

Die Welt der Prosumenten

Eine quantitative Befragung zur Motivation von deutschsprachigen Internetnutzern bei Crowdsourcing-Projekten

1.1 Motivationsfaktoren der Crowdsourcing-Teilnahme

Die zentrale Aufgabe dieser Forschungsarbeit war es, die Motivationsfaktoren, die einen Internetnutzer zur Crowdsourcing-Teilnahme bewegen, zu identifizieren und sowohl ihre gegenseitige Beeinflussung als auch ihren Zusammenhang mit anderen Faktoren zu analysieren und zu bewerten. Die Beantwortung der ersten leitenden Forschungsfrage konnte dieses Vorhaben konkretisieren, wobei jedoch angemerkt werden muss, dass die Wirkung der einzelnen Faktoren auf die grundsätzliche Teilnahmemotivation nicht direkt geprüft werden konnte, da alle Befragten bereits Crowdsourcing-Projekte unterschützt hatten und diese zum Zeitpunkt der Befragung bereits abgeschlossenen waren. Die aufgezeigten Resultate beziehen sich dementsprechend auf Selbstauskünfte, die nur rückblickend auf eine Teilnahme gegeben werden konnten.

Aus den theoretischen Vorüberlegungen ging hervor, dass die vier Erwartungskomponenten Anstrengung, Leistung, Belohnung und Zufriedenheit Einfluss auf die Motivation von Individuen haben (vgl. Porter/Lawler, 1968, S. 165f.). Im Fokus der Analysen standen dabei die Bewertung der Angemessenheit verschiedener Belohnungsarten sowie deren Einfluss auf die Leistung und Zufriedenheit von Crowdsourcern. Es zeigte sich, dass es bei über 66% (n=60) der Crowdsourcing-Teilnahmen keine Belohnung gab, was über die Hälfte (52.2%, n=46) der Befragten als unangemessen betrachteten. Hingegen empfanden es 43.5% (n=46) als angebracht, was sich zum einen durch rein intrinsische Motive und zum anderen durch eine eher immanent gerichtete Belohnungserwartung erklären lässt. Diese Personen erwarten wahrscheinlich keine Gegenleistung durch andere, sondern beteiligen sich an entsprechenden Projekten, um sich selbst mit der Verbesserung einer Angelegenheit oder mit dem Wissen, ein

Problem gelöst zu haben, belohnen. Diejenigen, die eine Belohnung erhielten, empfanden diese in fast allen Fällen, außer bei monetären Belohnungen, eher angemessen als unangemessen. Auffällig war dementsprechend, dass die Hälfte (48.5%, n=33) der Probanden beim Erhalt einer finanziellen Gegenleistung, diese als unangemessen einstufte. Dieses Ergebnis wird vor allem von eher extrinsisch motivierten Teilnehmern bestimmt sein, da diese schon vor Beginn der Aufgabenlösung eine Belohnung erwarten und dementsprechend eine gewisse Vorstellung von der Höhe haben. Häufig nehmen die Plattformen, die eine Belohnung bieten, entweder Abstufungen vor oder sie werden sogar nur demjenigen ausgezahlt, der den besten Lösungsvorschlag einreicht (vgl. Puscher, 2012). Dennoch ist eine materielle Gegenleistung für die erbrachte Arbeit seltener als ein einfaches Lob oder ein Ausspruch von Anerkennung durch die Projektinhaber oder andere Crowdsourcer (56.7%, n=60), was mehr als 55% (n=45) als angemessen empfinden, jedoch 38% (n=45) als unzureichend einstufen. In diesem Fall könnten sich die Projekt-Teilnehmer von den Crowdsourcing-Plattformen ausgenutzt fühlen oder ein unfaires Spiel hinter dem Nutzen der gemeinschaftlichen Arbeit vermuten (vgl. Howe, 2008, S.15).

In den Auswertungen zeigte sich zusätzlich, dass sich die Leistung und Zufriedenheit der Crowdsourcer (n=65) erhöht, wenn diese eine Belohnung als angemessen einschätzen. Entsprechend kann man interpretieren, dass eine Gegenleistung immer der Aufgabenstellung gerecht werden sollte, da dies sonst zu einer geringeren Anzahl oder zu verminderter Qualität bei den Lösungsvorschlägen führen kann. Um entsprechende Ergebnisse zu erhalten, ist es dennoch wichtig, dass die Plattformen und Auftraggeber ihre Qualitätsansprüche preisgeben, denn die Auswertungen verzeichneten eine höhere Anstrengung der Teilnehmer (n=65), wenn sich diese einer hohen Leistungserwartung bewusst waren.

Neben den Erwartungskomponenten, waren vor allem auch intrinsische und extrinsische Motivationsfaktoren für die Teilnahme von Internetnutzern an Crowdsourcing-Projekten maßgebend. Entsprechend einer explorativen Datenanalyse konnten jeweils vier Faktoren extrahiert werden. Während sich die intrinsischen Motive in Ambition, Spaß, Aufregung und Interesse untergliedern ließen, gruppieren sich die extrinsischen Motive zu den Faktoren Hilfsbereitschaft, Belohnung, Empathie und Pflichtgefühl. Betrachtet man die theoretischen Ausführungen zur Selbstbestimmungstheorie und die entsprechenden Regulationsarten der extrinsischen Motivation, so lassen sich alle vier Faktoren jeweils einer Regulationsart zuordnen: Die externe Regulation wird durch die Belohnung ausgedrückt, die introjizierte Regulation durch das Pflichtgefühl, die identifizierte Regulation durch die Hilfsbereitschaft und

die integrierte Regulation durch den Faktor Empathie. Dementsprechend konnten die Annahmen von Deci und Ryan insofern bestätigt werden, als das sich die extrinsische Motivation tatsächlich aus verschiedenen Regulationsarten zusammensetzt.

Die aus der Theorie hervorgegangene Vermutung, dass eine höhere Ausprägung von intrinsischen Motiven eine geringere Ausprägung extrinsischer Motive zur Folge hat, konnten die Ergebnisse dieser Studie nicht bestätigen. Vielmehr kristallisierte sich eine gegenseitige Verstärkung der Faktoren heraus, welche sich besonders bei einer Analyse der einzelnen Komponenten zeigte. So gab es zum Beispiel signifikante Zusammenhänge zwischen der Hilfsbereitschaft und den intrinsischen Motiven Ambition und Spaß. Dieses Ergebnis lässt schlussfolgern, dass Crowdsourcer, die die Bereitschaft zeigen anderen zu helfen, das vor allem aus Gründen von Spaß aber auch Ehrgeiz tun. Sie fühlen sich in gewisser Weise für die Projekte verantwortlich, die sie unterstützen, da sie sich ihrer Kompetenzen bewusst sind und die Aufgaben mit wenig Aufregung angehen können. Nicht weit entfernt von der Hilfsbereitschaft, zeigten sich auch Zusammenhänge zwischen der Empathie zu einem Projektauftraggeber oder einer Plattform und den Faktoren Interesse und Spaß. Wahrscheinlich haben die Crowdsourcer, die ein Projekt aus empathischen Gründen fördern, die Möglichkeit, ihre eigenen Interessen mit denen des Projekts zu verknüpfen und können sich deshalb in die Situation des Auftraggebers einfühlen. Da in einem Themenbereich, der dem eigenen Interesse entspricht, häufig auch Kompetenzen bestehen, entfällt bei der Aufgabenbearbeitung die Aufregung und der Spaß steigt an.

Anders als vermutet, aber entsprechend den eben dargelegten Ergebnissen, konnte kein Anstieg der intrinsischen Motivation verzeichnet werden, wenn keine Belohnung vom Projekt-Teilnehmer erwartet wird. Vielmehr führt die Analyse zur Annahme, dass der Erhalt einer Belohnung die intrinsischen Motive einer Crowdsourcing-Beteiligung leicht verstärkt. Dies lässt die Interpretation zu, dass ein Internetnutzer, der sich aus intrinsischen Motiven für eine Teilnahme entscheidet, eher dankend eine Belohnung annimmt, auch wenn diese nicht ausschlaggebend für seinen Entschluss ist. Ein noch deutlicheres Verhältnis zwischen den Motivationsfaktoren der Probanden ergab sich aus der Untersuchung des bestehenden Interesses an einem Crowdsourcing-Projekt und dessen Auswirkung auf die extrinsischen Motive. Es zeigte sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Anstieg der extrinsischen Faktoren mit erhöhtem Interesse am Projekt. Bei der Betrachtung der einzelnen Motivzusammenhänge kann man zu dem Schluss kommen, dass die Teilnahme an einem interessanten Projekt gleichzeitig die Faktoren Empathie, Pflichtgefühl und Hilfsbereitschaft

verstärkt, eine Belohnung jedoch eher unwichtig erscheint.

Bei der Betrachtung der Kontrollakzeptanz durch die Crowdsourcer konnte festgestellt werden, dass besonders Kontrollen hinsichtlich bestimmter Aufgabenanpassungen in Form von fortlaufenden Überwachungen der Bearbeitung, Überprüfungen der Einhaltung von Richtlinien sowie Kontrollen bezüglich der vollendeten Ergebnisse akzeptiert werden. Als inakzeptabel empfanden 70% (n=56) der Probanden Durchführungskontrollen, die Kritiken und Diskussionen, und dadurch Abweichungen von den ursprünglich gesetzten Aufgaben, als unzulässig betrachten. In diesem Ergebnis spiegelt sich erneut das Bild eines freien und unabhängigen Internetnutzers wider, der Herausforderungen und neue Perspektiven bei der Bearbeitung von Crowdsourcing-Aufgaben sucht. Eine Unterdrückung der eigenen Meinung oder von Verbesserungsvorschlägen durch die Auftraggeber bzw. Plattformbetreiber steht oft im Kontrast zu den Selbstdarstellungsansprüchen und dem Gefühl von geistigem Eigentum, welches häufig bei den Teilnehmern dieser Projekte ausgeprägt ist (vgl. Howe, 2008, S. 181f.). Dieses Ergebnis wurde durch eine weitere Wirkungsanalyse bestätigt, die zeigte, dass die intrinsischen Motivationsfaktoren signifikant sinken, wenn keine Kontrollakzeptanz bei den Teilnehmern besteht. Bei einer Betrachtung der einzelnen Kontrollarten auf die allgemeine intrinsische Motivation konnten jedoch keine genauen Zusammenhänge festgestellt werden, was zu dem Schluss führt, dass die intrinsische Motivation nur dann signifikant sinkt, wenn jegliche Art von Kontrolle vom Crowdsourcer als inakzeptabel bewertet wird.

Ein genauerer Einblick in die Zusammenhänge der einzelnen intrinsischen Motivationsfaktoren und den vier Kontrollarten ließ darauf schließen, dass Durchführungskontrollen durchaus akzeptiert sind, wenn die Bearbeitung mit einem hohen Spaßlevel und deutlichem Interesse am Projekt in Verbindung steht. Der Faktor Interesse scheint dabei einen starken Einfluss auf alle anderen Kontrollarten zu haben, was weitere signifikante Verknüpfungen bewiesen. Es lässt sich demnach vermuten, dass vor allem ein bestehendes Interesse am Projekt die Teilnehmer hinsichtlich der entsprechenden Kontrollen sanftmütiger stimmt.

Die Erkenntnisse zur ersten leitenden Forschungsfrage lassen darauf schließen, dass neben den klar abgesteckten intrinsischen und extrinsischen Motiven ebenso Komponenten, die die Erwartungshaltung an ein Projekt beeinflussen, aber auch Kontrollen, die von den Plattformen und Auftraggebern auf die Internetnutzer Einfluss nehmen, die Teilnahme-Motivation sowohl positiv als auch negativ beeinflussen. Dabei kommt es jedoch immer auf die Stärke der Wirkungsrichtung sowie die Kombination der verschiedenen Faktoren an, die aufgrund von teilweise unterstellten Kausalbeziehungen nicht in jedem Fall zu konkreten Aussagen in dieser

Arbeit führen konnten.

1.2 Typisierung von Crowdsourcing-Teilnehmern

Die zweite leitende Forschungsfrage sollte Gruppen aus den Probanden dieser Forschungsarbeit anhand von ausgewählten Merkmalen erkennen, die möglicherweise zur Identifikation allgemeingültiger Crowdsourcing-Typen führen könnten.

Die Ergebnisse brachten vier verschiedene Gruppierungen hervor, die sich durch das Vorhanden- bzw. Nichtvorhandensein bestimmter Merkmale signifikant voneinander absetzten. Aufgrund der Ausprägungen des Typs 1, welcher sich vor allem durch die Vielfalt der bevorzugten Plattformen, die exklusive Aufgabenbearbeitung im kreativen Bereich und die jungen, in festen Partnerschaften befindlichen, eher kinderlosen, ausschließlich weiblichen Teilnehmerinnen von den anderen Gruppen absetzt, kann er auch als die Fraktion der „weiblichen Kreativen“ bezeichnet werden.

Die Ernennung zu „männlichen Technikern“ ist für Teilnehmer des Typs 2 zutreffend, da sich die kinderlosen Männer bei der Bearbeitung einer Vielzahl von Aufgaben durch ihre deutlich herausstechende Technikaffinität von den anderen Gruppen absetzten.

Die Crowdsourcer des Typs 3 sind in der Ausprägung ihrer favorisierten Aufgabenbereiche, sowie in der Alters-, Geschlechter- und familiären Beziehungsverteilung relativ ausgeglichen, dennoch zeigen sie eine klare Abneigung gegenüber der Testung und Entwicklung von Software bzw. Webanwendungen. Die Teilnehmer bevorzugen vor allem Problemstellungen der Bereiche Bildung und Wissenschaft, weshalb sie auch als die Gruppe der „softwareresistenten Gelehrten“ aufgeführt werden können.

Die vierte Gruppe fiel vor allem durch ihre gleichmäßig hohen Merkmalsausprägungen in allen Aufgabenbereichen auf. Während sie besonders die Kategorien Kultur, Kreatives und Soziales bevorzugen, stehen Technik und Wissenschaft nicht auf ihrer Auswahlliste. Die Teilnehmer sind hauptsächlich junge, kinderlose Männer und können entsprechend ihrer Beschreibung auch als „alternative Alleskönner“ bezeichnet werden.

Bei der Typisierung ist anzumerken, dass die Homogenität innerhalb der ersten und zweiten Gruppe stärker als in der dritten und vierten ausgeprägt war, was sich besonders durch die gleichmäßigen Verteilungen in den bevorzugten Aufgabenbereichen und Kategorien widerspiegelte. Die Gruppen wurden in einer explorativen Analyse identifiziert und können aufgrund der kleinen Stichprobe sowie der beschränkten Auswahl an Merkmalskriterien

lediglich einen Eindruck der pauschalen Vereinheitlichung von Crowdsourcing-Teilnehmern geben.

Im Anschluss an die Typisierung der Crowdsourcer wurde ebenfalls erforscht, ob sie während der Bearbeitung einer Aufgabe eher handlungs- oder lageorientiert agieren. Die Angaben der Probanden zeigten bei fünf von sieben Intentionsregulierungs-Prozessen, dass diese eher eingehalten als missachtet wurden. Demnach lassen sich die meisten Teilnehmer (60%, n=50) nicht von ihrer Arbeit am Projekt durch irrelevante Aspekte ablenken, verarbeiten die eingehenden Information tiefer, die im direkten Zusammenhang mit der Aufgabe stehen, führen sich immer wieder ihr Ziel vor Augen, können sich selbst gegen unerwünschte Versuchungen schützen und sind in der Lage schnell zu handeln (vgl. Martens/Kuhl, 2009, S. 66ff.). Nur 10% (n=50) gaben an, dass die Mehrheit der Prozesse zur Handlungskontrolle nicht für sie zutreffend ist, weshalb sie als lageorientierte Crowdsourcer bezeichnet werden können.

Einem Großteil fällt es dennoch schwer, sich emotional auf die Projekte einzulassen, was damit begründet werden kann, dass trotz der bestehenden Freiwilligkeit noch immer das ursprüngliche Verhältnis zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer in den Köpfen der Crowdsourcer verankert ist und somit eine gewisse Hemmung besteht, seinen Gefühlen freien Lauf zu lassen. Auch bei der Misserfolgsbewältigung unterteilt sich die Gruppe in diejenigen, die eine Niederlage schnell bewältigen und die Teilnehmer, die sich dadurch demotivieren lassen. Diese Aspekte sind typische Verhaltensmuster von lageorientierten Menschen, denn sie fixieren sich auf gegenwärtige, vergangene oder zukünftige Zustände und brauchen erheblich mehr Zeit, um die Situation neu zu erfassen und einen weiteren Versuch zu unternehmen (vgl. ebd.).

Zusammenfassend kann man sagen, dass der typische Crowdsourcer seine Aufmerksamkeit und Handlungen immer wieder flexibel an die Anforderungen einer neuen Aufgabe anpassen kann, dennoch können ihn dabei zuvor erlebte Misserfolge und Emotionshemmungen manchmal den Weg zu einer Aufgabenlösung erschweren. Der durchschnittliche Teilnehmer arbeitet entsprechend der präsentierten Ergebnisse sehr handlungsorientiert, was sich sowohl durch seine selektive Aufmerksamkeit, Enkodier-, Motivations- und Umweltkontrolle als auch durch seine sparsame Informationsverarbeitung und schnelle Misserfolgsbewältigung zeigt.

Abschließend zu den Ergebnissen der ersten und zweiten Forschungsfrage kann festgestellt werden, dass signifikante Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen den Erwartungskomponenten, den Motivationsfaktoren und Kontrollfunktionen des

Forschungsmodells bestehen. Aufgrund der Merkmalsausprägungen war es zudem möglich, die Teilnehmer zu typisieren und sie anhand der Ausführung ihrer Intentionsregulierungs-Prozesse als handlungsorientiert einzuordnen. Dennoch muss daran erinnert werden, dass im Rahmen dieser Forschungsarbeit vor allem theoretisch begründete Beziehungen analysiert wurden, welche das Forschungsmodell zwar als Grundlage nutzen, jedoch nicht in seiner Gesamtheit ergründen können. Überdies wurden Kausalitäten unterstellt und zuweilen nicht auf ihre Einflussrichtung erforscht. Des Weiteren können Scheinkausalitäten oder -korrelationen nicht völlig ausgeschlossen werden. Deshalb können die Ergebnisse, trotz grundsätzlichen Hinweisen für die Existenz von Kausalbeziehungen, nicht immer konkrete Aussagen liefern (vgl. Bortz/Döring, 2006, S. 505).