

# Code of Conduct

## Grundsätze für bezahltes Crowdsourcing/Crowdworking

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

### Präambel

Die Digitalisierung hat gewaltige Auswirkungen auf unsere Gesellschaft als Ganzes und die Arbeitswelt im Besonderen. Es entstehen neue Beschäftigungsmodelle und Formen des Zusammenarbeitens, die sowohl den Einzelnen wie auch Arbeitgeber und soziale Institutionen beeinflussen und verändern. Crowdsourcing – also das Auslagern von Projekten und Aufträgen an die weltweite Internetgemeinde – ist ein Resultat dieser Entwicklung. In den letzten Jahren hat diese neue Arbeitsform mehr und mehr an Popularität gewonnen und konnte sich mittlerweile als fester Bestandteil der Gesellschaft etablieren. Crowdworker verdienen zeit- und ortsunabhängig Geld, während Unternehmen Zugang zu einer Vielzahl an Arbeitskräften und Experten erhalten, die zur Verfügung stehen, um die entsprechenden Aufträge zu übernehmen. Nichtsdestotrotz existieren bezüglich der konkreten Ausgestaltung der Zusammenarbeit zwischen Crowdworkern und Unternehmen bzw. Dienstleistern noch einige Unklarheiten – insbesondere in rechtlicher Hinsicht sowie im Hinblick auf die unternehmerische Verantwortung gegenüber den Crowdworkern.

### Ziel und Zweck

Der vorliegende Code of Conduct ist ein selbst-aufgelegtes Regelwerk führender Crowdsourcing-Anbieter, das auf die Initiative des Crowdttesting-Dienstleisters Testbirds hin entstanden ist. Ziel ist es, ergänzend zur Gesetzgebung allgemein gültige Leitlinien für das eigene Handeln im Rahmen von bezahlter Crowdarbeit zu etablieren und so eine Basis für ein vertrauensvolles und faires Miteinander zwischen Dienstleister, Kunden und Crowdworker zu schaffen. Der Code of Conduct soll als Orientierung dienen und dazu beitragen, Crowdsourcing als moderne Form des Arbeitens zu einer Win-Win-Situation für alle Beteiligten zu machen. Alle Unterzeichner des vorliegenden Regelwerks haben hohe Ansprüche an die Qualität ihrer Arbeit und wollen ihren Kunden und den Crowdworkern bestmögliche Lösungen und Ergebnisse liefern.

### Anwendungsbereich

Im Gegensatz zu unbezahltem Crowdsourcing, bei dem Aufgaben von einer Gruppe Freiwilliger übernommen werden, soll der vorliegende Code of Conduct ein Regelwerk für bezahltes Crowdsourcing bzw. Crowdworking darstellen. Die Unterzeichner verpflichten sich dazu, die niedergeschriebenen Grundsätze zu achten und diese innerhalb ihres Unternehmens und im Umgang mit Dritten zu fördern. Sollten sich Sachverhalte oder äußere Umstände verändern – beispielsweise hinsichtlich der Gesetzgebung – so werden die Mitglieder des Code of Conduct darüber beraten, ob und wie die Regeln angepasst werden müssen. Da der Verhaltenskodex eine freiwillige, selbstaufgelegte Verpflichtung darstellt, kann dieser außerhalb des Kreises der Unterzeichner keine Gültigkeit für sich beanspruchen. Allerdings sind ausdrücklich alle interessierten Unternehmen eingeladen beizutreten.

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

- Philipp Benkler, Georg Hansbauer  
Geschäftsführer Testbirds GmbH
- Christian Rozsenich  
Geschäftsführer clickworker GmbH
- Dorothea Utzt  
Geschäftsführerin Streetspotr GmbH



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



München, Juli 2015

# Grundsätze

## 1 Nur seriöse Aufgaben

Alle Unterzeichner verpflichten sich dazu, ausschließlich seriöse Aufgaben anzubieten. Es werden keine Projekte illegalen, diffamierenden, betrügerischen, volksverhetzenden, gewaltverherrlichenden oder verfassungsfeindlichen Inhalts an die Crowdworker herangetragen.

## 2 Aufklärung über Gesetzeslage

Bezahltes Crowdfunding unterliegt in Deutschland den gleichen gesetzlichen Regelungen wie eine freiberufliche Tätigkeit oder selbstständiges Unternehmertum und stellt kein dauerhaftes, sozialversicherungspflichtiges Beschäftigungsverhältnis dar. Die Mitglieder des Code of Conduct weisen die Crowdworker auf die gesetzlichen Regelungen hin. Sofern die Unternehmen nicht dazu befugt sind Rechtsberatung zu leisten, informieren sie die Crowdworker darüber, dass sie sich entsprechend ihrer persönlichen Situation und der geltenden Gesetzeslage um rechtliche und steuerliche Angelegenheiten selbstständig kümmern müssen.

## 3 Faire Bezahlung

Die Mitglieder des Code of Conduct zahlen den Crowdworkern ein dem Wert der Arbeit faires und angemessenes Honorar. Dabei gilt es vorab klar und deutlich zu kommunizieren, wie viel Geld bei zufriedenstellender Erledigung des Auftrags verdient werden kann. Die Crowdworker müssen über die Zahlungsbedingungen informiert werden und die Vergütung hat durch den Auftraggeber rasch und ohne Verzögerungen zu erfolgen. Sollte ein Projekt pro bono für einen wohltätigen oder gemeinnützigen Zweck durchgeführt werden, so müssen die Crowdworker darüber vorab in Kenntnis gesetzt werden.

## 4 Motivierende Arbeit

Die Unterzeichner sind sich darüber bewusst, dass die finanzielle Entlohnung für viele Menschen nicht der einzige Grund ist, an Crowdsourcing-Projekten teilzunehmen. Vielmehr können intrinsische Motivationsfaktoren eine ebenso wichtige Rolle spielen. Aus diesem Grund werden die Unterzeichner stets ihr Bestes geben, den Erwartungen der Crowdworker hinsichtlich einer motivierenden und erfüllenden Arbeit nachzukommen.

## 5 Klare Aufgabendefinition und angemessene Zeitplanung

Die Aufgaben der Crowdworker müssen klar und präzise definiert sein. Die Auftragnehmer erhalten eine detaillierte Beschreibung aller Kriterien, die es zu erfüllen gilt, um an einem Projekt teilnehmen zu können und dieses erfolgreich abzuschließen. In manchen Fällen müssen Aufträge kurzfristig ausgeschrieben werden. Die Crowdsourcing-Unternehmen als Vermittler berücksichtigen diese Anforderungen der Kunden, tragen aber gleichzeitig dafür Sorge, dass Aufträge stets realistisch geplant werden und die Crowdworker ausreichend Zeit haben, um ihre Aufgaben zu erledigen.

## 6

### Freiheit und Flexibilität

Crowdworking ist freiwillig. Demnach müssen die Arbeiter auch selbst bestimmen können, welche Aufträge sie annehmen. Die Ablehnung eines Projekts darf zu keinen negativen Konsequenzen führen. Da Crowdworking zumeist nicht die Haupteinnahmequelle ist, muss den Auftragnehmern so viel Flexibilität wie möglich eingeräumt werden, um die Aufgabe zu erfüllen.

## 7

### Unterstützung und Feedback

Da Crowdworker remote arbeiten ist es besonders wichtig, dass die Auftraggeber bzw. die Vermittler für Rückfragen erreichbar sind. Die Unterzeichner des Code of Conducts verpflichten sich dazu, den Crowdworkern bestmöglich Hilfestellung zu leisten, umgehend Feedback zu geben und Verbesserungsvorschläge zu unterbreiten, wie die Aufgabe am besten auszuführen ist. Auch gegenüber den eigenen Kunden werden die Crowdsourcing-Unternehmen stets schnelles und produktives Feedback bereitstellen.

## 8

### Offene und transparente Kommunikation

Das Verhältnis zwischen Unternehmen, Kunden und Crowdworkern basiert auf Verlässlichkeit, Vertrauen, Ehrlichkeit, Offenheit und gegenseitigem Respekt. Es soll keine Rangordnung hinsichtlich der Gewichtung der Interessen der verschiedenen Parteien geben. Die Crowdsourcing-Unternehmen verpflichten sich dazu ihre Aufgaben gewissenhaft auszuführen und die genannten Werte zu achten. Selbiges wird von den Crowdworkern erwartet.

## 9

### Bestmögliches Arbeitsumfeld

Um Crowdsourcing-Projekte effizient und effektiv ausführen zu können, ist es eine unabdingbare Voraussetzung, dass den Auftragnehmern ein gutes Arbeitsumfeld zur Verfügung steht. Die unterzeichnenden Dienstleister werden stets alles daran setzen, eine benutzerfreundliche und einfach zu bedienende Plattform zur Verfügung zu stellen. Die Anforderungen der Kunden und der Crowdworker sollen dabei gleichermaßen berücksichtigt werden.

## 10

### Datenschutz und Privatsphäre

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