

AutorInnen: Thomas Gegenhuber, Fabian Füsseis, Aline-Marie Hoffmann

Momentum 2012: Distributive Intelligenz in der Partei - Crowdsourcing: Zwischen Shitstorm und professionellem Entscheidungstool

Crowdsourcing beschreibt einen Problemlösungsprozess der von einer großen und selbstselektierenden Masse von UserInnen durchgeführt wird. Crowdsourcing basiert auf folgenden Prinzipien. Erstens, Wissen ist asymmetrisch in der Gesellschaft verteilt. Es wird immer jemanden außerhalb der Organisation geben, der/die eine bessere Lösung hat. Zweitens, dank dem Web, können UserInnen kostengünstig dazu aufgerufen werden sich an der Problemlösung zu beteiligen. Crowdsourcing wird im betriebswirtschaftlichen Umfeld sowohl im Bereich der industriellen Kreativität (z.B. Innovationswettbewerbe) als auch im Bereich der Creative Industries (Designwettbewerbe) angewandt. Diese Wettbewerbe erzeugen zwar einen hohen Grad an Leistung, jedoch aufgrund ihrer Winner-Take-All Struktur auch ein Verteilungsproblem. Dem Non-Profit Bereich werden Initiativen wie Wikipedia oder Ushahidi zugerechnet.

Howe (2008) beschreibt das Wort Crowdsourcing als eine Kombination aus "crowd", also die Masse von UserInnen, und "outsourcing", also die Übertragung einer Tätigkeit die früher innerhalb einer Organisation erledigt wurde, an die "crowd". Doch Crowdsourcing wird zunehmend auch innerhalb von großen und überregional operierenden Organisationen genutzt. IBM veranstaltete eine tagelange digitale Brainstorming Session, um zukünftige Gelegenheiten zu identifizieren. Die PiratenPartei nützt Liquid Feedback, um demokratische Entscheidungen innerhalb der Organisation zu treffen. Allerdings handelt es sich dabei an sich nicht um Entscheidungen von außerparteilicher Relevanz, da sich die PiratenPartei zur Zeit noch in der Phase der eigenen politischen Definition und Findung befindet. Die zu entscheidenden Fragen sind also für die PiratenPartei als politischer Player überaus wichtig, ein gesellschaftlicher Impact ist allerdings nicht gegeben.

Die SPÖ, als Partei mit Regierungsverantwortung, muss innerhalb der Ministerien Entscheidungen treffen, die oft nicht nur rasch erledigt werden müssen, sondern oft auch einer gewissen Vertraulichkeit bedürfen (z.B. weil eine frühe Info an die Presse die Verhandlungsposition schwächen könnte). Auf der anderen Seite würde die Entscheidungsqualität steigen, wenn sich die SPÖ die Weisheit der Masse zu Nutze macht. Daher werden wir in diesem Beitrag die Struktur eines Crowdsourcing Tools skizzieren, das die Stärke der distributiven Intelligenz mit den Bedingungen des politischen Alltagsgeschäfts verbindet. Der Kernbestandteil dieses Systems sind sogenannte ExpertInnen "Circles". Umso sensibler die Entscheidung, umso kleiner der Circle and vice versa.

Vor allem bei technischen Fragen oder Themenfeldern, bei deren Beurteilung ein hohes Level an Know-How notwendig ist kann die Einschränkung auf einen Circle von Vorteil sein. Man nutzt also das Know-How, das man für eine Entscheidung braucht und kann gleichzeitig auf die Dynamik und Ortsungebundenheit von Crowdsourcing zurückgreifen.

Der Aufbau dieser Arbeit ist wie folgt: Im ersten Schritt werden wir den Stand der betriebswirtschaftlichen Literatur zum Thema Crowdsourcing, im speziellen innerhalb von Organisationen beleuchten. Politische Organisationen und die öffentliche Verwaltung unterscheiden sich merklich von gewinnorientierten Unternehmen. Im zweiten Schritt wollen wir mögliche Modelle für distributive Intelligenz in einem dynamischen Umfeld und erarbeiten. Schließlich werden praktische Implikationen und Schwachstellen besprochen.

Literatur

- Benkler, Y. (2009). The Unselfish Gene. *Harvard Business Review*.
- 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. doi:10.1177/1354856507084420
- Bonabeau, E. (2009). Decisions 2.0: The power of collective intelligence. *MIT Sloan Management Review*, 50(2), 45-52. Retrieved from http://www.worldwideopen.org/uploads/groups_bull/files/30/decision_2.0.pdf
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H., & Gustafson, D. H. (1975). *Group Techniques for Program Planning - a guide to nominal and delphi processes* (p. 174). Scott, Foresman (Glenview, Ill.).
- Eisenmann, T., Parker, G., & Alstyne, M. W. V. (2006). Strategies for Two-Sided Markets. *Harvard Business Review*, 84(10), 92-1001.
- Freedman, D. (2002). A Technological Idiot? *Information, Communication & Society*, 5(3), 425-442.
- Hansen, M. T., & Nohria, N. (2004). Collaborative How To Build Collaborative Advantage. *MIT Sloan Management Review*, 22-30.
- Jeppesen, L. B., & Lakhani, K. R. (2010). Marginality and Problem-Solving Effectiveness in Broadcast Search. *Organization Science*, 21(5), 1016-1033. doi:10.1287/orsc.1090.0491
- Malone, T. W., Laubacher, R., & Dellarocas, C. (2010). The Collective Intelligence Genome. *MIT Sloan Management Review*, 51(3).
- Mcafee, A. P. (2006). Emergent Collaboration Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration. *MIT Sloan Management Review*, 47(3), 21-28.
- Mintzberg, H. (1979). *The structuring of organizations: A synthesis of the research* (p. xvi, 512). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Mockus, A., Fielding, R., & Herbsleb, J. (2002). Two case studies of open source software development: Apache and Mozilla. *ACM Transactions on Software*, 11(3), 309-346. Retrieved from <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=567795>
- Raymond, E. (1999). The cathedral and the bazaar. *Knowledge, Technology & Policy*, 12(3), 23-49. Springer. doi:10.1007/s12130-999-1026-0
- Surowiecki, J. (2004). *The Wisdom of Crowds: why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies and nations*. New York: Anchor Books.
- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2006). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. Toronto: Penguin Group (Canada).
- Villarroel, J. A., & Reis, F. (2010). Intra-Corporate Crowdsourcing (ICC): Leveraging upon Rank and Site Marginality for Innovation. *CrowdConference*.
- Weick, K. E. (1979). *The Social Psychology of Organizing* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- von Hippel, E. (2005). *Democratizing Innovation*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.