

# Crowdsourcing

## Der digitale Ideenpool

Oftmals steht eine zündende Idee im Raum, aber man ist nicht sicher, ob sie gut ankommt oder wie sie erfolgsversprechend umgesetzt werden kann. Oder man stößt auf ein Problem, das sich scheinbar nicht lösen lässt. Wenn viele Menschen gemeinsam über etwas nachdenken und dabei ihre jeweilige Expertise einbringen, können ungeahnte, kreative Prozesse in Gang gebracht und geeignete Lösungen gefunden werden.



### Crowdworking

Es gibt rund 2.300 Crowdsourcing-Plattformen weltweit. 65 davon haben ihren Sitz in Deutschland. Das Aufgabenspektrum reicht von einfachen und schlecht bezahlten Aufgaben bis zu anspruchsvollen und gut bezahlten Tätigkeiten wie z. B. in der IT-Entwicklung.  
(Quelle: ifaa - Institut für angewandte Arbeitswissenschaft 2019  
<https://www.arbeitswissenschaft.net/>)

Eine Lösung hierfür ist Crowdsourcing. Doch was ist das genau? Crowdsourcing setzt sich aus den Begriffen „Outsourcen“ und „Crowd“ zusammen. Es geht dabei darum, bestimmte Aufgaben oder Unternehmensprozesse an eine Gruppe freiwilliger User oder gezielt an eine Online-Community auszulagern, um das Wissen Vieler – oft spricht man auch von der Schwarmintelligenz – zu nutzen und Projekte oder Ideen umzusetzen.

Die Ziele sind neue Service- oder Produktideen zu generieren, konkrete Probleme zu lösen oder eine Entscheidungsfindung voranzutreiben. Beim Crowdsourcing werden Interessierte dazu aufgerufen, sich aktiv an den Arbeits- und Kreativprozessen von Unternehmen zu beteiligen. Die sozialen Medien helfen dabei, die passende Community zu finden und bieten eine ideale Plattform, um erfolgversprechende Ideen gezielt zu sammeln, sie zu bewerten und letzten Endes umzusetzen. Das Gute daran: Die geschaffenen Netzwerke zeichnen sich durch ein hohes Maß an Diversität und Offenheit aus, denn die Anzahl an Menschen, die sich an der Projektumsetzung beteiligen, ist zeitlich und räumlich unabhängig. Genutzt werden soziale Medien aber auch gezielte Co-Working-Plattformen, um Kollektive von Freiberuflern zu finden.

Die „Weisheit der Vielen“ bietet für Unternehmen viele Vorteile. Da, wo früher aufwändige Marktforschung betrieben wurde, kann man jetzt die Community befragen, spezifische Einzelkompetenzen können in der Crowd gesucht werden. Oft kommen durch

Crowdsourcing überraschende und neue Lösungswege zustande. Durch das aktive Einbinden der Öffentlichkeit sind beispielsweise größere Projekte schneller realisierbar und das Unternehmen spart Zeit und Geld. Crowdsourcing-Kampagnen ziehen eine hohe Aufmerksamkeit auf die Marke und können sich so auch positiv auf die Marketing-Ziele auswirken.

Bekannte Beispiele für Crowdsourcing sind Wikipedia, Open Street Map oder Threadless – ein T-Shirt-Onlinehandel, bei dem die User selbst Shirts entwerfen, die von der Community bewertet und gekauft werden, und dabei noch Preise gewinnen können. Aber auch Apple, die Deutsche Telekom, Daimler oder Lego ziehen gerne die Intelligenz des Schwarms bei ihren Entwicklungen hinzu.

Aber nicht immer ist Crowdsourcing auch die richtige Strategie. Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass rund die Hälfte aller Crowdsourcing-Kampagnen scheitern. Gerade in sozialen Netzwerken kann die Beteiligung einer großen Crowd Eigendynamiken entwickeln oder zur Manipulation genutzt werden. Stellt sich eine Idee als wenig innovativ heraus, kann dies zum Imageverlust beitragen. Wird Crowdsourcing eingesetzt, um billige Arbeitskräfte zu nutzen, befürchten Gewerkschaften eine moderne Form der Sklaverei.

Doch trotz allem birgt Crowdsourcing viele Potenziale und ist eine gute Möglichkeit, Innovationsprozesse anzustoßen und Projekte zu realisieren. Neben der Entlohnung oder entsprechender Incentives sind es vor allem die Motivation, konstruktives Feedback, Teilhabe an Erfolgen sowie Zusammenhalt und Vernetzung innerhalb der Community, die Crowdsourcing zum Erfolg verhelfen.



## Aufgabe

Die Schülerinnen und Schüler lesen den Text zum Thema Crowdsourcing und recherchieren eventuell im Netz nach weiteren Informationen (Pro und Kontra Crowdsourcing). Dann gehen sie in die Gruppenarbeit und bewerten „Crowdsourcing“ nach der Walt-Disney-Methode aus der Sicht des Träumers, Realisten und Kritikers. Die Ergebnisse tragen sie in der Klasse zusammen.

## Methode: Walt-Disney

Diese Methode stammt tatsächlich von Walt Disney und zählt zu den Kreativitätstechniken. Der Einsatz der Methode eignet sich immer dann, wenn man auf der Suche nach Ideen oder Lösungsstrategien ist. Dazu verlassen die Teilnehmenden ihre eingefahrenen Denkmuster und nehmen durch einen Rollenwechsel verschiedene Perspektiven ein, um sich mit einem Problem oder einer Fragestellung auseinanderzusetzen.

- **Schritt 1:** Die Klasse wird in Gruppen geteilt und bekommt jeweils ein Flipchart oder einen großen Bogen Papier zur Verfügung. Vor dem Start sollte die Methode, die Sichtweisen und der Ablauf erklärt werden. Planen Sie pro Phase etwa 10 Minuten ein.
- **Schritt 2:** Alle Gruppen beginnen mit der Sichtweise des Träumers. Dazu versetzen sie sich in die Rolle und formulieren ihre Visionen. Dabei darf gerne der Fantasie freien Lauf gelassen werden. Wichtig ist, darauf zu achten, dass sich die Rollen in den einzelnen Phasen nicht durchmischen. Die Ergebnisse halten die Schülerinnen und Schüler stichwortartig auf dem Papier fest.
- **Schritt 3:** Bevor die Teams mit dem Perspektivwechsel vom Träumer zum Realist beginnen, ist es hilfreich, wenn die Gruppen ihren Standort tauschen. So fällt es leichter, sich auf die nächste Perspektive einzulassen. Danach wird noch einmal vom Realist zum Kritiker gewechselt.
- **Schritt 4:** Eine der Gruppen stellt das Ergebnis im Plenum vor. Die anderen ergänzen, wenn sie zu weiteren Ergebnissen gekommen sind.

## Kompetenzförderung

Die Kreativitätstechnik erfordert von den Schülerinnen und Schülern, dass sie gewohnte Denkpfade verlassen und ein Thema oder einen Sachverhalt aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten und dazu verschiedene Rollen einnehmen. Neben Kreativität schult die Walt-Disney-Methode vor allem die sozialen und kommunikativen Fähigkeiten im Team.



Arbeitsblatt



Beschreibung  
und Ablauf



Ziel