



Medienkonferenz der Gewerkschaft syndicom zur Crowdwork-Studie

Bern, 14. September 2017

Redetext von:

- Giorgio Pardini, Leiter Sektor ICT und Mitglied der Geschäftsleitung
- Daniel Hügli, Zentralsekretär ICT
- Sheila Winkler, Zentralsekretärin Logistik
- Michael Moser, Zentralsekretär Medien

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren

Es freut mich sehr, Sie zur heutigen Medienkonferenz der Gewerkschaft syndicom zum Thema Crowdwork begrüßen zu dürfen.

Die Gewerkschaft syndicom befasst sich seit mehreren Jahren mit der Digitalisierung der Arbeit. An unserem Kongress vom 10./11. November diskutieren wir deshalb ein umfangreiches Manifest zur Digitalisierung, das die Grundlage für unsere Arbeit in den nächsten vier Jahren sein wird.

Das Phänomen der Crowdwork ist in allen drei Sektoren von syndicom in der Praxis feststellbar und deshalb hoch relevant.

Sheila Winkler, Zentralsekretärin im Sektor Logistik, wird Ihnen anschliessend ein konkretes Beispiel in der Kurierdienst-Branche schildern.

Danach zeigt Ihnen Michael Moser, Zentralsekretär im Sektor Medien, ein Beispiel aus der grafischen Branche.

Im Sektor ICT sind wir mit dem Crowdworking durch die Plattform Mila bei der Swisscom betroffen. Diese Plattform ermöglicht es Privatpersonen, rasch und günstig beispielsweise einen neuen Router oder eine neue TV-Box ans Internet anschliessen zu lassen. Das löst verständlicherweise bei den Technikern bei der Swisscom Ängste aus.

Die zunehmende Bedeutung von Crowdwork hat dazu geführt, dass wir uns an der europaweiten Studie massgeblich beteiligt haben.

Nach den beiden Schilderungen konkreter Beispiele wird Ihnen Daniel Hügli, Zentralsekretär im Sektor ICT, die brisanten Ergebnisse dieser Studie präsentieren.

Im Anschluss an die Präsentation dieser Studie werden Sie Gelegenheit haben, Fragen zu stellen.

Redetext Sheila Winkler

Sehr geehrte Damen und Herren

Auch in der Logistik-Branche sind Auslagerungen seit langem Tatsache, sei es über Logistikplattformen wie die Transportbörse von PostLogistics oder durch speziell dafür gegründete Tochterunternehmen der Post, welche Leistungen des Stammhauses übernehmen – natürlich zu günstigeren Konditionen. Diese Auslagerungen bekämpfen wir seit langem, weil Auslagerungen gute Arbeitsplätze zerstören und zu prekären Arbeitsbedingungen führen.

Das Crowdwork-Geschäftsmodell geht noch einen Schritt weiter als die bisher bekannte Auslagerungspraxis. Hierzu schildere ich Ihnen ein Beispiel aus der Velo-Kurier Branche. Die Post hat den Online-Shop Kaloka gegründet, vorläufig als Pilotprojekt in der Stadt Bern. Die Auslieferung der bestellten Waren erfolgt innert weniger Stunden durch den Kurierdienst NoTime.

NoTime bezeichnet sich als Technologieunternehmen. Im Unterschied zu anderen Plattformen hat NoTime zwar Angestellte, aber in einem klassischen Arbeitsverhältnis auf Abruf. Die Kurierinnen und Kuriere verpflichten sich über eine App zu Arbeitseinsätzen, haben aber keine Garantie, effektiv eingesetzt zu werden, womit sie auch keine Lohngarantie haben. Zudem werden die Kurierinnen und Kuriere bewertet, was dazu führen kann, dass sie keine Aufträge mehr erhalten. Die Leistungen von NoTime gegenüber ihren Mitarbeitenden sind minimal und entsprechen nicht den Standards, wie sie im GAV Kurierdienste von syndicom vorgesehen sind. Somit handelt es sich bei NoTime um ein Dumpingunternehmen, das die ganze Branche zusätzlich unter Druck setzt.

Redetext Michael Moser

Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne schildere ich Ihnen kurz ein krasses Beispiel von Crowdworking in der grafischen Branche am Beispiel der Plattform 99 Designs.

Die Plattform 99 Designs wirbt bei ihren Kundinnen und Kunden mit dem Angebot, sich ein Design von mehreren Grafikerinnen und Grafikern erstellen zu lassen, am Ende aber nur einen Entwurf bezahlen zu müssen. Davon kassiert die Plattform eine Provision von bis zu 40%, während alle anderen für ihre Arbeit nichts erhalten.

Die Problematik an diesem Modell besteht einerseits darin, dass die Arbeitenden keine Möglichkeit mehr haben, ihre Einkommenssituation zu planen und dass andererseits die Arbeitsleistung nicht mehr an eine effektive Bezahlung gekoppelt ist. Ganz zu schweigen von den fehlenden Sozialversicherungsleistungen.

Zudem verziehen Plattformen wie 99 Designs auch das gesamte Preisniveau der Branche, da Auftraggeber über solch ein disruptives Modell nur noch einen Bruchteil der tatsächlich geleisteten Arbeit bezahlen müssen. Die effektiven Kosten dieses Businessmodells tragen alleine die Arbeitenden, die im Schnitt nur jedes 10. Mal einen Wettbewerb gewinnen. Was im Alltag bedeutet, dass nur ein Zehntel der geleisteten Arbeit bezahlt wird.

Redetext Daniel Hügli

Wir haben eine Studie machen lassen zu einer höchst aktuellen und höchst interessanten Frage: Wie verbreitet ist Crowdwork in der Schweiz?

Beantwortet wird diese Frage aufgrund einer Internetumfrage bei 2001 Schweizerinnen und Schweizern im Alter zwischen 16 und 70 Jahren.

Kommen wir zunächst zu den Begrifflichkeiten zu diesem Thema.

In der vorliegenden Studie ist von Gig-Economy die Rede. Das Wort Gig», wie wir es von Konzerten kennen, wird hier als «Gig» im Sinne von Auftrag verwendet. Arbeitskräfte erhalten keinen Arbeitsvertrag, sondern eben nur einen Auftrag. Sie haben also kein festes Einkommen und erhalten kaum Sozialleistungen.

Bei syndicom sprechen wir anstelle von Gig Economy meist von Crowdwork. Der Begriff meint dasselbe wie Gig Economy, nämlich Plattform-Arbeit. Die Crowdworker, die Menschen, die über diese Plattformen arbeiten, sind im Grunde genommen auch Freelancer.

Mit der Studie wollten wir herausfinden, wie verbreitet Crowdwork in der Schweiz ist, welche Arten von Crowdwork existieren. Wir wollten auch herausfinden, wer die Menschen sind, die in diesen Erwerbsarten arbeiten und in welchen beruflichen Verhältnissen sie leben. Denn bisher fehlen verlässliche Daten dazu für die Schweiz.

Bei der Studie handelt es sich um eine wissenschaftlich durchgeführte Internet-Umfrage von Hochschulen, die wir gemeinsam mit der Stiftung Sovis finanziell unterstützt haben. Die Prozentsätze, die wir auf den nächsten Folien zeigen, sind gewichtet. Damit berücksichtigen wir kleine Abweichungen bei den Merkmalen der befragten Bevölkerungsgruppen gegenüber der Gesamtpopulation. Da es sich um eine Stichprobe handelt, liegt das statistische Vertrauensintervall bezogen auf alle Befragten innerhalb von plus-minus 2,2 Prozent, bezogen auf die Crowdworker innerhalb von plus-minus 5,2 Prozent einer möglichen Abweichung

Kommen wir zur ersten Frage der Studie. 2001 Schweizerinnen und Schweizern zwischen 16 und 70 Jahren wurden gefragt, wie häufig sie Arbeit auf Online-Plattformen suchen und finden. Nicht weniger als 32.2% der Befragten gaben an, dass sie via Plattformen Arbeit suchen. Das sind erstaunlich viele. Erwartungsgemäss waren nicht alle erfolgreich. Der Anteil derjenigen, die Plattform-Arbeit fand, lag bei 18.2%. Ein Wert, der ungefähr 1'090'000 Personen der gesamten Schweizer Bevölkerung entspricht.

Die meisten Befragten gehen dem Crowdwork nur gelegentlich nach.

12.7% der Befragten geben an, dass sie eine solche Arbeit mindestens einmal im Monat finden. 10% der Befragten geben an, dass sie mindestens einmal pro Woche via Online-Plattformen Geld erwerben. Für sie ist die sogenannte «Gig Economy» ein fester Bestandteil des Arbeitsalltags geworden, damit mutmasslich auch des Einkommens.

Die Studienautoren haben die Antwort auf die Frage, wie häufig Arbeit auf Online-Plattformen gesucht und gefunden wird, in einen internationalen Kontext gestellt. Der Ländervergleich zeigt: Crowdfunding ist in der Schweiz weit verbreitet – auch im internationalen Vergleich. Aktuelle Befragungen in Grossbritannien, Deutschland, Holland und Schweden weisen für all diese Länder tiefere Anteile an Crowdfunding aus.

Nur in Österreich liegt der Anteil an Leuten, die Crowdfork *suchen*, deutlich höher. *Gefunden* haben Österreicherinnen und Österreicher solche Arbeit aber kaum häufiger als Schweizerinnen und Schweizer.

Oft wird angenommen, dass die „Gig Economy“ als gelegentliche Einkommensaufbesserung zusätzlich zu einem Hauptjob oder sogar nur zum Vergnügen genutzt wird. Tatsächlich: Fast Dreiviertel der Crowdforker beziehen weniger als die Hälfte ihres Einkommens aus der Gig «Economy». Die anderen 26.1% oder ein gutes Viertel sagten, dass die Einnahmen aus dem Crowdfork mindestens die Hälfte der Gesamteinnahmen ausmacht. 12.5% der Crowdforker bezeichnen Crowdfork gar als einzige Einkommensquelle. Das entspricht 135'000 Personen in der Schweiz, je die Hälfte davon Frauen und Männer.

Kommen wir zur nächsten Studien-Frage: Welche Art von Arbeit suchen Sie?

Diese Frage wurde nur Crowdforkern gestellt, also nicht denjenigen Personen, die keiner Crowdfork nachgehen oder keine Crowdfork gefunden haben.

Die am häufigsten gesuchte Art von Crowdfork sind Jobs, welche am eigenen Computer zuhause ausgeführt werden können. Beispielsweise für die Freelancer-Plattform Upwork. 79.3% der Crowdforker suchen Jobs in dieser Kategorie.

75.7% der Befragten sagen, dass sie für verschiedene Kunden ausser Haus tätig sind. Beispielsweise für den Haushaltsdienst Handy.

61.7% der Crowdforker erklären, dass sie mittels einer App oder einer Website Arbeit suchen. Beispielsweise bei Uber im Taxibereich.

In allen drei Kategorien sind die Häufigkeiten für Männer etwas höher als für Frauen.

Will man genauer wissen, welche Art von Crowdfork ausgeführt wird, wird das Bild etwas unübersichtlich. In der Tendenz gehen die Befragten vielen verschiedenen Arten von Crowdfork nach.

Dies weist darauf hin, dass sie versuchen, sich aus so vielen Quellen wie möglich ein Einkommen zu verschaffen.

81.4% der Crowdworker führen Büroarbeiten aus, kleine Arbeiten oder Clickwork auf ihrem eigenen Computer oder anderen Online-Geräten. Das ist die am weitesten verbreitete Art von Crowdwork in der Schweiz.

74.5% der Crowdworker führen hochqualifiziertere Online-Arbeit aus wie beispielsweise Design, redaktionelle Arbeit, Software-Entwicklung oder Übersetzungen. Das ist der zweithöchste Wert.

Die anderen Arten von Crowdwork sind alle ähnlich weit verbreitet, mit Werten von 60 bis 65 Prozent. Darunter fallen eher niedrigqualifizierte Arbeiten wie Haushaltsreparaturen, Reinigungsarbeiten, Gartenarbeit, Routinearbeiten, Babysitten, Taxiarbeiten oder persönliche Dienstleistungen wie Massagen oder Coiffeure.

Zu den eher hochqualifizierten Tätigkeiten gehören professionelle Tätigkeiten wie juristische Dienstleistungen oder Buchhaltungsarbeiten. 62,3% der Crowdworker gehen solchen hochqualifizierten Tätigkeiten nach.

«New» respektive «Gig Economy» oder «Old Economy»?

Viele der auf Plattformen gefundenen Tätigkeiten sind per se nicht neu. Freelancer hat es auch schon gegeben, bevor es die digitale Wirtschaft gab.

Deshalb ist es interessant zu sehen, bei welcher Art von Plattform-Arbeiten es sich wirklich um neuartige Arbeitsverhältnisse handelt. Wie viele Crowdworker also einer digital organisierten Arbeit nachgehen, welche erst durch die Digitalisierung möglich wurde.

Einen Hinweis darauf bieten die Antworten auf die folgende Studienfrage: «Werden Sie per App benachrichtigt, wenn es Arbeit gibt?»

Unter Anwendung dieser Definition reduziert sich der Anteil der Crowdworker an der Gesamtbevölkerung um rund zwei Drittel, wie in der linken Spalte der Abbildung ersichtlich ist. Oder anders gesagt: Der Anteil an der Gesamtbevölkerung reduziert sich von 18,2 auf 12 Prozent – oder von 1'090'000 auf 720'000 Personen.

Auffallend ist: Je intensiver Crowdwork betrieben wird, desto häufiger ist die App-Nutzung. Von denjenigen, die mindestens wöchentlich Crowdwork ausführen, nutzen 73.8% Apps dafür.

Bei denjenigen, deren Einkommen mindestens zur Hälfte aus Crowdwork besteht, liegt der Anteil sogar bei 78.1%.

Wie alt sind die Crowdworker?

Die Abbildung zeigt: Crowdworker gibt es in allen Altersklassen; sie sind jedoch etwas häufiger jung als alt.

Bei den bis zu 24-Jährigen liegt der Anteil bei rund 25%, bei den bis zu den 34-jährigen immer noch bei rund 20%, danach sinkt er weiter um je etwa 5 Prozentpunkte pro Altersklasse.

Extremer ist die Altersdifferenz bei intensivem Crowdwork. Von denjenigen, die Crowdwork zur Einkommenssicherung brauchen, sind rund 70% 34-jährig oder jünger.

Wie ist der Erwerbsstatus der Crowdworker?

Bei den Crowdworkern in der Schweiz handelt es sich fast zu Dreiviertel um Voll- oder Teilzeitbeschäftigte: 51.7% der Crowdworker sind Vollzeit beschäftigt, 21.2% Teilzeit, 9.4% sind Selbständige, 3.1% sind Vollzeit-Eltern (also Hausfrauen oder Hausmänner), 5.1% sind Pensionierte, 5.4% Studierende.

Bei denjenigen, die mindestens einmal wöchentlich Crowdworking betreiben, sind die Zahlen ähnlich: 52.8% arbeiten Vollzeit, 23.9% Teilzeit, 10.2% sind Selbständige, 2.2% Vollzeit-Eltern, 2.8% Pensionierte und 5.6% Studierende. Bei denjenigen, die mindestens die Hälfte ihres Einkommens mit Crowdwork erzielen, verschiebt sich das Muster nur leicht.

Welche anderen Merkmale zeichnen die Crowdworker aus?

In der Stichprobe aller Crowdworker arbeiten 26.4% mit befristeten Arbeitsverträgen.

15.3% der Crowdworker haben mehr als einen bezahlten Job.

6.4% der Crowdworker erhalten Sozialleistungen oder Pensionen.

8.3 % der Crowdworker beziehen Einkünfte aus Mieten oder Anlagen.

Besonders interessant ist die Kategorie der Auftragnehmer oder auf Englisch: „independent contractors“. Viele Internetplattformen benutzen diesen Ausdruck, um die Arbeitenden zu beschreiben, die ihre Dienste nutzen. Nur 11.9% aller Crowdworker bezeichnen sich auch selber so.

In der Stichprobe der häufigen Crowdworker fallen gegenüber der Stichprobe aller Crowdworker zwei Veränderungen auf:

Es gibt vergleichsweise mehr Teilzeitarbeitende, dafür weniger Pensionierte.

In der Stichprobe derjenigen, die finanziell von Crowdwork abhängig sind, steigt der Anteil der Vollzeitbeschäftigten um fast 10 Prozentpunkte an – auf über 35 Prozent. Auch der Anteil derer, die sich selber als „independent contractors“ bezeichnen, steigt deutlich, während die mittleren drei Kategorien zurückgehen.

Kommen wir zur regionalen Verteilung des Crowdwork in der Schweiz. Da gibt es deutliche Unterschiede. Die höchste Konzentration weist das Tessin auf. Ein ebenfalls hoher Anteil an Crowdwork besteht in und um Zürich. Die geringste Konzentration weist die Ostschweiz auf, gefolgt vom Mittelland.

Crowdwork ist kein isoliertes Phänomen, sondern Teil der boomenden Online-Wirtschaft. Crowdwork in der Schweiz ist etwa gleich verbreitet wie der Produkteverkauf auf einer eigenen Webseite, verbreiteter als AirBnB oder der Verkauf von eigenen Produkten, aber deutlich weniger verbreitet als der gewinnorientierte Weiterverkauf oder der Verkauf von eigenem Hab und Gut. Ricardo lässt grüssen. In diesem Sinne ist Crowdwork auch nicht ein vorübergehendes Phänomen, sondern eingebettet in den Megatrend hin zur digitalen Wirtschaft. Man muss kein Kaffeesatzleser zu sein, um vorauszusagen, dass Crowdwork in der Schweiz weiter zunehmen wird.

Halten wir ein paar wichtige Feststellungen fest, die sich aufgrund der Studie machen lassen. Die Gig Economy ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Schweiz. Der Anteil der Crowdworker in der Schweiz ist hoch, auch im internationalen Vergleich:

- 32,2% der Schweizerinnen und Schweizer haben bereits mindestens einmal Crowdwork gesucht.
- 18,2% oder rund eine Million der Werktätigen in der Schweiz sind Crowdworker.
- 10% arbeiten mindestens einmal wöchentlich als Crowdworker.
- 12% der Schweizerinnen und Schweizer gehen einer App-basierten Crowdwork nach.
- Die meisten Crowdworker üben verschiedene Tätigkeiten aus.
- Je jünger die Crowdworker sind, desto finanziell abhängiger sind sie von Crowdwork. Die unter 35-Jährigen machen 69,3% dieser Kategorie aus.
- Besonders weit verbreitet ist Crowdwork im Tessin und im Raum Zürich.
- Und schliesslich: Nur 12% der Crowdworker sehen sich als „independent contractors“.

Redetext Giorgio Pardini

Was bedeuten die Studienergebnisse für die Gewerkschaft syndicom?

Der zuletzt präsentierte Punkt ist aus Sicht von syndicom besonders kritisch: Nur 12% der Crowdworker sehen sich als „independent contractors“, also als Auftragnehmer oder gar selbständig Erwerbende. Alle anderen, also fast 90%, sehen sich als Beschäftigte im klassischen Sinne

Ganz anders sehen dies die Plattformbetreiber. Und natürlich diejenigen Unternehmen, die Arbeiten an eine Crowd auslagern, um Fixkosten und unternehmerische Risiken zu reduzieren respektive über Plattformen an die Crowdworker zu überwälzen.

Auf diese Weise umgehen Plattformen und Unternehmen Sozialversicherungsbeiträge, etwa für die Arbeitslosenversicherung, Altersvorsorge oder den Lohnausfall bei Krankheit.

Die Crowdworker ihrerseits verfügen über keine kollektiven Arbeitsrechte, die es erlauben würden, dass sie sich gemeinsam mit Gewerkschaften gegenüber den Plattformen und Auftraggebern für ihre Interessen einsetzen könnten.

Die individuellen Arbeitsrechte sind oft ungenügend. Es ist für Crowdworker praktisch unmöglich, im Fall von Unregelmäßigkeiten eine Crowdwork-Plattform einzuklagen.

Aufgrund dieser Ausgangslage sowie der bereits hohen Bedeutung von Crowdwork in der Schweiz ist aus Sicht der Gewerkschaft syndicom der Handlungsbedarf dringend:

- Es braucht Zertifizierungssysteme für Crowdwork-Plattformen. Die Plattformen müssen sich im Minimum dazu verpflichten, für die Crowdworker die UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte einzuhalten, besonders die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Auch müssen sie Massnahmen gegen Schwarzarbeit ergreifen.
- Crowdworker, die für Schweizer Unternehmen tätig sind, sollen fair entschädigt und sozialversichert werden. Möglichst nach den Vorgaben von orts- und branchenüblichen Bedingungen auf der Basis bestehender Gesamtarbeitsverträge. Dabei stehen nicht nur Crowdwork-Plattformen in der Verantwortung, sondern eben auch die Unternehmen, die Tätigkeiten an die Crowd auslagern.
- Es braucht Richtlinien, um das geistige Eigentum von Crowdworkern zu schützen und ihnen zu ermöglichen, ihre Arbeitsrechte einzuklagen.
- Arbeitgeber und Gewerkschaften müssen gemeinsam Regeln definieren, damit Crowdwork nur dann zum Einsatz kommt, wenn gesicherte Arbeitsverhältnisse aus gutem Grund nicht in Frage kommen.

Die digitale Transformation der Wirtschaft bringt Chancen und Gefahren mit sich. Damit die Chancen genutzt und die Gefahren gebannt werden können, braucht es eine innovative und konstruktive Sozialpartnerschaft auf der Höhe der Zeit.

Damit gebe ich Ihnen nun die Gelegenheit für Fragen.

Fragen

Sehr geehrte Damen und Herren, wir kommen nun zum Abschluss dieser Medienkonferenz. Für die Gewerkschaft syndicom wird die Digitalisierung die Richtschnur der gewerkschaftspolitischen Arbeit sein. Wir werden hierbei alle relevanten Themen bearbeiten, die sich im Zusammenhang mit der Digitalisierung stellen: Die Crowdwork, der innerbetriebliche Datenschutz, die permanente Aus- und Weiterbildung, das Recht auf Arbeit und die Entgrenzung der Arbeit sowie Themen, die erst aufkommen. Denn wer konnte vor fünf Jahren schon sagen, dass heute eine Million Menschen in der Schweiz in irgendeiner Form als Crowdworker tätig sein würden?

syndicom ist auf der Höhe der Zeit und stellt sich diesen Themen im Interesse der Werktätigen und im Interesse unserer Volkswirtschaft.

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.