

## Bezahltes Crowdsourcing – ein Geschäftsmodell mit großem Potenzial



Christian Rozsenich, CEO clickworker.com

Bild-Link: <http://www.clickworker.com/wp-content/uploads/2012/01/Christian-Rozsenich.jpg>

Seit mehr als sechs Jahren besteht clickworker.com, bietet Mikrojobs für seine internationale Crowd von über 160.000 Clickworkern und setzt so umfangreiche Projekte für Großkunden und mittelständische Unternehmen im Rekordtempo um.

**Frank Puscher, freier Journalist, im Gespräch mit Christian Rozsenich, Geschäftsführer von clickworker.com.**

*Der Wiener Christian Rozsenich folgte Wolfgang Kitza als CEO der Crowdsourcingplattform clickworker.com in Essen. Unter seiner Ägide soll clickworker.com das Angebotsprofil schärfen und weiter in Europa und den USA expandieren.*

**Herr Rozsenich, Sie waren zwei Jahre am Ausbau des amerikanischen Geschäfts von clickworker.com beteiligt. Was unterscheidet die Märkte für Crowdsourcinganbieter hier und in Übersee?**

**Christian Rozsenich:** Es ist schon ein eklatanter Unterschied. Vor allem im Silicon Valley hat sich die Industrie in diesem Bereich längst etabliert. Da haben sich auch bereits viele Spezialisten heraus kristallisiert, die zum Beispiel bestimmte Vertikale bedienen oder sich auf ganz bestimmte Themen konzentrieren. In Europa haben wir im Bereich Microtasks nur wenige Mitbewerber.

Es gibt aber noch einen weiteren Unterschied. In den USA und England wird vor allem auf die Kosten geachtet. Dabei sollen durch Crowdsourcing interne Ressourcen gespart werden. In Deutschland und Skandinavien stehen primär Qualität und Flexibilität im Vordergrund.

## **Flexibilität vor allem hinsichtlich der Mehrsprachigkeit?**

**Rozsenich:** Stimmt. Das ist eines unserer wichtigsten Verkaufsargumente. Unternehmen, die ein internationales Angebot aufbauen wollen, erhalten bei uns sehr schnell qualitativ hochwertigen Content von Native Speakern. Die weitere Rekrutierung von Clickworkern in Osteuropa und Nordafrika steht bei uns hoch im Kurs. Das sind die Crowds, die unsere Kunden vermehrt nachfragen.

## **Wie steht es mit den USA selbst?**

**Rozsenich:** Auch in den USA wollen wir weiter wachsen. Dort sind schließlich die größten Accounts. Groupon haben wir bereits seit geraumer Zeit als Kunden. Für die erstellen wir Texte zu Gutschein-Angeboten in verschiedenen Sprachen.

## **Wie steht clickworker.com heute da?**

**Rozsenich:** Deutlich besser als vor einem Jahr. Viele Kunden, die unsere Leistungen einmalig ausprobiert haben, kommen nun mit Folgeaufträgen. Und so allmählich sehen wir, wie sich der Markt in Europa entwickelt und wo sich für uns die Perlen herauskristallisieren. Hier werden wir sehr gezielt im Direktvertrieb ansetzen und unseren Marktanteil weiter steigern.

## **Welche Perlen sind das?**

**Rozsenich:** Bestimmten Branchen wollen wir maßgeschneiderte Lösungen anbieten und hier die Kundenbasis ausbauen. Das gilt zum Beispiel für Adressverlage, deren Datenbasis wir qualitativ aufwerten können. Zweitens sind Online-Agenturen natürlich sehr wichtige Kunden für uns. Sie sind Multiplikatoren. Und Drittens haben viele eCommerce-Websites Bedarf an gutem Content, den Sie über uns bekommen können. Gerade vor Weihnachten konnten wir sehen, dass da ein enormer Bedarf existiert, den die Shops alleine nicht abdecken können. Insgesamt ist da noch viel Luft nach oben.

## **Müssen Sie noch viel Überzeugungsarbeit bei den Kunden leisten?**

**Rozsenich:** Insgesamt ist das Thema Crowdsourcing viel bekannter in Deutschland, als noch vor ein, zwei Jahren.

## **Ein wichtiges Schlagwort dieser Tage ist die Social Company. Crowdsourcing ist ein wichtiges Element in diesem Konzept.**

**Rozsenich:** Auf jeden Fall. Wir sind die verlängerte Werkbank unserer Kunden. Im Idealfall sind deren eigene Systeme über APIs an unser System angeschlossen und die Prozesse greifen nahtlos ineinander. Bei der Herstellung von Content ist das zum Beispiel das CMS.

Aber die Idee der Social Company geht natürlich noch weiter. Auch interne Prozesse können mit unserer Software unterstützt werden. Die Mitarbeiter einer Firma sind dann die eigenen Clickworker. Allerdings sind die Widerstände in den Unternehmen sehr hoch. Zum Beispiel messen wir kontinuierlich die qualitative Arbeitsleistung der Clickworker. In einem Angestelltenverhältnis ruft das schnell den Betriebsrat auf den Plan.

### **Viele Unternehmen versuchen sich derzeit an Ideenplattformen und wollen Crowds in die eigenen Entwicklungsprozesse einbinden.**

**Rozsenich:** Und bei den meisten davon gewinnen nur einige wenige in der Crowd. Viele Experten kümmern sich um ein Thema und widmen ihm Zeit und Aufmerksamkeit und am Ende gewinnt nur einer. Das ist nicht effizient. Wenn man OpenInnovation betreiben will, muss man sehr sensibel mit der Community umgehen können.

### **Crowdsourcing-Experte Jeff Howe hält mobile Crowdsourcing für das nächste wichtige Thema in diesem Markt.**

**Rozsenich:** Warum das nächste? Mobile Crowdsourcing ist längst da. Jeder Besitzer eines TomTom-Navigationsgeräts wird selbst zum Datensammler und liefert dem System Informationen über Verkehrsfluss und Staus. Ähnliches gilt für Google Maps.

Ich bin nicht so sicher, ob es auf Dauer bezahltes Crowdsourcing auf dem Smartphone geben kann. Für die Erfüllung komplexerer Aufgaben ist das nicht geeignet. Mobile Crowdsourcing passiert eher nebenher, im Vorbeigehen.

### **Herr Rozsenich, Sie haben früher die Weiterentwicklung der Clickworker-Software betreut. Wo sind heute die Schwächen, was muss man verbessern?**

**Rozsenich:** Wir müssen den Community-Gedanken in unserem System noch viel stärker hervorbringen. Die Clickworker sollen sich untereinander vernetzen, sie sollen gerne auf die Plattform kommen. Ich will mehr intrinsische Motivation und spielerische Elemente, vielleicht kann man die monetären Anreizsysteme dann etwas reduzieren.

Aus Sicht der Software selbst brauchen wir noch bessere APIs zur Unternehmenssoftware. Und drittens muss die Software noch einfacher zu bedienen sein. Usability-Optimierung steht ganz oben auf unserer Agenda.

## **Nutzen Sie eigentlich zur Optimierung des eigenen Angebots auch die Crowd?**

**Rozenich:** Aber klar, in unterschiedlichsten Formen. Clickworker unterstützen uns bei der Suche nach neuen Clickworkern. Sie helfen uns im Support und wir befragen die Clickworker auch nach Verbesserungsvorschlägen und wenn wir Änderungen am System vorgenommen haben.

## **Wie fühlt sich eigentlich ein gebürtiger Wiener im fröhlichen Rheinland?**

**Rozenich:** Ich bin begeisterter Karnevalist. Wir feiern den Rosenmontag auch im Ruhrgebiet.

**Herr Rozenich, vielen Dank für dieses Gespräch.**

*Essen, Februar 2012*

## **Informationen zu clickworker.com**

Als innovativer Dienstleister nutzt [clickworker.com](http://clickworker.com) das Know-how qualifizierter Internetnutzer zur flexiblen und effizienten Bearbeitung von nicht oder schlecht automatisierbaren Geschäftsprozessen aus den Bereichen Texterstellung, SEO-Texte, Übersetzungen, Web-Recherche, Umfragen, Verschlagwortung und Kategorisierung. Komplexe Aufgaben werden von [clickworker.com](http://clickworker.com) in Mikrojobs zerlegt, an die Clickworker weitergereicht und nach erfolgreicher Bearbeitung unter strenger Qualitätsprüfung wieder zusammengeführt.

Weitere Infos unter [www.clickworker.com](http://www.clickworker.com)

Twitter: [www.twitter.com/clickworker\\_de](https://twitter.com/clickworker_de)

facebook: [www.facebook.com/clickworkercom](https://www.facebook.com/clickworkercom)

## **Pressekontakt und -service:**

Ines Maione

E-Mail: [ines.maione@clickworker.com](mailto:ines.maione@clickworker.com)

<http://www.clickworker.com/de/presseservice/>