crowdsourcing: A Definition. Retrieved 1 December 2015, from Crowdsourcing website: http://www.crowdsourcing.com/cs/2006/06/crowdsourcing_a.html
- Huws, U., Spencer, N., & Joyce, S. (2016). *Crowd Work in Europe: Preliminary results from a survey in the UK, Sweden, Germany, Austria and the Netherlands*. Retrieved from Foundation for European Progressive Studies. website: <http://www.feps-europe.eu/assets/39aad271-85ff-457c-8b23-b30d82bb808f/crowd-work-in-europe-draft-report-last-versionpdf.pdf>
- Huws, U., Spencer, N., Syrdal, D. S., & Holts, K. (2017). *Work in the european gig economy. Research results from the UK, Sweden, germany, Austria, the Netherlands, Switzerland and Italy*. Retrieved from FEPS in cooperation with UNI Europa and the University of Hertfordshire website:
https://uhra.herts.ac.uk/bitstream/handle/2299/19922/Huws_U._Spencer_N.H._Syrdal_D.S._Holt_K._2017_.pdf
- Igbaria, M. (1999). The driving forces in the virtual society. *Communications of the ACM*, 42(12), 64–70. <https://doi.org/10.1145/322796.322812>
- Iyer, A., Jetten, J., Tsivrikos, D., Postmes, T., & Haslam, S. A. (2009). The more (and the more compatible) the merrier: Multiple group memberships and identity compatibility as predictors of adjustment after life transitions. *British Journal of Social Psychology*, 48(4), 707–733.
<https://doi.org/10.1348/014466608X397628>
- Jetten, J. (2016). *In need of social cures: Disadvantage, health and well-being*. Presented at the 3rd International Conference on Social Identity and Health, Brisbane, Queensland. Retrieved from <http://www.icsih.com/wp-content/uploads/2016/07/Jetten.pdf>

- Jetten, J., Haslam, C., & Haslam, S. A. (2012). The Case for a social identity analysis of health and well-being. In J. Jetten, S. A. Haslam, & C. Haslam (Eds.), *The social cure: Identity, health and well-being* (pp. 3–19). New York: Taylor & Francis.
- Jetten, J., Haslam, C., Haslam, S. A., Dingle, G., & Jones, J. M. (2014). How Groups Affect Our Health and Well-Being: The Path from Theory to Policy: Groups, Health, and Well-Being. *Social Issues and Policy Review*, 8(1), 103–130. <https://doi.org/10.1111/sipr.12003>
- Jetten, J., & Pachana, N. (2012). Not waiting to grow old: A social identity model of identity change (SIMIC) analysis of driving cessation among older adults. In J. Jetten, C. Haslam, & S. A. Haslam (Eds.), *The social cure: Identity, health and well-being* (pp. 97–114). Hove: Psychology Press.
- Jiang, J. (2015). Agency Workers Identification: The Moderating Effect of Perceived Employment Discrimination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 205, 306–314. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.09.088>
- Jones, J. M., & Jetten, J. (2011). Recovering From Strain and Enduring Pain: Multiple Group Memberships Promote Resilience in the Face of Physical Challenges. *Social Psychological and Personality Science*, 2(3), 239–244. <https://doi.org/10.1177/1948550610386806>
- Kalleberg, A. L., Nesheim, T., & Olsen, K. M. (2015). Job quality in triadic employment relations: Work attitudes of Norwegian temporary help agency employees. *Scandinavian Journal of Management*, 31(3), 362–374. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2015.03.002>
- Kässi, O., & Lehdonvirta, V. (2018). Online labour index: Measuring the online gig economy for policy and research. *Technological Forecasting and Social Change*, 137, 241–248. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.056>
- Kelle, U., & Kluge, S. (2010). *Vom Einzelfall zum Typus: Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung* (2., überarb. Aufl). Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Kenney, M., & Zysman, J. (2015). *Choosing a future in the platform economy: The implications and consequences of digital platforms*. Presented at the New Entrepreneurial Growth Conference, Amelia Island, Florida. Retrieved from <http://www.brie.berkeley.edu/wp-content/uploads/2015/02/PlatformEconomy2DistributeJune21.pdf>
- Khan, S. S., Hopkins, N., Tewari, S., Srinivasan, N., Reicher, S. D., & Ozakinci, G. (2014). Efficacy and well-being in rural north India: The role of social identification with a large-scale community identity: Social identification and well-being in India. *European Journal of Social Psychology*, 44(7), 787–798. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2060>
- Kittur, A., Nickerson, J. V., Bernstein, M., Gerber, E., Shaw, A., Zimmerman, J., ... Horton, J. (2013). The future of crowd work. *Proceedings of the 2013 Conference on Computer Supported Cooperative Work - CSCW '13*, 1301. <https://doi.org/10.1145/2441776.2441923>

- Kluge, S. (2000). Empirically Grounded Construction of Types and Typologies in Qualitative Social Research. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 1(1). Retrieved from <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1124>
- Koene, B., & Riemsdijk, M. (2005). Managing temporary workers: Work identity, diversity and operational HR choices. *Human Resource Management Journal*, 15(1), 76–92. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2005.tb00141.x>
- Konrad, J., & Pekruhl, U. (2017). Trends zur Flexibilisierung in der Platform Economy. In M. Zölch, M. Oertig, & V. Calabrò (Eds.), *Flexible Workforce—Fit für die Herausforderungen der modernen Arbeitswelt? Strategien, Modelle, Best Practice* (pp. 45–77). Bern: Haupt Verlag.
- Kornienko, O., Santos, C. E., & Updegraff, K. A. (2015). Friendship networks and ethnic-racial identity development: Contributions of social network analysis. In C. E. Santos A. J. Umaña-Taylor (Ed.), *Studying ethnic identity: Methodological and conceptual approaches across disciplines* (pp. 177–202). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Kossek, E. E., Baletes, B. B., & Matthews, R. A. (2011). How Work–Family Research Can Finally Have an Impact in Organizations. *Industrial and Organizational Psychology*, (4), 352–369.
- Kossek, E. E., Lautsch, B. A., & Eaton, S. C. (2011). “Good teleworking”: Under what conditions does teleworking enhance employees’ well-being? In Y. Amichai-Hamburger (Ed.), *Technology and psychological well-being*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kossek, E. E., & Michel, J. S. (2011). Flexible work schedules. In S. Zedeck (Ed.), *APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol 1: Building and developing the organization*. (pp. 535–572). <https://doi.org/10.1037/12169-017>
- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Auflage). Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Kuek, S. C., Paradi-Guilford, C., Fayomi, T., Imaizumi, S., & Ipeirotis, P. (2015). *The Global Opportunity in Online Outsourcing* (No. ACS14228; p. 74). Retrieved from World Bank Group website: <http://documents.worldbank.org/curated/en/2015/06/24702763/global-opportunity-online-outsourcing>
- Lehdonvirta, V., & Mezier, P. (2013). *Identity and self-organization in unstructured work* (Working Paper Series No. 1). Hatfield, London: University of Hertfordshire.
- Leimeister, J. M., Zogaj, S., Durward, D., & Blohm, I. (2016). *Systematisierung und Analyse von Crowd-Sourcing-Anbietern und Crowd-Work-Projekten*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10419/142715>
- Lipponen, J., Helkama, K., Olkkonen, M.-E., & Juslin, M. (2005). Predicting the different profiles of organizational identification: A case of shipyard subcontractors. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(1), 97–112. <https://doi.org/10.1348/096317904X22935>

- Lister, K., & Harnish, T. (2011). *The State of Telework in the U.S. How Individuals, Business, and Government Benefit*. Retrieved from Telework Research Network website:
<http://www.workshifting.com/downloads/downloads/Telework-Trends-US.pdf>
- Lubbers, M. J., Molina, J. L., & McCarty, C. (2007). Personal Networks and Ethnic Identifications: The Case of Migrants in Spain. *International Sociology*, 22(6), 721–741.
<https://doi.org/10.1177/0268580907082255>
- Mark, G., & Smith, A. P. (2012). Occupational stress, job characteristics, coping, and the mental health of nurses: Stress and nurses. *British Journal of Health Psychology*, 17(3), 505–521.
<https://doi.org/10.1111/j.2044-8287.2011.02051.x>
- Marshall, G. W., Michaels, C. E., & Mulki, J. P. (2007). Workplace isolation: Exploring the construct and its measurement. *Psychology and Marketing*, 24(3), 195–223.
<https://doi.org/10.1002/mar.20158>
- Mattarelli, E., & Tagliaventi, M. R. (2010). Work-Related Identities, Virtual Work Acceptance and the Development of Glocalized Work Practices in Globally Distributed Teams. *Industry & Innovation*, 17(4), 415–443. <https://doi.org/10.1080/13662716.2010.496247>
- Mawson, E., Best, D., & Lubman, D. I. (2016). Associations between social identity diversity, compatibility, and recovery capital amongst young people in substance use treatment. *Addictive Behaviors Reports*, 4, 70–77. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2016.10.002>
- Mayring, P. (1994). Qualitative Inhaltsanalyse. In A. Boehm, A. Mengel, & T. Muhr (Eds.), *Texte verstehen: Konzepte, Methoden, Werkzeuge* (pp. 159–175). Retrieved from <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-14565>
- Miller, K., Wakefield, J. R. H., & Sani, F. (2016). Greater number of group identifications is associated with healthier behaviour in adolescents. *British Journal of Developmental Psychology*, 34(2), 291–305. <https://doi.org/10.1111/bjdp.12141>
- Miscenko, D., & Day, D. V. (2015). Identity and identification at work. *Organizational Psychology Review*. <https://doi.org/10.1177/2041386615584009>
- OECD. (2019). *Measuring platform mediated workers* (OECD Digital Economy Papers No. 282). <https://doi.org/10.1787/170a14d9-en>
- Organ, D. W. (1997). Organizational Citizenship Behavior: It's Construct Clean-Up Time. *Human Performance*, 10(2), 85–97. https://doi.org/10.1207/s15327043hup1002_2
- Orhan, M. A., Rijsman, J. B., & van Dijk, G. M. (2016). Invisible, therefore isolated: Comparative effects of team virtuality with task virtuality on workplace isolation and work outcomes. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 32(2), 109–122.
<https://doi.org/10.1016/j.rpto.2016.02.002>
- Pelzer, C., & Burgard, N. (2014). *Co-Economy: Wertschöpfung im digitalen Zeitalter*. Retrieved from <http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-00955-7>

- Pesole, A., Urzì Brancati, M. C., Fernández-Macías, E., Biagi, F., González Vázquez, I., Europäische Kommission, & Gemeinsame Forschungsstelle. (2018). *Platform workers in Europe evidence from the COLLEEM survey*. Retrieved from <https://doi.org/10.2760/742789>
- Pirani, E. (2015). On the Relationship Between Atypical Work(s) and Mental Health: New Insights from the Italian Case. *Social Indicators Research*. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-1173-5>
- Ramarajan, L. (2014). Past, Present and Future Research on Multiple Identities: Toward an Intrapersonal Network Approach. *The Academy of Management Annals*, 8(1), 589–659. <https://doi.org/10.1080/19416520.2014.912379>
- Reaney, P. (2012, January 24). About one in five workers worldwide telecommute: Poll. Retrieved from #Technology News website: <http://www.reuters.com/article/us-telecommuting-idUSTRE80N1IL20120124>
- Redman, T., Snape, E., & Ashurst, C. (2009). Location, Location, Location: Does Place of Work Really Matter? *British Journal of Management*, 20, S171–S181. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2008.00640.x>
- Reichwald, R., Engelberg, H., & Möslin, K. (1998). Telekooperation im Innovationstest: Strategieorientierte Evaluation von Pilotprojekten. *Wirtschaftsinformatik*, 40(3), 205–213.
- Reilly, P. A. (1998). Balancing Flexibility—Meeting the Interests of Employer and Employee. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 7(1), 7–22. <https://doi.org/10.1080/135943298398934>
- Reinders, H., Ditton, H., Gräsel, C., & Gniewosz, B. (Eds.). (2011). *Empirische Bildungsforschung*. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93015-2>
- Ridings, C. M., Gefen, D., & Arinze, B. (2002). Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3–4), 271–295. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00021-5](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00021-5)
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358–384. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.05.005>
- Roccas, S., & Brewer, M. B. (2002). Social Identity Complexity. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 88–106. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0602_01
- Rouse, A. C. (2010). A preliminary taxonomy of crowdsourcing. *ACIS 2010 Proceedings, Paper 76*. Presented at the Australasian Conference on Information Systems, Brisbane, Queensland. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/acis2010>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On Happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141–166.
- Sani, F., Herrera, M., Wakefield, J. R. H., Boroch, O., & Gulyas, C. (2012). Comparing social contact and group identification as predictors of mental health: Social contact and group

- identification as predictors of mental health. *British Journal of Social Psychology*, 51(4), 781–790. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2012.02101.x>
- Sardeshmukh, S. R., Sharma, D., & Golden, T. D. (2012). Impact of telework on exhaustion and job engagement: A job demands and job resources model: Impact of telework on exhaustion and job engagement. *New Technology, Work and Employment*, 27(3), 193–207. <https://doi.org/10.1111/j.1468-005X.2012.00284.x>
- Saxton, G. D., Oh, O., & Kishore, R. (2013). Rules of Crowdsourcing: Models, Issues, and Systems of Control. *Information Systems Management*, 30(1), 2–20. <https://doi.org/10.1080/10580530.2013.739883>
- Schaper, N. (2014). Neue Formen der Arbeit: Das Beispiel Telekooperation. In F. W. Nerdinger, G. Blickle, & N. Schaper, *Arbeits- und Organisationspsychologie* (pp. 541–559). Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-3-642-41130-4_29
- Schaufeli, W. B., & Taris, T. W. (2014). A Critical Review of the Job Demands-Resources Model: Implications for Improving Work and Health. In G. F. Bauer & O. Hämmig, *Bridging Occupational, Organizational and Public Health* (pp. 43–68). Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-94-007-5640-3_4
- Schiffer, E., & Hauck, J. (2010). Net-Map: Collecting Social Network Data and Facilitating Network Learning through Participatory Influence Network Mapping. *Field Methods*, 22(3), 231–249. <https://doi.org/10.1177/1525822X10374798>
- Schmidt, F. A. (2016). *Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie—Zur Funktionsweise und den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Schmidt, G. B. (2015). Fifty Days an MTurk Worker: The Social and Motivational Context for Amazon Mechanical Turk Workers. *Industrial and Organizational Psychology*, 8(02), 165–171. <https://doi.org/10.1017/iop.2015.20>
- Schönhuth, M. (2013). Landkarten sozialer Beziehungen. Partizipativ-visuelle Datenerhebung mit haptischen und elektronischen Werkzeugen: Entwicklung—Typen—Möglichkeiten—Grenzen. In M. Schönhuth, M. Gamper, M. Kronenwett, & M. Stark (Eds.), *Visuelle Netzwerkforschung: Qualitative, quantitative und partizipative Zugänge* (pp. 59–80). Bielefeld: Transcript.
- Schönhuth, M., Gamper, M., Kronenwett, M., & Stark, M. (Eds.). (2013). *Visuelle Netzwerkforschung: Qualitative, quantitative und partizipative Zugänge*. Bielefeld: Transcript.
- Selenko, E., Berkers, H., Carter, A., Woods, S. A., Otto, K., Urbach, T., & De Witte, H. (2018). On the dynamics of work identity in atypical employment: Setting out a research agenda. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 27(3), 324–334. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2018.1444605>

- Skorikov, V. B., & Vondracek, F. W. (2011). Occupational Identity. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, & V. L. Vignoles (Eds.), *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 693–714). Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-1-4419-7988-9_29
- Smith, R., & Leberstein, S. (2015). *Rights on demand: Ensuring workplace standards and worker security in the on-demand economy*. Retrieved from National Employment Law Project website: <http://nelp.org/content/uploads/Rights-On-Demand-Report.pdf>
- Sommer, E., & Gamper, M. (2017). Transnational entrepreneurial activities: A qualitative network study of self-employed migrants from the former Soviet Union in Germany. *Social Networks*. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2017.04.007>
- Spears, R. (2011). Group Identities: The Social Identity Perspective. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, & V. L. Vignoles (Eds.), *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 201–224). Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-1-4419-7988-9_9
- Spinuzzi, C. (2012). Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), 399–441. <https://doi.org/10.1177/1050651912444070>
- Steffens, N. K., Cruwys, T., Haslam, C., Jetten, J., & Haslam, S. A. (2016). Social group memberships in retirement are associated with reduced risk of premature death: Evidence from a longitudinal cohort study. *BMJ Open*, 6(2), e010164. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2015-010164>
- Straus, F. (2010). Netzwerkkarten – Netzwerke sichtbar machen. In C. Stegbauer & R. Häußling (Eds.), *Handbuch Netzwerkforschung* (pp. 527–538). https://doi.org/10.1007/978-3-531-92575-2_46
- Swissstaffing. (2015). *Die Temporärarbeit in der Schweiz, Aktualisierungsstudie 2014*. Retrieved from Swissstaffing website: http://swissstaffing.ch/fileadmin/customer/Branche/Studien/Aktualisierungsstudie_2014.pdf
- Tajfel, H. (1972). Social categorization. English manuscript of 'La catégorisation sociale.' In Moscovici, S. (Ed.), *Introduction à la psychologie sociale* (pp. 272–302). Paris: Larousse.
- Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1(2), 149–178. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420010202>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of group relations* (pp. 33–47). Monterey, CA: Brooks-Cole.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (2nd ed., pp. 7–24). Chicago: Nelson-Hall.

- Taris, T. W., & Schaufeli, W. B. (2015). Individual well-being and performance at work: A conceptual and theoretical overview. In M. van Veldhoven & R. Peccei (Eds.), *Well-being and performance at work: The role of context* (pp. 15–34). Retrieved from <https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/487936/1/134.pdf>
- ter Hoeven, C. L., & van Zoonen, W. (2015). Flexible work designs and employee well-being: Examining the effects of resources and demands: Flexible work designs and employee well-being. *New Technology, Work and Employment*, 30(3), 237–255. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12052>
- Testbirds. (2017). Code of Conduct. Retrieved from Code of Conduct—Unsere Grundsätze für bezahltes Crowdsourcing/Crowdworking website: <https://www.testbirds.de/unternehmen/ueber-uns/code-of-conduct/>
- Thatcher, S. M. B., & Zhu, X. (2006). Changing Identities in a Changing Workplace: Identification, Identity Enactment, Self-Verification, and Telecommuting. *The Academy of Management Review*, 31(4), 1076–1088. <https://doi.org/10.2307/20159267>
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford, England: Blackwell.
- van Alstyne, M. W., Parker, G. G., & Choudary, S. P. (2016). Plattform statt Pipeline. *Harvard Business Manager*, 6, 22–31.
- van Dick, R. (2004). *Commitment und Identifikation in Organisationen*. Göttingen: Hogrefe.
- van Dick, R., & Haslam, S. A. (2012). Stress and well-being in the workplace. Support for key propositions from the social identity approach. In J. Jetten, C. Haslam, & S. A. Haslam (Eds.), *The social cure: Identity, health and well-being*. New York: Psychology Press.
- van Dick, R., van Knippenberg, D., Kerschreiter, R., Hertel, G., & Wieseke, J. (2008). Interactive effects of work group and organizational identification on job satisfaction and extra-role behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 72(3), 388–399. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.11.009>
- Vega, R. P., Anderson, A. J., & Kaplan, S. A. (2015). A Within-Person Examination of the Effects of Telework. *Journal of Business and Psychology*, 30(2), 313–323. <https://doi.org/10.1007/s10869-014-9359-4>
- Vinke, A. (2005). *Virtuelle Arbeitsstrukturen und organisationales Commitment: Das Büro als entscheidender Faktor sozialer Identifikation* (1. Aufl). Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.
- Waenerlund, A.-K., Virtanen, P., & Hammarstrom, A. (2011). Is temporary employment related to health status? Analysis of the Northern Swedish Cohort. *Scandinavian Journal of Public Health*, 39(5), 533–539. <https://doi.org/10.1177/1403494810395821>
- Walsh, K., & Gordon, J. R. (2008). Creating an individual work identity. *Human Resource Management Review*, 18(1), 46–61. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2007.09.001>

- Wang, M., & Hanges, P. J. (2011). Latent Class Procedures: Applications to Organizational Research. *Organizational Research Methods*, 14(1), 24–31.
<https://doi.org/10.1177/1094428110383988>
- Wegge, J., van Dick, R., Fisher, G. K., Wecking, C., & Moltzen, K. (2006). Work motivation, organisational identification, and well-being in call centre work. *Work & Stress*, 20(1), 60–83.
<https://doi.org/10.1080/02678370600655553>
- Weichbrodt, J. (2014). *SwissFlexWork 2014: Repräsentative Befragung der Schweizer Erwerbstätigen zur Verbreitung von mobiler Arbeit und Home Office*. (p. 16). Retrieved from Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW website:
http://www.fhnw.ch/aps/ifk/projekte/abgeschlossene-projekte/swiss_flex_work
- Wiesenfeld, B. M., Raghuram, S., & Garud, R. (2001). Organizational identification among virtual workers: The role of need for affiliation and perceived work-based social support. *Journal of Management*, 27(2), 213–229. <https://doi.org/10.1177/014920630102700205>
- Wiesenfeld, Batia M., Raghuram, S., & Garud, R. (1999). Communication Patterns as Determinants of Organizational Identification in a Virtual Organization. *Organization Science*, 10(6), 777–790. <https://doi.org/10.1287/orsc.10.6.777>
- Witzel, A. (2000). Das problemzentrierte Interview. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 1(1). Retrieved from <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1132/2520>
- Wrzesniewski, A., McCauley, C., Rozin, P., & Schwartz, B. (1997). Jobs, Careers, and Callings: People's Relations to Their Work. *Journal of Research in Personality*, 31(1), 21–33.
<https://doi.org/10.1006/jrpe.1997.2162>
- Zhao, Y., & Zhu, Q. (2014). Evaluation on crowdsourcing research: Current status and future direction. *Information Systems Frontiers*, 16(3), 417–434.
<https://doi.org/10.1007/s10796-012-9350-4>
- Zysman, J. (2015). *Choosing a future in the platform economy: Implications and consequences of digital platforms*. Retrieved from <http://www.kauffman.org/neg/section-4#>

Anhang A: Interview-Leitfaden

Vorbemerkungen:

- **Begrüssung**, möglichst kein Framing! Inhalte zur Studie ggf. nach dem Interview berichten
- **Datenschutzhinweis**: Anonymisierung und keine Rückverfolgbarkeit nach Analyse
- **Audioaufnahme**: Zur wissenschaftlichen Analyse ist für uns eine Audioaufnahme zentral.
- **Interview Dauer**: max. 1 Stunde

Einstieg:

1. Schildern Sie bitte kurz Ihren beruflichen Werdegang.
2. Welchen **verschiedenen beruflichen Aktivitäten** (Geld verdienen) gehen Sie nach? Wo und was arbeiten Sie? Bei wem oder mit wem arbeiten Sie?

Teil 1: Gruppen-Netzwerk

Bei den nächsten Fragen geht es um **Arbeit und Identität**. Unsere Identität kann man auf verschiedene Arten beschreiben. Eine Möglichkeit besteht darin, sich zu überlegen, zu welchen Gruppen man gehört. Diese Gruppen können unterschiedlicher Art sein: interagierende, wo man alle Mitglieder kennt, oder grosse, eher abstrakte Gruppen, wie z.B. die Gruppe der Gärtner/innen (weitere Beispiele: Arbeitsgruppen, Unternehmungen, Verbände, Berufsgruppen, Projektteams).

- a. Das Ziel ist nun, ein **Gruppen-Netzwerk** zu entwickeln.



Gruppen nennen: Denken Sie nun an Ihre Arbeitssituationen, die Sie vorher beschrieben haben. Denken Sie bitte kurz darüber nach, welche Gruppen gibt es da, zu denen Sie dazu gehören?

Wenn es schwierig wird, weitere Gruppen aufzuschreiben, ist das vielleicht ein guter Zeitpunkt, um zu stoppen.



- b. **Gruppen >Klebekarten** (3 Grössen erläutern)



Welche Gruppen haben Sie aufgeschrieben?

ggf. nachfragen: Gruppen in Zusammenhang mit Plattformen? Communities?



Positivität: Wie gut ist es für Sie, diesen Gruppen anzugehören?

Beständigkeit: Wie lange sind Sie schon Teil dieser Gruppen?



- c. **Gruppen anordnen**



Gruppen-Netzwerk legen nach Ähnlichkeit der Gruppen. Versuchen Sie bitte beim Anordnen laut zu denken.

d. Beziehung zwischen Gruppen:

Wie einfach ist es, in zwei Gruppen gleichzeitig Mitglied zu sein?

Mitglied in mehreren Gruppen zu sein, kann Vor- und Nachteile haben, z.B., weil die Mitgliedschaft in einer Gruppe Zeit und Energie raubt, um die Erwartungen in einer anderen Gruppe zu erfüllen. Oder umgekehrt erleichtert die Mitgliedschaft in der einen Gruppe, die Mitgliedschaft in einer anderen. Oder die Gruppe erfordern widersprüchliches oder gleiches Verhalten, was für Sie positive oder negative Effekte haben kann.

Beziehungen einzeichnen.

Wichtig, es geht stets um Ihre subjektive Sicht/Wahrnehmung



durchgezogene Linie

erleichternd, Zeit & Energie, kompatible Erwartungen



gewellte Linie

nachteilig, zeitraubend, widersprüchliche Erwartungen

e. Reflexion:

- **Wenn Sie nun Ihr Gruppen-Netzwerk anschauen: Wie wirkt es auf Sie? Was fällt Ihnen auf? Was überrascht Sie? Fehlt noch etwas?**
- Was haben diese Gruppenmitgliedschaften für Sie für einen Einfluss auf Ihr Wohlbefinden? Wie geht es Ihnen dabei?
- Gibt es etwas, das Sie ändern möchten? (→ z.B. mehr Gr.-Mitgliedschaften?)

Teil 2: Identitätsfragen zum Thema Crowdwork

Die Fragen werden ggf. bereits in Teil 1 beantwortet.

1. Wenn Sie **jemandem aus Ihrem privaten Umfeld erzählen**, dass Sie auf Plattformen wie content.de arbeiten, was genau erzählen Sie?
 - «Fühlen» Sie sich als **Crowdworker**?
2. Beschreiben Sie bitte, wie Sie über die Plattform(en) arbeiten. Was sind für Sie persönlich Vor- und Nachteile der Arbeit auf Plattformen?
3. Ggf. nachfragen: **Online-Communities** (vgl. Netzwerk)
 - Haben Sie Kontakt zu anderen Crowdworkern?
 - Kennen oder wissen Sie von online Communities im Zusammenhang mit der Plattform (content.de)?

4. Was ist der **Grund**, dass Sie mit Arbeiten auf Plattformen begonnen haben?
 - Wie war das, als Sie mit Crowdwork begonnen hatten?
 - Welchen **Stellenwert** nehmen die Einsätze für Sie in ihrem Berufsalltag ein?
 - Was ist Ihre Haupt-/Nebentätigkeit?
 - Wieviel arbeiten Sie insgesamt?
5. Wie erleben Sie das «**Arbeiten im Internet**»: Wie gefällt Ihnen das Arbeiten auf Plattformen: Womit sind sie zufrieden, womit unzufrieden?
6. **Wo arbeiten Sie**, wenn Sie der Plattformarbeit nachgehen? Wie sieht es dort aus? Wer ist sonst noch anwesend?
7. **Demographische Angaben**
 - Wie lange arbeiten Sie schon bei content.de?
 - Wie alt sind Sie?

Ende des Interviews.

- **Danke!**
- **Ziel der Untersuchung:** Kurz zusammenfassen.
- **Regelung Bezahlung:** Direktüberweisung der 18 Euro.

Anhang B: Codesystem

Tabelle 15: Codesystem, ausgewählte Codes aus MAXQDA.

<i>Code (inkl. hierarchische Ebene)</i>	<i>Anzahl Codings</i>
1 Soz. Identität - Gruppennetzwerk	
1.1 Organisationale Entkoppelung	
1.1.1 Identifikation Plattformen	26
1.1.1.1 Projektgruppe, virtuelles Team	12
1.1.1.2 die Plattform ablehnend	10
1.1.1.3 SIM-Karte: Plattform	12
1.1.1.4 Instrumentelle Bedeutung (Tool, Software)	9
1.1.1.5 Mitarbeitenden-Arbeitgeber-Bezeichnung	2
1.1.2 Identifikation Auftraggeber	11
1.1.3 Hinweises Entkoppelung (Struktur-Ebene)	7
1.2 Crowdwork als Beruf	
1.2.1 Crowdwork/ähnliche Gruppen	4
1.2.1.1 Crowdwork-Tätigkeit	
1.2.1.1.1 Texter/innen (Bezug Plattformarbeit)	15
1.2.1.1.2 Tester/innen & Autoren/innen auf P.	9
1.2.1.1.3 andere	1
1.2.1.2 Crowdworker als Kategorie	10
1.2.1.2.1 Ablehnung und neg. Konnotation	6
1.2.1.2.2 Differenzierung der CW-Tätigkeit	11
1.2.2 Tätigkeit über CW hinaus	14
1.2.2.1 vergangene Gruppenmitgliedschaften	2
1.2.3 Online Communities (pos/neg)	12
1.2.4 Tätigkeit/Berufsgruppe, CW inkludierend	9
1.3 Heterogene Arbeitswelt	
1.3.1 Multiple Jobs als Identität	2
1.3.2 Selbständige, Freelancer, Nomaden/innen	27
1.3.3 Identitäten anderer Arbeitsbereiche und Formen	
1.3.3.1 Selbständig ausserhalb CW	10
1.3.3.2 Berufsgruppen	30
1.3.3.3 Organisation, Abteilung	16
1.3.4 Sammler ("andere Gruppen")	
1.3.4.1 Lebensformen	5
1.3.4.2 Interessengruppen & Bewegungen	8
1.3.4.3 Verbände, NGOs	3
1.3.4.4 Freizeit, Familie, Freunde/innen	21
1.3.4.5 Nationalität (soziodemographische Kategorien)	3

1.4 Vereinbarkeit SI (Beziehungsebene)	
1.4.1 neutral-reflektierend	7
1.4.2 positiv	35
1.4.3 negativ	
1.4.3.1 Pflicht vs. Kür	4
1.4.3.2 Image Crowdwork	4
1.4.3.3 Konflikte ausserhalb CW	4
1.4.3.4 Zeitliche Vereinbarkeit	7
1.4.3.5 Professionsanspruch vs. CW	5
1.5 Personale Identität	33
2 Reflexion Struktur	24
3 Gruppen-Bewertung	14
4 Arbeitskontext	
4.1 Erzählungen über Crowdwork	
4.1.1 Tätigkeitsbeschreibung	74
4.1.2 Andere Plattformen	18
4.1.3 Kontakt zu anderen CW	17
4.2 Intensität Crowdwork	29
4.2.1 Haupttätigkeit	18
4.3 Beruflicher Werdegang	30
4.4 Life Changing Events	16
5 Kontext	
5.1 Motiv für Crowdworking	27
5.2 Beschreibung Arbeits-Setting	30
5.3 Virtualitätserleben	18

Anhang C: Ergänzende Resultate

Tabelle 16: Sinnzusammenhänge der Typen zu Sekundärinformationen.

Sekundärinformationen	Typ 1 Freelancer- Identität	Typ 2 Multiple Jobs- Identität	Typ 3 Berufs- Identität	Typ 4 Crowdworking- Team-Identität
<i>Geschlecht</i>				
weiblich	1	2	4	3
männlich	4	5	1	--
<i>Erfahrung Crowdwork</i>				
2 J	--	1	--	--
3-4 J	1	--	2	2
5-6 J	1	5	1	1
7-8 J	3	1	2	--
<i>Alter</i>				
26-35	1	2	2	1
36-45	--	3	1	1
46-55	2	--	2	1
56-65	2	2	--	--
<i>Bildungsniveau</i>				
Berufsausbildung	--	1	1	--
Abitur/Matura	1	1	--	1
Studienabschluss	4	5	3	1
Doktorat	--	--	1	1