



Your Questions, My Competent Answers

Von Crowdsourcing-Strategien und unbekanntem Goldminen

Bekanntlich dominieren im Strategiemanagement drei Strategien: die Struktursteuernde von Chandler, die Wettbewerbsstrategie von Porter und die Flexibilitätsstrategie von Mintzberg (Studienskript Strategisches Management IUBH, 20120227).

Dem Autor stellt sich die Frage, ob in Unternehmungen diese Strategien strikt getrennt angewandt effektiver zur Geltung kommen oder als Mixture attraktiven Mehrwert im Vergleich bringen. Weiter interessiert, in welche Strategie Crowdsourcing-Plattformen vorrangig einzuordnen sind, und wo noch Optimierungspotential schlummert, oder die unerkannten Goldminen auf ihre Ausgrabung warten. Wertvolle Handlungsoptionen und den Ausgrabungsplan gibt es hier.

Zur Beantwortung interessiert gleich zu Beginn, wie sich typische Crowdsourcing-Plattformen zusammensetzen und in ihrer Aussenwirkung agieren. Ein Benchmark zeigt: Die Konstellation Homepage im Internet, Gründer und Crowdworker besteht immer.

Die Unterscheidung findet jedoch schon bei der Wahl des Internetseitenproviders und der Möglichkeiten des Seitendesigns statt. Ein potentieller Kunde findet sich auf gut strukturierten Seiten mit komfortablen Suchmechanismen besser und schneller zurecht. Diesen Pluspunkt, umfassende Informationen zum Thema Crowdsourcing oder der grundsätzlichen Kernkompetenz des Unternehmens, ein besonders innovativer Gründer, Wohlfühlgaranten, und hochkarätige Crowdworker im Angebot der Plattform reizen zur wiederholten und hochfrequenten Nutzung des Portals.

Crowdsourcing-Plattformen vereinen anonym mögliches Informieren, was durch mehrere Zugriffsberechtigungsstufen leicht gesteuert werden kann, und ein Wir-Gefühl durch aktives Beteiligen innerhalb der Community bishin zur Nutzung von Dienstleistungen im Verständnis des Outsourcings von Aufgaben an die Plattform.

Die abzudeckende Reichweite und Möglichkeiten sowohl der Online-Plattform als Homepage selbst, der Lebendigkeit der Community und die Zusammensetzung der Community steuert bis zu einem gewissen Grad der Gründer über sein Carisma, seine Fähigkeit effizient und im großen Stil zu netzwerken, dem Niveau seines Seiteninhalts und ethischen Verhaltenscodizes,

denn Gleiches zieht bekanntlich Gleiches an, seiner Risikobereitschaft Neuerungen dem Markt anzubieten, weltweit online vertreten zu sein und flexibel auf Projekte reagieren zu können. Flexibilität verleiht dem Gründer die Zusammensetzung seines Ressourcenpools, sprich seine Crowdworker.

In Vergangenheit die Betätigung als Crowdworker milde als „Spinner“, „Chaotenhaufen“ oder gar „Arbeitslose im Netz“ belächelt, muß heute diese Vorstellung der Realität weichen und läßt auf hochkompetente und hochmotivierte Freelancer und Angestellte stoßen, die ihren Background als Geschäftsführer in eigenen Unternehmen, im Consulting, als Hochschuldozenten und Projektleiter unterschiedlichster Branchen haben. Sie treffen sich in der Regel zusätzlich zu einem freiwillig gemeinsamen Schaffen und wechselseitigen Lernen. Sie erfreuen sich flacher Hierarchien und der Auswahlmöglichkeit nach eigenem Zeitvorrat, Fähigkeiten und Präferenzen an Projekten mitzuwirken. Heute stellen derartige (virtuelle) Arbeitsräume eine potentielle Bedrohung von herkömmlichen Geschäftsmodellen dar und sind die Unternehmen von morgen.

Analysieren wir die voran genannten Aspekte des Crowdsourcings, und führen uns die Eingangs erwähnten drei dominierenden Strategien vor Augen, ist leicht eine Mixture zu erkennen:

- **Struktursteuernd** aus dem Bedarf einer weltweiten Präsenz und der besten Köpfe als Mitarbeiter, die Regional oft nicht greifbar sind und sich auf die spannendsten Projekte einlassen; Nutzung der digitalen virtuellen Welt
- **Wettbewerbsvorteil** durch Diversifikation: Wieder der Aspekt der besten Köpfe auf einem Fleck und dadurch Abdeckung vieler Wissensgebiete, Nutzung von Geistesblitzen und das professionelle Entwicklung bis zur reifen Idee und Unternehmensgründung (siehe omanet.org), Nutzung von verwandten Möglichkeiten wie des Crowdfundings zur Finanzierung, hohe Motivation durch freiwilligen Einsatz zu anderen Verpflichtungen, anders als bei konventionellen Betrieben stülpt sich nicht die Unternehmenskultur den Mitarbeitern über sondern wird durch den Einzelnen stark beeinflusst
- **Flexibilität** der online/offline Abwicklung von Aufträgen, durch den großen Mitarbeiterpool an verschiedenen Kompetenzen und nicht existenten Fixverträgen und damit verbundenen Fixkosten.

Alles in Butter oder ist dann doch irgendwo noch der „Hund begraben“? Die Autorin weist auf das verständliche Sicherheitsbedürfnisses von Mitarbeitern ihren Arbeitsplatz betreffend hin. Wer fest angestellt ist, hat oft nicht den Mut, sich ins Freelancertum zu stürzen, und sich alle 6-12 Monate nach einer neuen Herausforderung umzusehen, was Aufwand bedeutet, auch wenn die Projektpreferenzen protegieren. Wäre da nicht die unbekannte Goldmine! In ihr schlummert zum einen die Möglichkeiten von Allianzen befreundeter Crowdsourcing-Plattformen oder zum anderen die Allianz der aus den Ideen hervorgegangenen Firmengründungen unter einem Dach, die Jobrotation nach Personalbedarf erlauben.