

## Unternehmer\*innen des Profils: Reputation und Profilarbeit auf Upwork

### 1. Einleitung: Feedback, Upwork & Digitale Plattform-Arbeit

Eine der Eigenarten der digitalen Plattformen, die seit einigen Jahren das soziale, kulturelle und Arbeitsleben einer stetig wachsenden Zahl an Menschen prägen, ist die Allgegenwärtigkeit digitaler Feedback- und Bewertungsprozesse. Nach einer Uber-Fahrt oder einem Airbnb-Aufenthalt, nach einem Kauf auf Amazon oder dem Schauen eines Youtube-Videos: Ständig sind wir als Plattform-User\*innen aufgefordert eine Bewertung zu hinterlassen, meist in einer vorgegebenen metrischen Form. Diese Bewertungen werden von den Plattformen verarbeitet, zum einen um die Qualität eines Services, Produktes oder Inhalts zur Schau zu stellen und zum anderen um die algorithmischen Prozesse der Plattform selbst und Ihre Anpassung an unser Userverhalten zu optimieren. Auch auf Plattformen über die Arbeitsprozesse und -Verhältnisse abgewickelt werden, sind solche Feedback- und Ratingprozesse allgegenwärtig. Dieses Forschungspapier wird auf Basis von qualitativen Interviews mit User\*innen der digitalen Freelancer-Plattform Upwork die Frage beantworten, welchen Einfluss Upwork's Feedback- und Ratingprozesse auf das Arbeitsleben der Freelancer\*innen haben. Dabei werde ich die These vertreten, dass die vielen Bewertungsmetriken, die sich auf den Profilen der Freelancer\*innen wiederfinden, dazu dienen ihre Reputation auszudrücken. Des Weiteren werde ich einige der Praktiken vorstellen, die von Freelancer\*innen angewandt werden, um ihre digitale Reputation auf der Plattform zu erhöhen und untersuchen, wie diese Praktiken von der Plattform als intermediäre Instanz beeinflusst werden. Zum Zwecke dieser Untersuchung soll zunächst eine Einführung zu den grundlegenden Konzepten dieser Arbeit und ihrem Objekt, Upwork, gegeben werden.

### 2. Eine kleine Plattfortmtypologie

Upwork ist eine digitale Plattform die Freelancer\*innen und ihren Klient\*innen die Möglichkeit bietet sich Profile einzurichten und über die Suchfunktionen und Interfaces der Plattform ihren potentiellen Gegenpart zu kontaktieren um mit diesem ein Projekt durchzuführen. Upwork nimmt damit die Rolle einer intermediären Infrastruktur ein, die für digitale Plattformen charakteristisch ist (vgl. Srnicek, 2017). Digitale Plattformen, der Definition von Nick Srnicek folgend, positionieren sich als Intermediäre, die zwischen verschiedenen User-Groups vermitteln. Diese intermediäre Funktion ist bei vielen zeitgenössischen Plattformen gleichzeitig auch ein Geschäftsmodell (vgl. Srnicek. 2017;

Lovink, 2019). Dieses Geschäftsmodell lässt sich kapitalisieren, indem Plattformen beispielsweise Userdaten sammeln, um sie zu Werbezwecken nutzbar zu machen oder von ihren Usern eine Art digitale Miete für die Nutzung ihrer Infrastruktur verlangen. Bei Upwork ist letzteres der Fall. Upwork ermöglicht es Klient\*innen und Freelancer\*innen in Kontakt zu treten und Projekte durchzuführen und verlangt dafür eine Gebühr, die es auf alle über die Plattform durchgeführten Transaktionen erhebt.

Das bedeutet im Falle von Upwork haben wir es mit einer digitalen Arbeitsplattform zu tun. Eine typologische Verortung von Upwork lässt sich vornehmen, indem wir zwischen Marktplatz und On-Demand-Plattformen und zwischen Web-basierten und Orts-gebundenen Plattformen unterscheiden. On-Demand Plattformen produzieren automatisierte Matches zwischen Arbeiter\*innen und Kund\*innen. Bei Uber beispielsweise geben wir eine Fahrt in Auftrag und werden automatisch mit einer passenden Fahrer\*in verknüpft. Beide Parteien haben im Anschluss nur die Möglichkeit die Verknüpfung zu bestätigen oder abzulehnen. Auf Upwork wiederum müssen Klient\*innen und Freelancer\*innen ihren Gegenpart aktiv suchen, um diesen dann entweder zu einem Projekt einzuladen oder ihm eine Bewerbung für ein Projekt zukommen zu lassen. Das bedeutet Upwork ähnelt einem digitalen Marktplatz für selbstständige Arbeitskraft. Darüber hinaus ist Upwork nicht Orts-gebunden, da die Arbeitsprozesse, die über Upwork koordiniert werden, remote vonstattengehen können. Freelancer\*innen und Klient\*innen können potenziell über die ganze Welt verteilt sein. Um Uber als Gegenbeispiel zu nehmen: Hier müssen Fahrer\*innen und Kund\*innen sich am gleichen Ort, beispielsweise in der gleichen Stadt, aufhalten. Diese Typologie der digitalen Arbeitsplattformen wird in Bild 1 dargestellt:



Bild 1: Typologie digitaler Arbeitsplattformen

### 3. Reputation auf Freelance Arbeitsmärkten

Nun, da Upwork als digitale Arbeitsplattform eingeführt wurde, möchte ich mich dem Begriff der Reputation zuwenden, der für meine Arbeit eine zentrale Rolle spielt. Unter Rückgriff auf wirtschaftssoziologische und systemtheoretische Theorien möchte ich im Folgenden die Rolle der Reputation beleuchten, um danach auf die Eigenarten von Reputation im Kontext digitaler Plattform und, insbesondere, von Upwork einzugehen.

Was unter dem Begriff der Reputation zu verstehen ist und warum dieser ausgerechnet im Kontext von Freelance-Arbeit und digitalen Arbeitsplattformen von solcher Bedeutung ist lässt sich Anhand einer Definition des Soziologen Alessandro Gandini illustrieren. Gandini definiert Reputation als ein “mutually recognized valuable asset leveraging market-like interaction.” (Gandini, 2016: 37) Reputation ist ein schwer greifbares soziales Kapital, das wir mehren können und investieren können, um Marktbeziehungen zu ermöglichen. Wir können uns durch unsere bisherige Arbeit und unsere sozialen Kontakte einen guten Ruf, sprich eine Reputation ‚verdienen‘, die unsere sozialen Netzwerke durchdringen und in unserer Selbstdarstellung zur Schau gestellt werden kann. Die daraus resultierende Fremdwahrnehmung als *reputabel* wiederum kann eingesetzt werden, um die Chance zu erhöhen erfolgreich Beziehungen mit Marktakteuren einzugehen. Diese soziale Funktion kann die Reputation übernehmen, weil Reputation es uns ermöglicht von anderen einen Vertrauensvorschuss zu bekommen. Eine der grundlegenden Erkenntnisse der Wirtschaftssoziologie ist, dass Interaktionen und Transaktionen zwischen Marktakteuren nicht bloß rationale Kosten-Nutzen-Kalkulation und vertragliche Klarheit voraussetzen. Solche Marktbeziehungen sind immer in soziale Vertrauensbeziehungen eingebettet. Um mit einem anderen Akteur in ein wirtschaftliches Verhältnis einzutreten, müssen wir zunächst das Vertrauen schöpfen, dass unser Gegenüber die Erwartungen, die wir an ihn stellen erfüllt. Normalerweise wird dieses Vertrauen durch persönliche Erfahrung mit dem Anderen über die Zeit aufgebaut. Werden unsere Erwartungen wiederholt erfüllt, schöpfen wir vertrauen darin, dass sie auch in Zukunft erfüllt werden. Insbesondere beim Verhältnis zwischen Klienten\*innen und Freelancer\*innen allerdings ist eine solche Vorgeschichte oft nicht gegeben. Klient\*innen müssen oft eine fremde, organisationsexterne Person mit der Durchführung eines Arbeitsprozesses beauftragen, ohne vorher persönliche Erfahrung mit dieser Person gemacht zu haben. Hier kommt die Reputation, der gute Ruf, ins Spiel. Wissen wir um den guten Ruf einer Person können wir ihr auf Basis dieses guten Rufes einen Vorschuss

an Vertrauen geben. Umgekehrt heißt das für Freelancer\*innen, deren wirtschaftliche Existenz davon abhängt, dass sie stetig neue Arbeitsaufträge angetraut bekommen, dass sie sich eine bestimmte Reputation aufbauen *müssen*, um diesen stetigen Fluss von Aufträgen zu garantieren.

### 4. Digitale Reputation und der General Peer

Nun, da die soziale Funktion von Reputation auf Freelance-Arbeitsmärkten skizziert wurde, gilt es sich näher damit zu befassen wie genau Reputation aufgebaut werden kann und wie sich die Prozesse des Reputationsaufbaus auf digitalen Plattformen von unserem alltäglichen Verständnis dieses Prozesses unterscheiden. Ich möchte diese Unterscheidung anhand zweier Begriffe vornehmen. Der erste Begriff ist der der Patronage, der zweite der des General Peers. In beiden Fällen wird das Augenmerk darauf gelegt, wer als Referent für den guten Ruf anderer einsteht.

Im Falle von Reputation-durch-Patronage wird ein guter Ruf verliehen durch Instanzen, die allen Beteiligten bekannt sind. So trägt ein bekannter Kritiker zur Reputation eines Filmes bei, indem er eine positive Kritik veröffentlicht. Im Falle von Word-of-Mouth, Empfehlungen treten diejenigen, die eine persönliche Empfehlung an mich herantragen als die Referenten der Reputation des mir zunächst unbekanntem Dritten ein. Freelancer\*innen können an ihrem reputativen Auftreten arbeiten, indem sie beispielsweise die Namen bekannter ehemaliger Klient\*innen in ihrem Portfolio aufführen. Arbeitsmarktneulinge, beispielsweise in der Kreativwirtschaft, beteiligen sich oft ohne angemessene Bezahlung an Projekten und Produktionen in der Hoffnung über den Kontakt zu, oft hauptsächlich szenieintern, bekannten Personen, Organisationen, Marken etc. ihre eigene Reputation zu erhöhen. In all diesen Fällen wird Reputation *verliehen* durch eine bekannte und benennbare Instanz, die, so möchte ich es bezeichnen, als Patron auftritt.

Auf digitalen Plattformen sieht das allerdings anders aus. Oft wird die Reputation von Usern hier repräsentiert durch numerische Angaben, durch Metriken auf den Profilen. Man denke an die Stern-Angaben auf den Profilen von Uber-Fahrer\*innen, Airbnb-Anbieter\*innen und Upwork-Freelancer\*innen. Diese Metriken haben den Zweck, die Reputation von User\*innen auszudrücken, die uns meist gänzlich fremd sind und dadurch das Vertrauen in den angebotenen Service zu erwecken (cf. Baecker, 2018;

Gruber 2020; Buchanan, 2021). Es setzt durchaus ein gewisses Vertrauen voraus sich bei Fremden in das Auto zu setzen, die Wohnung zu beziehen oder fremde Personen mit der Durchführung von Arbeitsprozessen zu betreuen.

Ogleich solche Metriken die Funktion erfüllen, das was wir im Alltag als guten Ruf kennen als Feedback- und algorithmisch basierte Operation in die Plattform zu integrieren, gibt es doch zentrale Unterschiede zwischen der digitalen Reputation und der Reputation-durch-Patronage. Die Bewertungen, die in diese Metriken einfließen gehen dabei nicht von bekannten Instanzen aus, sondern von der unbekannt und unbenannten Öffentlichkeit, die sich auf diesen Plattformen versammelt. Hans Georg Möller und Paul D'Ambrosio haben kürzlich den Begriff des General Peer eingeführt, um diesen Sachverhalt zu erklären (vgl. Möller & D'Ambrosio, 2021). Der General Peer ist die allgemeine Öffentlichkeit, an die wir uns wenden und durch die wir uns bestätigen lassen wollen, wenn wir ein Profil auf einer Plattform einrichten. Laut Moeller und D'Ambrosio sind Profile voll von Repräsentationen der Beobachtung durch den General Peer: Man denke an die Likes und Klicks auf Youtube, an die Anzahl professioneller Kontakte auf LinkedIn, oder an die Ratings, die Arbeiter\*innen auf Plattformen von meist anonymisierten Kundenprofilen zugewiesen bekommen. In all diesen Fällen wird Reputation nicht unter Bezug auf eine bekannte Instanz aufgebaut, sondern auf die anonyme Masse der General Peers, die sich auf der Plattform versammelt.

### 5. Reputationsmetriken auf Upwork

Um näher zu illustrieren, wie genau Reputation und Vertrauen auf digitalen Arbeitsplattformen produziert werden können wir uns den Freelancer-Profilen auf Upwork zuwenden. Bild 2 zeigt ein solches anonymisiertes Profil:

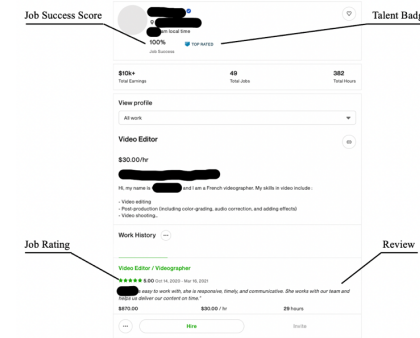


Bild 2: Anonymisiertes Upwork Profil

Wir können dieses Profil ausdifferenzieren in das was ich das auktoriale Profil und das metrische Profil nennen möchte. Das auktoriale Profil besteht aus den Teilen des Profils, über die die Freelancer\*innen freie Autorenschaft genießen: Zum Beispiel ihren Vorstellungstext, ihr Profilbild, ihr Portfolio. Daneben gibt es das metrische Profil. Dies besteht aus Metriken, die dem Profil durch Klient\*innen-Feedback und algorithmischen Prozessen, die zum Teil das Klient\*innen-Feedback als Variable mit einberechnen, zugewiesen werden. Über diese Bestandteile haben Freelancer also keine Autorenmacht. Die zentrale Metrik auf Upwork ist der sogenannte Job Success Score. Dieser wird algorithmisch berechnet und dem Freelancer\*innen-Profil zugewiesen. Für die Freelancer\*innen ist dieser algorithmische Prozess eine Black Box: Sie wissen nicht, wie der Job Success Score berechnet wird. Ein weiterer wichtiger Aspekt des metrischen Profils ist, dass es gewissermaßen in die Plattform eingeschlossen ist. Das heißt die Metriken können nur auf der Plattform selbst und durch die Plattform selbst erhöht werden. Wenn Freelancer\*innen erfolgreich ein Projekt auf Upwork abschließen, erhöht sich für gewöhnlich ihr Job Success Score. Aufträge, die außerhalb der Plattform abgewickelt werden, erhöhen den Job Success Score nicht. Mehr noch: längere

Untätigkeit auf der Plattform kann von der Plattform registriert werden, was wiederum zu einer Reduktion des Job Success Scores führen kann.

Sowohl von Upwork als auch von den interviewten Freelancer\*innen auf der Plattform wurden die Angaben auf dem metrischen Profil als Reputationsmetriken verstanden. Das bedeutet sie haben die Funktion die Reputation der Freelancer\*innen auszudrücken und dadurch das Vertrauen potenzieller Klient\*innen zu wecken. Diese müssen ihnen fremde Freelancer\*innen in ihre Arbeitsprozesse einspannen bloß auf Basis der Informationen, die das Upwork-Profil ihnen bietet. Laut den interviewten Freelancer\*innen fällt bei den Entscheidungen der Klient\*innen der Job Success Score am stärksten ins Gewicht. Das liegt auch an der Plattform selbst. Diese ordnet Bewerbungen in der Inbox der Klient\*innen nach dem Job Success Score. Außerdem spielt der Job Success Score in der Suchfunktion die Upwork den Klient\*innen zur Verfügung eine prominente Rolle. Er nimmt eine zentrale Position in der Preview des Freelancer\*innen-Profiles ein, die den Klient\*innen in den Suchergebnissen angezeigt werden bevor sie auf das Profil klicken.

Was wir also auf Upwork beobachten können ist, wie ein schwer greifbares soziales Kapital, wie der gute Ruf, die Reputation, in Form des metrischen Profils quantifiziert und messbar gemacht wird. Diese Reputationsmetriken stellen keinen Bezug her zu den bekannten Instanzen, die Freelancer\*innen ihre Reputation verleihen. Stattdessen sind sie algorithmisch verarbeitete Ausdrücke des Ratings und Feedbacks des General Peers. Auf dem Freelance-Arbeitsmarkt sind Freelancer\*innen stark von diesem sozialen Kapital abhängig. Es entscheidet darüber, ob sie in der Lage sind den Vertrauensvorschluss potenzieller Kunden und damit genügend Aufträge für sich zu gewinnen. Auf Upwork wiederum, sind Freelancer\*innen stark von ihrem metrischen Profil abhängig, insbesondere vom Job Success Score. Dieser entscheidet über Erfolg oder Misserfolg. Ein Absinken des Job Success Scores kann dazu führen, dass lukrative Aufträge ausbleiben. Das auktoriale Profil, in dem Freelancer\*innen ihre Patronats-Reputation zur Schau stellen können, indem sie beispielsweise prestigevolle Kunden in ihrem Portfolio anführen, ist kaum ausschlaggebend, wenn das metrische Profil nicht günstig ausfällt. Ein weiterer entscheidender Aspekt in Bezug auf das metrische Profil ist, dass dieses nur auf der Plattform selbst aufgebaut wird. Reputation kann nicht von außen in die Plattform transferiert werden. Man muss selbst auf der Plattform das metrische

Profil aufbauen wodurch die Reputation und damit der Erfolg der Freelancer\*innen zunehmend abhängig wird von den algorithmischen Prozessen, die beispielsweise den Job Success Score produzieren, und für die Freelancer\*innen eine Black Box darstellen.

#### *6. Profilarbeit auf Upwork*

Insbesondere im Kontext von Upwork gilt es allerdings festzuhalten, dass Reputation kein bloßes Nebenprodukt guter Arbeit ist. Stattdessen sollte Reputation als das gezielte Produkt menschlicher Arbeit verstanden werden, die von Freelancer\*innen investiert wird um die ökonomische Unsicherheit, in der sie sich bewegen abzumindern. Kathleen Kuehn et. al. hat in diesem Kontext den Begriff der Hoffnungsarbeit geprägt, um darauf hinzuweisen, wie Arbeiter\*innen oft Arbeitskraft investieren, um sich eine bessere Position und eine gewisse Reputation zu erarbeiten, in der Hoffnung, dass in der Zukunft ein Return on Investment in Form von erhöhten Arbeitschancen auf sie wartet. Wichtig ist hier, dass diese Arbeit oft nicht- oder signifikant unterbezahlt ist, die monetäre Motivation der Arbeit also in die Zukunft verlegt wird. Außerhalb von Upwork können wir solche Praktiken beispielsweise bei Berufseinsteigern beobachten, die kostenlose Praktika absolvieren nicht nur in der Hoffnung Arbeitserfahrung zu sammeln, sondern auch die eigene Reputation zu erhöhen, beispielsweise indem sie neue Kontakte knüpfen oder ein prestigevolles Unternehmen im Lebenslauf anführen können.

Auf Upwork nimmt die Arbeit, die investiert wird, um die eigene Reputation zu erhöhen und ökonomische Unsicherheit zu mindern die Form dessen an, was ich als Profilarbeit bezeichnen möchte. Mit Profilarbeit ist jene unbezahlte und unterbezahlte Arbeit gemeint, die Freelancer\*innen auf Upwork tätigen, um ihr auktoriales und, insbesondere, ihr metrisches Profil aufzubauen in der Hoffnung, dadurch ihre Chancen auf zukünftige Aufträge zu erhöhen. Eine Praxis, an der sich fast alle interviewten beteiligten war, es unbezahlte und uninteressante Jobs anzunehmen, ein Freelancer nannte sie „small shitty jobs“, um schnell an ein positives Klient\*innen Rating zu kommen und den Job Success Score zu erhöhen. Ein sehr plastisches Beispiel für diese Praxis gab Laura, eine erfahrene Graphik Designerin wohnhaft in Hamburg, die neben ihren Freelance-Tätigkeiten eine feste Stelle bei einer Agentur hat. Um ihr metrisches Profil aufzubauen, nahm Laura einen Job an, der darin bestand, eine Zeichnung für ungefähr 5€ anzufertigen. In Anbetracht der Tatsache, dass Laura eine erfahrene Designerin in einer Agentur war und die Lebenskosten in Hamburg tragen musste, ist dieser Job weder

inhaltlich noch monetär der Rede wert. Dennoch nahm sie ihn an, weil sie darauf spekulierte, dass die Akkumulation von positiven Reviews des General Peers einen positiven Einfluss auf ihr metrisches Profil, allen voran ihren Job Success Score haben würde, was sie in Zukunft dazu befähigen würde bessere Jobangebote zu erhalten. Da Reputation nicht auf die Plattform transferiert werden kann, müssen selbst die erfahrensten Freelancer\*innen bei Upwork bei null starten. Ein Interviewpartner erklärt charakteristisch für die Anfangsphase bei Upwork sie es Bewerbungen in „ein schwarzes Loch“ zu senden. Um dieser Phase zu entgehen, sehen sich Freelancer\*innen gezwungen unterbezahlte, kleine Jobs anzunehmen, um ihr metrisches Profil aufzubauen.

Hinter dem metrischen Profil, das es Upwork ermöglicht Kontakte zwischen Freelancer\*innen und Klient\*innen herzustellen, indem es beispielsweise das interne Ranking in der Inbox beeinflusst oder das Vertrauen von Klienten\*innen in Freelancer\*innen weckt, steht also die unterbezahlte und manchmal unbezahlte Arbeit der Freelancer\*innen. Diese wird von ihnen oft als eine Investition verstanden, die im jetzt getätigt werden muss, um das metrische Profil in einer Art und Weise zu beeinflussen, dass man in der Zukunft mit besseren Jobchancen rechnen kann. Diese Arbeit ist mehr oder weniger direkt auf das metrische Profil ausgerichtet, daher der Terminus Profilarbeit, was die Freelancer\*innen zu Unternehmer\*innen des Profils macht. Ihre unternehmerische Arbeitskraft wird aufgewandt, um ein erfolversprechendes Profil aufzubauen.

### *7. Zusammenfassung und Fazit*

Die Fähigkeit von Freelancer\*innen ihre strukturelle ökonomische Unsicherheit zu mindern hängt signifikant von ihrer Reputation ab. Diese kann als eine Art soziales Kapital verstanden werden, das aufgebaut und investiert werden muss, um das Vertrauen potenzieller Kunden und damit deren Interesse an den angebotenen Diensten zu wecken. Sowohl Reputation als auch Vertrauen sind also soziale Voraussetzungen für die Produktion und Reproduktion von Marktbeziehungen. Dieses ungreifbare soziale Kapital wird auf Upwork auf dem metrischen Profil gebündelt und quantifiziert. Damit wird die Reputation der Freelancer\*innen der Plattform und ihren algorithmischen Prozessen untergeordnet und von diesen abhängig. Das bedeutet, dass der Reputationsaufbau, den die Freelancer\*innen betreiben müssen nicht nur der generellen Logik des general peers unterstellt wird, sondern auch den konkreten algorithmischen Prozessen, die sich

beispielsweise hinter dem Job Success Score verbergen. Kuriositäten bleiben in dieser Konstellation nicht aus: So berichteten Interviewpartner\*innen von Aufträgen, die sie an sich selbst verteilt hätten, um sich selbst ein gutes Feedback und Rating zu geben, oder von Jobs, die darin bestanden, gute Ratings und Reviews auf Amazon zu hinterlassen im Tausch gegen eine geringe Bezahlung und ein gutes Rating auf Upwork. Die prominenteste Strategie zum Aufbau des metrischen Profils bestand allerdings darin kleine, unterbezahlte Aufträge entgegenzunehmen. Diese Praxis wurde als Profilarbeit bezeichnet. Sie ist nicht nur vor dem Hintergrund der abstrakten Logik des General Peers zu sehen, sondern auch im Kontext der geschlossenen Struktur Upworks und der konkreten algorithmischen Prozesse auf der Plattform.

Für die Freelancer\*innen entsteht durch die geschlossene Struktur Upwork's, die es nicht erlaubt Reputation auf die Plattform zu transferieren oder auf externe Profile zu verweisen<sup>1</sup>, und die zentrale Rolle des metrischen Profils, das, auf Basis opaker algorithmischer Prozesse, über den (Miss-)Erfolg der Freelancer\*innen entscheidet, zunächst der Druck Jobs anzunehmen, die für sie sonst inhaltlich und monetär kaum relevant wären. Außerdem entsteht dadurch eine Art Reputations-Angst, da die Reputations-Metriken auf dem metrischen Profil durch die Beobachtung und Beurteilung anderer und durch intransparente algorithmische Prozesse jederzeit sinken können (vgl. Rahman, 2021). Das wiederum kann dazu führen, dass die nächsten Bewerbungen auf relativ gut bezahlte und inhaltlich interessante Projekte ins schwarze Loch geschickt werden, und man sich wieder uninteressanten und unterbezahlten Projekten widmen muss.

Diese Probleme können nur dann angegangen werden, wenn sich die Plattform öffnen lässt, und man sie beispielsweise direkt mit LinkedIn-Profilen oder eigenen Websites verbinden kann und wenn die algorithmischen Prozesse, die beispielsweise hinter dem Job Success Score stehen transparent gemacht und der demokratischen Kontrolle der User\*innen unterstellt werden (cf. Scholz, 2016). Beides ist allerdings für Upwork in seiner jetzigen Verfassung undenkbar, da Upwork profitmotiviertes Interesse daran hat die Plattform hermetisch abzuriegeln und die Kontrolle und das Wissen, um die

---

<sup>1</sup> Konkreter: Upwork untersagt es Freelancer\*innen ihre persönlichen Webseiten und ähnliches in ihrem Profil anzuführen, und zeigt Klient\*innen bloß den Vornamen der Freelancer\*innen an. Dadurch soll verhindert werden, dass Projekte außerhalb der Plattform abgewickelt werden.

algorithmische Steuerung der Plattform für sich zu behalten. Sowohl die geschlossene Struktur als auch die algorithmische Intransparenz dienen dazu die Transaktionsraten auf der Plattform und dadurch die Profite für die Plattform zu erhöhen. Eine demokratischere und transparentere Alternative setzt daher eine radikale Umstrukturierung der Eigentums- und Steuerungsverhältnisse auf der Plattform voraus (cf. Scholz, 2016; Ranis, 2016).

## Literatur

- Baecker, D. (2018). *4.0 oder Die Lücke die der Rechner lässt*. Berlin: Merve Verlag.
- Buchanan, I. (2021). *Assemblage Theory and Method*. London: Bloomsbury Academic.
- Gruber, S. (2020). Personal Trust and System Trust in the Sharing Economy: A Comparison of Community- and Platform-Based Models. In: *Frontiers in Psychology*, 11, pp. 1 – 11.
- Kuehn, K. M. & Corrigan, T. F. (2013). Hope Labor: The Role of Employment Prospects in Online Social Production. In: *The Political Economy of Communication*, 1(1), pp. 9 – 25.
- Lovink, G. (2019). *Sad by Design: On Platform Nihilism*. London: Pluto Press.
- Moeller, H. G. & D'Ambrosio, P. J. (2021). *You and Your Profile: Identity after Authenticity*. New York: Columbia University Press.
- Scholz, T. (2016). How Platform Cooperativism Can Unleash the Network. In: Scholz, T. (Ed.). *Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, a New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*. New York & London: OR Books, pp. 20 – 27.
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Rahmann, H. A. (2021). The Invisible Cage: Workers' Reactivity to Opaque Algorithmic Evaluations. In: *Administrative Science Quarterly*, pp. 1 – 44-
- Ranis, P. (2016). *Cooperatives Confront Capitalism: Challenging the Neoliberal Economy*. London: Zed Books, 2016.