

Die diskursive Herstellung von Geschlecht durch Crowdworking-Plattformen

Sauerborn, Elgen

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Sauerborn, E. (2021). Die diskursive Herstellung von Geschlecht durch Crowdworking-Plattformen. *FZG - Freiburger Zeitschrift für GeschlechterStudien*, 27(1), 61-77. <https://doi.org/10.3224/fzg.v27i1.05>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Elgen Sauerborn

Die diskursive Herstellung von Geschlecht durch Crowdfunding-Plattformen¹

Zusammenfassung: Crowdfunding ist zwar eine rein digitale Arbeitsform, bei der Face-to-Face-Kontakte nicht stattfinden, jedoch ist auch diese Plattformarbeit nicht frei von geschlechtsdifferenzierenden Ungleichheiten. Das konfiguriert mit technikromantisierenden Narrativen und Rationalisierungsidealen, die Digitalisierungsprozesse häufig diskursiv rahmen. Der vorliegende Beitrag zeigt, dass Crowdfunding-Plattformen oftmals an diesen historisch stabilisierten Diskursen über eine vermeintliche Neutralität, Körperlosigkeit und einem meritokratischen Potential von Technik und Digitalisierung festhalten. Anhand einer Diskursanalyse von Webseiten von Crowdfunding-Plattformen wird offengelegt, inwiefern Plattformen mitunter auf traditionelle Geschlechterstereotype zurückgreifen und dadurch arbeitsorganisatorische Schwachstellen und prekäre Arbeitsverhältnisse im Crowdfunding diskursiv legitimieren sowie unbezahlte Arbeit vermännlichen und dadurch aufwerten.

Schlagwörter: Digitalisierung; Crowdfunding; Geschlechterungleichheit; Körper; Diskursanalyse.

The Discursive Construction of Gender through Crowdfunding Platforms

Abstract: Although crowdfunding takes place in a purely digital form without any face-to-face contacts, this kind of platform work is also not free of gender inequalities. This does not accord with narratives that romanticize technology and often discursively frame digitization processes. This article shows that crowdfunding platforms nonetheless often cling to these historically established discourses concerning supposed neutrality, incorporeality and the perceived meritocratic potential of technology and digitization. Using a discourse analysis of websites of crowdfunding platforms, the extent to which these adopt traditional gender stereotypes is revealed, which then legitimize organizational weaknesses and precarious working conditions in crowdfunding discursively. Moreover, through the discursive representation of gendered crowdfunding, unpaid work is masculinized and thereby valorized.

Keywords: Digitization; crowdwork; gender inequality; body; discourse analysis.

Einleitung

Debatten über den Einfluss der Digitalisierung der Arbeitswelt auf Geschlechterordnungen sind häufig von Ambivalenzen geprägt: Während sich manche Autor*innen eine Auflösung oder zumindest eine Reduktion von Geschlechterungleichheiten durch Digitalisierungsprozesse versprechen, diskutieren andere diese als mögliche Gefahr für eine Zunahme von Ungleichheit (Oliveira 2017; Carstensen 2008; Kutzner 2018).

Verfolgt man den ersten Strang, der die digitale Transformation als eine Chance für mehr Geschlechtergerechtigkeit erörtert, zeigt sich, dass diesem häufig zwei Argumente zugrunde liegen: Zum einen wird darauf referiert, dass technologische Möglichkeiten symbolische, auf Geschlecht bezogene Ordnungs- und Wissensbestände transformieren und zum anderen, dass die Arbeitsorganisation einem Umbruch unterliegt, der z.B. durch zunehmende Flexibilisierung bessere Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Erwerbs- und privater Sorgearbeit verspricht (Kutzner/Schnier 2017). Die Digitalisierung soll demzufolge zu einem Wandel von vergeschlechtlichten Strukturen der Erwerbsarbeit und dadurch zu mehr Geschlechtergerechtigkeit beitragen. Diese Argumentation baut auf einem Ideal von körperloser Erwerbsarbeit auf, das bereits Acker (1990) mit ihrer Erörterung des „disembodied worker doing the abstract job“ (ebd.: 149) anprangert. Anhand dieser Figur kritisierte sie organisationale Logiken, die Jobs und Hierarchien als abstrakte Kategorien verhandeln und von körper- und geschlechtslosen Arbeitenden ausgehen (vgl. ebd.: 149).

Bestandteil solcher neutralisierenden Annahmen im Rahmen der Digitalisierung ist die Verherrlichung technologischer Möglichkeiten in der Erwerbsarbeit. Diese werden z.B. als vereinfachende Lösung für Ungleichheitsfragen verklärt, was den „Rationalitätsmythos der Digitalisierung“ (Büchner 2018: 336) befeuert: Technik gilt hier als etwas Neutrales, das Diskriminierung, die auf Stereotypen und Vorurteilen beruht, naturgemäß unmöglich macht (Balsamo 2014) und den Mythos von meritokratisch organisierter Erwerbsarbeit aufrecht erhält. Zudem werden die durch die Digitalisierung ermöglichten Chancen des flexiblen Arbeitens mitunter vorschnell als Antwort auf Fragen von ungleichen Erwerbsbiographien diskutiert (vgl. Kutzner 2018).

Entsprechend dieser Annahmen müsste nun Erwerbsarbeit, die ausschließlich digital verrichtet wird, in besonderem Maße zur Verringerung von geschlechtsdifferenzierender Ungleichheit beitragen. Ein Prototyp solch rein digitaler Arbeit ist Crowdfunding: Hierbei werden Aufträge von Auftraggeber*innen wie Organisationen durch spezielle Plattformen an Crowdworker*innen vermittelt. Häufig zerlegen die Plattformen größere Aufträge in kleinere Jobs, die anschließend allein über digitale Endgeräte und online von Crowdworker*innen ausgeführt werden. Die Beschäftigten bleiben meist unbekannt und Face-to-Face-Interaktionen finden kaum statt. Crowdworker*innen werden daher auch häufig als eine „anonyme Masse“ bezeichnet (Hensel/Koch/Kocher/Schwarz 2018: 163).

Da Crowdfunding also nur digital stattfindet und die Ausführenden oftmals gar nicht bekannt sind, sollte also Diskriminierung, die aufgrund von Geschlechterstereotypen, die mit bestimmten Fähigkeiten verbunden werden, eigentlich an Bedeutung verlieren. Denn wie sollte Geschlecht auf Arbeitswirklichkeiten wirken, wenn Geschlechtsidentitäten als Bezugspunkt von Zuschreibungen oftmals gar nicht bekannt sind? Gleiches gilt auch für Erwerbsbiographien: Wenn keine langfristigen Arbeitsbeziehungen eingegangen werden, sollten Ungleichheiten im Lebensverlauf, sofern sie als Folgen von Schwangerschaft und nicht vergüteter Sorgearbeit auftreten, in der Arbeitsorganisation doch eigentlich nicht ins Gewicht fallen.

Nichtsdestotrotz zeigen Untersuchungen der letzten Jahre, dass selbst zwischen Crowdworker*innen Gender Pay Gaps vorzufinden sind (Adams-Prassl/Berg 2017; Foong et al. 2018; Dubey et al. 2017; Barzilay/Ben-David 2017). Zudem führen die flexiblen Arbeitsstrukturen zu Formen der Entgrenzung zwischen Privatheit und Erwerbsarbeit, die Risiken der Prekarisierung insbesondere für weibliche Erwerbstätige verstärken (Hunt/Samman 2019). Ungleichheitsstrukturen bestehen also auch im vermeintlich anonymen Crowdfunding – und nicht nur das: Auch die Tätigkeiten selbst, die über Plattformen vermittelt werden, sind nicht frei von kulturell und historisch gewachsenen Geschlechtsstereotypen und -zuschreibungen. Geschlechterungleichheiten werden also auch in idealtypischer, rein digitaler Arbeit wie dem Crowdfunding reproduziert und es stellt sich die Frage, wie dies vonstattengeht. Da Crowdfunding in öffentlichen Diskursen nur selten mit Geschlechterdiskriminierung in Verbindung gebracht wird, Erhebungen aber dennoch Ungleichheiten zutage treten lassen, wird in diesem Beitrag davon ausgegangen, dass Geschlecht sich hier implizit bzw. latent offenbart. Ausgangspunkt ist die Annahme von sozial und historisch tief verwurzelten Wissensbeständen über geschlechtsspezifisch erachtete Fähigkeiten und Rollen von Frauen und Männern, die sich u.a. in Diskursen ausdrücken (Bublitz 2019).

Der vorliegende Beitrag beruht auf der Annahme, dass Crowdfunding-Plattformen einen hohen Stellenwert in der diskursiven Herstellung von Geschlecht im Crowdfunding einnehmen. Obwohl einige der Plattformen explizit das meritokratische Ideal von Erfolg durch Leistung vertreten, wird nachfolgend in einer rekonstruktiv-interpretativen Analyse der Crowdfunding-Webseiten gezeigt, dass Geschlechterungleichheiten auf und durch Plattformen eher verstärkt als aufgelöst werden. Dadurch sollen Mechanismen der diskursiven Herstellung von Geschlecht im Rahmen digitaler Arbeit nachgezeichnet werden. Darüber hinaus wird dargelegt, inwiefern Geschlechterstereotype zur Legitimierung von strukturellen Aspekten, aufgrund derer solche Plattformen kritisiert werden, beitragen und inwiefern die Vermännlichung unbezahlter Arbeit dabei relevant wird.

Im Zentrum der Analyse stehen Plattformen des sogenannten komplexen Crowdfunding (Schönefeld/Hensel 2019). Diese vermitteln und koordinieren vorrangig Tätigkeiten, für die spezialisierte und fachliche Fähigkeiten vonnöten sind und deren Ergebnis von Crowdworkender zu Crowdworkender variieren kann bzw. soll. Damit unterscheiden sie sich von Plattformen, die auf ‚Clickworking‘ spezialisiert sind und besonders in öffentlichen Debatten mit Crowdfunding generell gleichgesetzt werden. Da komplexe Aufgaben im Crowdfunding eher von Frauen ausgeübt (Leimeister et al. 2016) und aufgrund der höheren Qualifikationsanforderungen und einer dementsprechend besseren Vergütung häufig als Vereinbarkeits-Ideal dargestellt werden, soll dieser Arbeitsform im vorliegenden Beitrag besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden.

Der folgende Beitrag beruht daher auf einer Diskursanalyse von Crowdfunding-Plattformen. Nach einer kurzen Wiedergabe des Forschungsstands zu Crowdfunding und Geschlecht wird anhand empirischer Analysen aufgezeigt,

wie Plattformen zur diskursiven und technikromantisierenden Reproduktion und Restabilisierung von Geschlechterungleichheiten beitragen und dadurch oftmals kritisierte Aspekte des Crowdfunding legitimieren.

Crowdfunding und Geschlecht

Crowdfunding ist eine besondere digitale Arbeitsform, da hier in der Regel keine Face-to-Face- oder privaten Interaktionen stattfinden. Damit unterscheidet sich Crowdfunding noch einmal substanziell von anderen Formen der Plattformarbeit, die vorwiegend offline stattfinden (z.B. bei Uber oder Helpling). Crowdfunding wird über digitale Plattformen vermittelt und koordiniert (Hensel/Koch/Kocher/Schwarz 2016). Typische Dienstleistungen, bei denen Crowdfunding zum Einsatz kommt, sind Software Testing, Design oder Texterstellung. Drei Akteursgruppen sind beim Crowdfunding beteiligt: Auftraggebende, Online-Plattformen und die Crowd selbst, also die Auftragnehmer (Greef/Schroeder 2017). Die Auftraggebenden können Organisationen wie Unternehmen oder einzelne Akteur*innen sein, die Aufträge an eine anonyme, zunächst unbestimmte große Menge an Auftragnehmer – die sogenannte Crowd – auslagern (Al-Ani/Stumpp 2015; Pongratz/Bormann 2017; Schönefeld et al. 2017). Den Plattformen kommt dabei eine organisationähnliche Stellung zu, da diese die Aufgaben nicht nur vermitteln, sondern auch koordinieren (Kocher 2019).

Crowdfunding findet also ausschließlich digital statt: Das bedeutet auch, dass dabei vermeintlich allein die Qualität der Arbeit bewertet und vergütet wird, denn die Crowdfunder stehen oftmals noch nicht einmal im direkten Kontakt zu den Auftraggebenden. Dieses Ideal wird durch Wettbewerbsformen, auf denen Crowdfunding mitunter beruht, unterstützt (Schönefeld/Hensel 2019). Auf Plattformen, die nach diesem Prinzip aufgebaut sind, erhält allein die oder der mit der Leistung, die als beste bewertet wird, den Auftrag und dementsprechend auch eine Bezahlung. Die Aufgaben werden als Wettbewerbe mit Preisgeldern ausgeschrieben, was dazu führt, dass ein Großteil der geleisteten Arbeit gar nicht erst vergütet wird und daher große Unsicherheit birgt (Gerber/Krzywdzinski 2017). Da Crowdfunding zudem eine mehr oder weniger ortsunabhängige Arbeitsform darstellt, existieren theoretisch keine nationalen Grenzen für die Arbeitenden: Jede Person mit Internetzugang kann grundsätzlich Crowdfunding betreiben.²

Trotz allem zeigen empirische Untersuchungen, dass Geschlecht im Crowdfunding sehr wohl auf recht unterschiedliche Art und Weise zum Tragen kommt: Dies hängt u.a. davon ab, auf welchem Kontinent, in welchem Staat oder auch in welcher Region diese Tätigkeit vollzogen wird. Hunt/Samman (2019) legen beispielsweise dar, inwiefern Frauen durch plattformvermittelte Arbeitsverhältnisse in einkommensschwächeren Ländern benachteiligt werden, da hier Männer häufiger über technische Geräte verfügen. Frauen fehlt oftmals bereits der Zugang zu dieser digitalen Arbeitswelt.

Ungleichheiten zeigen sich außerdem hinsichtlich der Motivation, Crowdfunding zu betreiben. Frauen gehen eher als Männer dieser Beschäftigung

nach, wenn sie ausschließlich von zu Hause arbeiten können und sonst über keine anderen Möglichkeiten verfügen, Erwerbsarbeit zu betreiben. Meistens wird auch dies mit der Notwendigkeit der Sorgearbeit für Kinder oder Eltern begründet (Berg 2016).

Inwiefern Geschlecht im Crowdfunding bedeutsam wird, hängt auch mit der Form des Crowdfunding zusammen. Schönefeld/Hensel (2019) unterscheiden zwischen simplem und komplexem Crowdfunding, wobei ersteres mit dem eher bekannteren Clickworking gleichzusetzen ist, das die Verrichtung oftmals äußerst monotoner Tätigkeiten, zu der Maschinen (noch) nicht fähig sind, umfasst. Im Verlauf der vergangenen Jahre entstand jedoch eine Vielzahl an Plattformen, die auch anspruchsvolle und kollaborative Arbeit vermitteln und koordinieren. Dies mündet im sogenannten komplexen Crowdfunding, das über Plattformen vermittelte Tätigkeiten bezeichnet, deren Ziel zu Beginn der Arbeit noch nicht feststeht und deren Erledigung bestimmte Fähigkeiten bzw. eine spezielle Qualifikation der Crowdfunder voraussetzt. Die fachlichen Anforderungen sind eher im mittleren oder hohen Bereich anzusiedeln; ebenso verhält es sich mit der Bearbeitungsdauer und der Bezahlung (ebd.). Innerhalb dieser anspruchsvollen Formen des Crowdfunding sind mehr Frauen beschäftigt als in simplen Crowdfunding-Arbeitsverhältnissen (vgl. Leimeister et al. 2016). Dass die Bedeutsamkeit von Geschlecht durch rein digitale Arbeit nicht einfach aufgelöst wird, zeigt sich also in recht unterschiedlichen Ausprägungen.

Methode

Der vorliegende Beitrag soll anhand einer empirischen Untersuchung von Online-Daten zeigen, wie Geschlecht in Diskursen über Crowdfunding hergestellt und bedeutsam wird. Da es dabei um die diskursive Produktion von Wissensbeständen geht, entsteht die Analyse aus der theoretischen und methodologischen Perspektive des Sozialkonstruktivismus beziehungsweise der Wissenssoziologie.

Gegenstand der diskursanalytischen Untersuchung sind die Webseiten von verschiedenen Plattformen, die komplexes Crowdfunding vermitteln und koordinieren. Durch Praktiken generierte, „überindividuelle Wissensbestände“ (Traue/Pfahl/Schürmann 2019: 572) beziehungsweise Diskurse wurden mittels einer Webseitenanalyse (Schünzel/Traue 2019) rekonstruiert. Webseiten enthalten als „Orte der Produktion von Kultur“ (ebd.: 1003) verschiedene dynamische Datenformen wie Texte, Bilder und Videos, weshalb diese in ihrer Multimedialität (Meier 2017) untersucht wurden. Dabei wurde neben einer hermeneutischen Textanalyse auch auf Techniken der Bild- und Videoanalyse (Reichert/Engler 2011) bzw. der Film- und Fernsehanalyse (Keppler/Peltzer 2018) zurückgegriffen. Der methodischen Besonderheit der Daten, die durch Elemente der Hypertextualität, des Netzwerk-Charakters und der Interaktivität (Meier 2017) der Webseiten zutage traten, wurde durch eine größtmögliche Berücksichtigung diverser diskursiver Daten Rechnung getragen.

Die Sampling-Strategie der Diskursanalyse lehnt an das theoretische Sampling im Sinne der Grounded Theory Methodologie an (vgl. Traue/Pfahl/Schürmann 2019: 573). Um eine möglichst heterogene Auswahl an Crowworking-Plattformen zur Analyse zu berücksichtigen, wurden auf der Grundlage einer Plattform-Typologie von Howcroft/Bergvall-Kareborn (2019) sieben Plattformen, auf denen komplexes Crowworking vermittelt wird, ausgewählt. Die Untersuchung beruht auf der Analyse folgender Plattformen:

Tabelle 1: Analyierte Plattformen

Plattform	Dienstleistung
Fiverr	Diverse digitale Dienstleistungen wie Texterstellung, Graphikdesign, Programmierung, Übersetzung u.a.
Upwork	Diverse digitale Dienstleistungen wie Texterstellung, Graphikdesign, Softwareentwicklung, Datenanalyse u.a.
Jovoto	Vorrangig Leistungen aus dem Kreativbereich wie Graphikdesign, Kunst, Texterstellung
Content.de	Texterstellung
Innocentive	Unternehmenslösungen
Topcoder	Softwareentwicklung, Datenanalyse
99designs	Graphikdesign

Geschlechterdarstellungen auf Crowworking-Plattformen

Crowworking ist keine geschlechtsneutrale Arbeitsform. Neben ungleicher Bezahlung und Verteilung der Aufgaben tritt eine weitere Ausprägung von Ungleichheit durch die diskursive Darstellung von Crowworkenden zutage, die von den Plattformen selbst hergestellt wird. Dies zeigt sich besonders in dem Bruch der Figur des „disembodied worker doing the abstract job“ (Acker 1990: 149), der in Narrativen der Digitalisierung zu einem wesentlichen Bestandteil der Inszenierung des Crowworking wird. Doch dies hat durch die diskursive Herstellung von Geschlecht in Form von Texten, Bildern und Videos keinen Bestand. Hier werden die Crowworkenden beziehungsweise deren Idealdarstellungen durch die Plattformen sehr wohl zu körperlichen Figuren, deren Geschlecht nicht nur sichtbar und aus der anonymen Masse gelöst erscheint. Das Geschlecht der Crowworkenden wird darüber hinaus auch noch mit Bedeutung aufgeladen, die die Strukturen geschlechtsdifferenzierender Ungleichheit legitimiert.

Auch wenn Geschlecht nicht immer die augenscheinlichste und expliziteste Kategorie ist, die auf Plattformen hervorgebracht wird, sollen latente Darbietungen im Folgenden offengelegt werden. Anhand dreier Dimensionen wird erörtert, auf welche Art und Weise Crowworking-Plattformen zur Herstellung

von Geschlechterungleichheiten beitragen: Zunächst wird ausgeführt, wie Plattformen mitunter an einem Ideal der geschlechtlichen Neutralität, die durch Technologie bedingt ist, festhalten und Diversität verklären. Schwerpunkt der Analyse soll darauf folgend auf der Darstellung dessen liegen, wie Plattformen durch die geschlechtliche Aufladung von Work-Life-Balance, Wettbewerb und Gamification strukturelle Ungleichheiten perpetuieren und stereotype Vorstellungen von vergeschlechtlichten Fähigkeiten reproduzieren.

Verherrlichung von Neutralität und Diversität

Der „Rationalitätsmythos der Digitalisierung“ (Büchner 2018: 336) und damit zusammenhängend die Figur des „disembodied worker“ (Acker 1990: 149) werden auch durch Crowdfunding-Plattformen zementiert. Entsprechend der Selbstdarstellung einiger Plattformen spielen klassische Ungleichheitskategorien keine Rolle: allein der oder die mit der besten Leistung erhält den Auftrag. Insbesondere dem vermeintlich meritokratischen Potenzial, das durch die Anonymität und implizit auch Körperlosigkeit der Crowd gewährleistet sein soll, wird dabei großer Wert beigemessen. So warb im Jahr 2019 zum Beispiel die Softwareentwicklungs-Plattform Topcoder: „Topcoder gives you daily opportunities to work on interesting projects, prove your skills, earn money, and learn new technologies – no matter your age, gender, location, skill level, education, or experience“ (Topcoder 2019).

Im Crowdfunding erfolgt die Vergabe von Jobs häufig entsprechend einer Wettbewerbslogik, weshalb hier grundlegende Ungleichheitskategorien an Bedeutung verlieren sollen. Dieses Narrativ wird auch durch die Größe der Crowd begründet: Da jede angemeldete Crowdfunder*in eine potenzielle Arbeitskraft darstellt, werden Konkurrenz und Wettbewerbsstreben so sehr potenziert, dass sich letzten Endes allein die Besten durchsetzen sollen. Die „anonyme Masse“ (Hensel/Koch/Kocher/Schwarz 2018: 163) der Crowdfunder*innen ist prinzipiell unendlich groß und den Darstellungen zufolge auch gänzlich ortsunabhängig, weshalb Auftraggebende von dem breiten Pool einer diversen Crowd profitieren können. Diese potenzielle Diversität, die durch rein digitale Arbeit möglich gemacht werden soll, wird häufig als Nutzen für die Auftraggebenden hervorgehoben: Eine vielfältige Crowd soll den Kund*innen optimal dabei helfen, die geeignetste Leistung zu erhalten. So wirbt beispielsweise die Plattform InnoCentive explizit mit dem Werbeslogan „Diverse Perspectives and Effective Problem Solving“ (InnoCentive 2021). Dadurch werden jedoch auch stereotypische Idealisierungen von Diversität reproduziert.

Das Narrativ setzt dabei auf die Idee eines unternehmerischen Mehrwerts durch diverse und möglichst heterogene Teams und Crowdfunder*innen. Die abstrakte Diversität der Crowd wird dabei in teils klischeehaften Bildern illustriert: So können bunte Farben und die stereotypische Abbildung von Crowdfunder*innen verschiedener Professionen und ethnischer oder sexueller Zugehörigkeiten den Eindruck von kreativer Vielfalt und grenzenlosem Talent vermitteln.

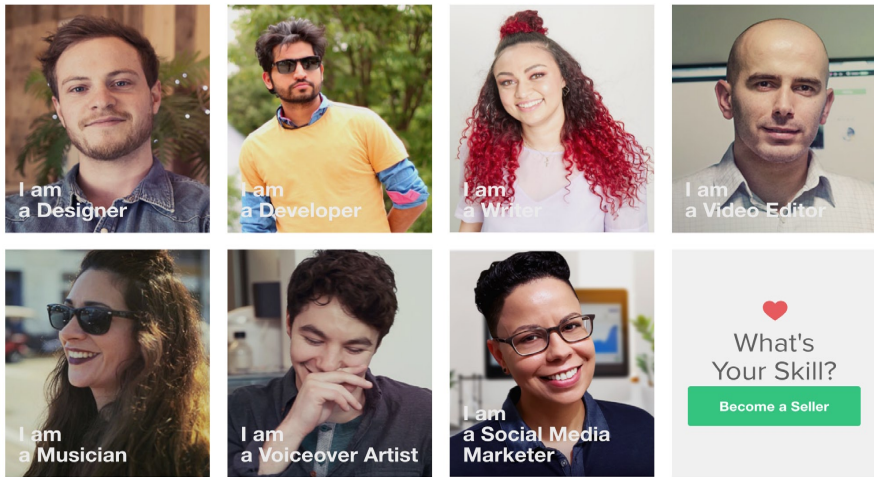


Abb. 1: Eigener Screenshot, Quelle: Fiverr (2021)



Abb. 2: Eigener Screenshot, Quelle: Youtube (2018)

Strukturelle Ungleichheitskategorien werden durch die Plattformen also nicht mehr mit Diskriminierung in Verbindung gebracht, sondern mit Wettbewerbsvorteilen, die mit einer breiteren Wissens- und dadurch Leistungsbasis der Crowd begründet wird.

*Geschlechtliche Aufladung der Selbstdarstellung von Crowdfunding:
Work-Life-Balance*

Die Plattformen stellen konstitutive Elemente des Crowdfunding in das Zentrum ihrer Selbstdarstellung, wobei diese in vielen Fällen geschlechtlich aufgeladen ist. Ein Diskursstrang, der die Selbstdarstellung der Plattformen durchzieht, ist die Möglichkeit der Vereinbarkeit von Crowdfunding mit privater Sorgearbeit.

Zweifelloos ist Vereinbarkeit von Erwerbsarbeit und privaten Tätigkeiten keine geschlechtsneutrale Thematik. Durch die historisch, kulturell und sozial etablierte und stabilisierte Norm der weiblichen Sorgearbeiterin ist die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zunächst ein Leitbild, das zumeist Frauen verfolgen (müssen). Obschon sich gesellschaftliche Diskurse und Normen bezüglich der Fürsorge – gerade für Kinder – hin zu einer größeren Akzeptanz und sogar umfassenderen Erwartungen gegenüber Vätern verschieben (Unterhofer/Welteke/Wrohlich 2017), zeigen Studien, dass das Gros der unbezahlten Sorgearbeit noch immer von Frauen geleistet wird (Statistisches Bundesamt 2019). Wenn von Vereinbarkeit gesprochen wird, sind also gemeinhin rein quantitativ vorrangig Frauen adressiert. Jedoch wird auf Crowdfunding-Plattformen das Idealbild einer tadellosen ‚work life balance‘, die durch Crowdfunding möglich ist, auch aus männlicher Perspektive verherrlicht, wenn auch auf andere Art und Weise. Eine Reihe von Videos, in denen sich Crowdfunder von Upwork, einer populären Plattform für komplexes Crowdfunding, vorstellen, veranschaulicht dies: Die Videoreihe enthält kurze Filme, in denen jeweils ein Fall von erfolgreicher Arbeit, vermittelt über Upwork, aus der Perspektive der Crowdfunder vorgestellt wird. In einigen dieser Fallbeispiele steht thematisch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Vordergrund.



Abb. 3: Zusammenstellung eigener Screenshots, Quelle: Upwork (2020)

Upwork gilt hierbei vor allem aufgrund der Möglichkeit des komplexen Crowdfunding als Mittel, um Einkommen zu erhalten ohne familiäre Pflichten zu vernachlässigen. Eine Crowdworkerin berichtet beispielsweise von der Chance, regelmäßiger Erwerbsarbeit nachgehen zu können, obwohl ihr Mann bei der Marineinfanterie tätig ist und die Familie daher häufig den Wohnort wechseln muss:

One of the biggest draws to working with Upwork is the fact that I can take it with me wherever my husband goes and he'd go anywhere worldwide. [...] My priority is my family and my passion is my career. Upwork is helping me balance that. [...] If I didn't have Upwork, I don't know that I would be working. Because it would put my kids in daycare, which is not what I want. It would take time away for my family which is not what I want. [...] I upwork because it allows me to do what I love and balance home life and work life. (Upwork 2020)

Neben der starken Betonung des Familienwohls, das hier vor allem von mütterlicher Fürsorge abhängt, ist das Bild des männlichen Familienernährers, der nicht nur den Wohnort der Familie, sondern gewissermaßen auch den Beruf seiner Ehefrau bestimmt, ein wesentlicher Bestandteil des Films. Die Flexibilität der Arbeit wird als das wichtigste Kriterium für die Berufswahl von Frauen dargestellt. Obschon die Crowdworker*innen in den Videos vergleichsweise gut ausgebildet sind, ordnen sie ihre beruflichen Ambitionen denen des Partners beziehungsweise dessen Wohnort unter.

Das Bild von Frauen als klassische Dazuverdiener*innen dominiert die Darstellung von Müttern auf Crowdfunding-Plattformen. So finden sich ähnliche Narrative auf content.de, einer auf Texterstellung spezialisierte Crowdfunding-Plattform:

Den Weg ins Büro gespart! Ich bin Mutter von drei Kindern – mit Handwerksausbildung und sehr gutem Fachhochschulabschluss. Als Autorin auf der Texterplattform content.de erarbeite ich mir einen schönen Nebenverdienst für die Familie. [...] Der Nebenjob von zu Hause ist so flexibel, dass meine Kinder jederzeit auf mich zählen können! Arbeiten zu Hause bereitet mir in diesem Umfeld Freude. (content.de 2021)

Trotz „sehr gutem Fachhochschulabschluss“ hebt die Crowdworkerin den „schönen Nebenverdienst“ in einem fachlich fremden Bereich hervor. Dies kann als Hinweis darauf interpretiert werden, wie sehr die Vorstellung von Müttern als Zuverdiener*innen mittels Crowdfunding-Plattformen, die eigentlich moderne und progressive Arbeitsformen repräsentieren wollen, reproduziert wird. Diese Narrative von Frauen, die zugunsten ihrer Familie nicht nur ihre Arbeitszeit (und damit einhergehend zahlreiche Möglichkeiten der professionellen Weiterentwicklung) anpassen, sondern sogar den Inhalt ihrer Arbeit, normalisieren gesellschaftliche Vorstellungen, die typische Frauenkarrieren als zweitklassig erachten.

*Geschlechtliche Aufladung der Selbstdarstellung von Crowdfunding:
Wettbewerb und Gamification*

Die bildliche und sprachliche Darstellung von Tätigkeiten, die auf Plattformen vermittelt werden, umfasst zahlreiche geschlechtsstereotype Zuordnungen von Arbeit. So werden auf Crowdfunding-Plattformen komplexe und gut vergütete Tätigkeiten oft als männliche Aufgabenfelder abgebildet. Dieser Eindruck entsteht besonders durch Diskursstränge solcher Plattformen, die sich auf die Vermittlung von hochspezialisierten Fähigkeiten konzentrieren.

Ein Beispiel stellt die Plattform InnoCentive dar, die Organisationen Lösungen von wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und technischen Problemen durch die Crowd verspricht. Die Webseite ist geprägt vom Narrativ des hoch spezialisierten, kompetitiven und anspruchsvollen Crowdfunders, dem sogenannten „solver“. Frauen kommen auf der Plattform kaum vor. Der dominante Diskursstrang, der auf der Webseite von InnoCentive vorzufinden ist, bezieht sich auf die vergleichsweise hohe Bildung und Qualifikation aller Beteiligten. Die Übersetzung der Probleme der Auftraggebenden, den *seekers*, in *challenges* wird von *PhD-educated challenge experts* vollzogen, wie es im Einführungsvideo auf der Plattform heißt. So wird selbst die grundlegende Funktion der Plattformen, Tätigkeiten in Teilaufgaben aufzugliedern, zu einer hoch komplexen Aufgabe stilisiert. Dies wird unterstrichen von der Bezeichnung der Crowd als „creative and smart minds“ (InnoCentive 2021).

Indem die Crowdfunder als männlich dargestellt werden, wird die Verbindung zwischen Männlichkeit und Technologie beziehungsweise komplexen Arbeiten gefestigt. Diese Annahme eines vermeintlichen Zusammenhangs von Männlichkeit und Technologie und die als rational erachtete Arbeit an und mit Computern gilt als etablierte Prämisse der geschlechtssensiblen Technikforschung (Wajcman 1994).

Auf eine ähnliche Art und Weise werden stereotypisch vergeschlechtlichte Fähigkeiten auf der Plattform Topcoder illustriert. Auch hier werden die vermittelten Jobs als „challenges“ betitelt; Leidenschaft für Wettkampf und Konkurrenz gilt als wichtige Eigenschaft von Crowdfundern. So berichtet ein User von seiner Motivation, für Topcoder tätig zu sein: „I am kind of person who likes to compete. Topcoder gives me this opportunity and also I can win big prizes“ (Topcoder 2019). Der ideale Topcoder-Crowdfunder ist ehrgeizig, ambitioniert, wetteifernd und vorwiegend männlich. Fotos und Videos auf der Homepage beinhalten größtenteils eine ethnisch zwar diverse, jedoch geschlechtshomogene Gruppe.

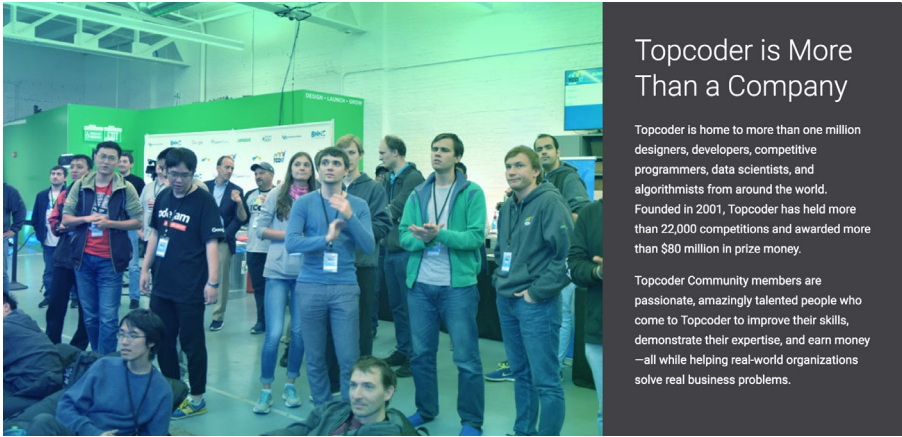


Abb. 4: Eigener Screenshot, Quelle: Topcoder (2019)

Die Männer auf den Bildern und in den Videos tragen häufig legere Kleidung und spiegeln das Stereotyp des Kapuzenpullover tragenden Nerds wider. Die Darstellung der ‚Community‘, die nur bedingt an Gewinn, sondern eher am Lernen und dem Wettbewerb interessiert ist, untermauert diese vergeschlechtlichten Rollenvorstellungen. So wird auch der für Crowdfunding typische Aspekt der Gamification (Gerber/Krzywdzinski 2017) geschlechtlich aufgeladen: Die männlichen Crowdfundern arbeiten für ihre Neugier und für den spielerischen Wettkampf. Im Gegensatz zu den oben angeführten Darstellungen von Frauen steht hier weniger die (finanzielle) Unterstützung der Familie im Vordergrund, sondern vielmehr die individuelle Selbstverwirklichung und der Drang nach geistiger Produktionsarbeit und Fortschritt. Damit wird erneut an historisch etablierte Dichotomisierungen zwischen einerseits Männlichkeit und damit einhergehenden Themenfeldern wie Geist, Produktion, Kultur und Technik und andererseits Weiblichkeit und damit verbunden Körper, Reproduktionsarbeit und Natur (vgl. Bargetz 2016: 75f.) angeknüpft.

Diskussion

Die Darstellung von Geschlecht auf Crowdfunding-Plattformen ist keineswegs neutral, sondern folgt mitunter traditionellen, sozial und kulturell etablierten Vorstellungen von Männern und Frauen. Das durch Narrative der Digitalisierung forcierte Ideal einer neutralen und körperlosen Arbeitskraft findet sich mitnichten in der diskursiven Darstellung von Geschlecht auf Crowdfunding-Plattformen wieder. Vielmehr bedienen sich Plattformen teilweise klassischer Geschlechterstereotype wie dem wettbewerbsorientierten, risikoaffinen Mann und der fürsorglichen Frau, die nur wenig arbeiten möchte, um mehr Zeit mit ihrer Familie zu verbringen. Das Bild der weiblichen Zuverdienerin wird weiter zementiert.

Auf Crowdfunding-Plattformen wird an historisch und sozial stabilisierten Diskursen über Technologien und deren vermeintliche Neutralität und Rationalität festgehalten. Diese gründen auf dem über Jahrhunderte gewachsenen „liberale[n] Trennungsdispositiv“ (Sauer 2001: 5), das auf Annahmen einer strikten Dichotomisierung von Sphären wie Männlichkeit/Weiblichkeit und damit verbunden Rationalität/Emotionalität, Technik/Kultur und Moderne/Tradition beruht. Neben diesen klassischen Reproduktionen von binären Geschlechterordnungen, die sich entlang der Polarisierungen dieses Trennungsdispositivs bewegen, finden auch gegenwärtige Diskurse von Diversität und technikbedingter Meritokratie ihren Ausdruck in den diskursiven Darstellungen jener Plattformen. So werden beispielsweise Diversitätsmerkmale der Crowd besonders stereotyp und prägnant in Szene gesetzt; sie werden mit größerem Talent und mehr Leistung verbunden und sollen dadurch Wettbewerbsvorteile stärken.

Darüber hinaus werden Schwachstellen von Plattformen über die Darstellung spezifischer Geschlechtsideale diskursiv legitimiert. Gerade prekäre und auch umfangreich kritisierte Crowdfunding-Tätigkeiten werden idealisiert dargestellt. So wird nicht nur die vielfach öffentlich formulierte Kritik, durch Crowdfunding könne kaum mehr als ein Nebenverdienst erwirtschaftet werden, dadurch entkräftet, dass dies als Vereinbarkeits-Lösung für Frauen verherrlicht wird. Auch nicht-vergütete Arbeit, die aufgrund der Wettbewerbslogik mancher Plattformen die Regel darstellt, erfährt durch die Romantisierung von Wettbewerb und männlicher Gamification Akzeptanz.

Anschließend an gegenwärtige Debatten der feministischen Organisationsforschung (Riegraf 2019) können Plattformen ähnlich wie Organisationen nicht als grundsätzlich geschlechtsneutral oder vergeschlechtlicht angesehen werden. Vielmehr müssen kontextspezifische Umstände in den Blick genommen werden, in denen Geschlecht bedeutsam und an bestehende Hierarchien angepasst wird (vgl. ebd.: 1300). Dass dies nicht immer geradlinig und eindeutig verläuft, zeigt der Umstand, dass auf manchen Plattformen mit Männlichkeit verbundene, komplexe Arbeiten zwar einerseits besser vergütet werden, andererseits der Großteil der Crowdfundern entsprechend dieser Wettbewerbslogik aber völlig umsonst arbeitet. Allerdings wird hier der unbezahlten Arbeit, die in traditionellen Geschlechterverhältnissen eigentlich eher mit Weiblichkeit konnotiert wird, als spielerischer und kompetitiver Wettbewerb eine höhere Wertigkeit beigemessen.

Wenn Plattformen beispielsweise durch die scheinbar natürliche Verbindung von komplexen Aufgaben und Männlichkeit einerseits sowie Teilzeittätigkeit und Weiblichkeit andererseits tiefliegende Asymmetrien perpetuieren, stellt sich für weitergehende Forschung die Frage, inwiefern dies mit der Arbeitswirklichkeit von Crowdfundern zusammenhängt. Denn die oben angeführten Grundannahmen über die Potenziale der Digitalisierung zur Reduktion von Geschlechterungleichheiten werden durch die diskursive Reproduktion von stereotypen Bildern und Fähigkeiten in der Arbeitswelt vielmehr in ihr Gegenteil verkehrt. Durch die Bedeutsamkeit von Technik(-wissen) und deren Verbindung mit Männlichkeit zeigen sich vielmehr neue Risiken der Stabilisierung und Ver-

stärkung von Ungleichheiten und ihrer strukturellen Allgegenwärtigkeit. Und so ist auch eine gänzlich digitale Arbeitswelt keineswegs gefeit vor geschlechtsdifferenzierenden Ungleichheiten.

Korrespondenzadresse

elgen.sauerborn@uni-hamburg.de

Anmerkungen

- 1 Das vorliegende Papier entstand im Rahmen eines interdisziplinären Forschungsprojekts an der Europa-Universität Viadrina Frankfurt/Oder. Das Projekt „Koordination selbstständiger Unselbstständigkeit: Erwerbsarbeit jenseits der Organisation im Internetzeitalter“ lief von 2015-2020 und wurde gefördert von der Fritz-Thyssen-Stiftung.
- 2 Dass die oftmals verherrlichte Ortsunabhängigkeit von Crowdfunding eher als ein Mythos zu bezeichnen ist, habe ich bereits an anderer Stelle gezeigt (Sauerborn 2019).

Literatur

- Acker, Joan (1990): Hierarchies, Jobs, Bodies. A Theory of Gendered Organizations. In: *Gender & Society* 4, 2, S. 139-158. <https://doi.org/10.1177/089124390004002002>.
- Adams-Prassl, Abi/Berg, Janine (2017): When home affects pay: An analysis of the gender pay gap among crowdworkers. In: *SSRN Electronic Journal*, S. 1-22. <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3048711> (Zugriff: 24.03.2021). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3048711>.
- Al-Ani, Ayad/Stumpp, Stefan (2015): Motivation und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen. Ergebnisse einer Umfrage unter Kreativ- und IT-Crowdworkern. *HIIG Discussion Paper Series*, 2015, 5, S. 1-45. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2699065>.
- Balsamo, Anne (2014): *Designing culture. The technological imagination at work*. Durham: Duke University Press.
- Bargetz, Brigitte (2016): *Ambivalenzen des Alltags. Neuorientierungen für eine Theorie des Politischen*. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839425398>.
- Barzilay, Arianne R./Ben-David, Anat (2017): Platform Inequality: Gender in the Gig-Economy. In: *Seton Hall Law Review* 47, 2, S. 393-431. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2995906>.
- Berg, Janine (2016): *Income security in the on-demand economy: Findings and policy lessons from a survey of crowdworkers*. Geneva: ILO.
- Bublitz, Hannelore (2019): Diskurstheorie: zur kulturellen Konstruktion der Kategorie Geschlecht. In: Kortendieck, B./Riegraf, B./Sabisch, K. (Hrsg.): *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 369-377. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12496-0_29.

- Büchner, Stefanie (2018): Zum Verhältnis von Digitalisierung und Organisation. In: *Zeitschrift für Soziologie* 47, 5, S. 332-348. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-2018-0121>.
- Carstensen, Tanja (2008): Verändern virtuelle Welten die alten Genderstereotypen? Thesen aus dem Vortrag auf dem Symposium „Ingenieurkultur und Geschlechterrollen“ an der FH Kiel am 20. November 2008. <http://www.fh-kiel.de/fileadmin/data/technologietransfer/institut_frauenforschung/Tagungen/3Carstensen.pdf> (Zugriff: 24.03.2021). Content.de (2021), abrufbar unter: <<https://www.content.de/nebenjob-zuhause>> (Zugriff: 14.01.2021).
- Drüeke, Ricarda (2019): Digitale Medien: affirmative Geschlechterordnungen und feministische Interventionen. In: Kortendieck, B./Riegraf, B./Sabisch, K. (Hrsg.): *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 1377-1384. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12496-0_82.
- Dubey, Alpana/Abhinav, Kumar/Hamilton, Mary/Kass, Alex (2017): Analyzing gender pay gap in freelancing marketplace. In: Beimborn, D./Sharma, R./Srivastava, S. C. (Hrsg.): *Proceedings of the 2017 ACM SIGMIS conference on computers and people research*. New York: Association for Computing Machinery, S. 13-19. <https://doi.org/10.1145/3084381.3084402>.
- Gerber, Christine/Krzywdzinski, Martin (2017): Schöne neue Arbeitswelt? Durch Crowdfunding werden Aufgaben global verteilt. In: *WZB Mitteilungen*, Heft 155, S. 6-9.
- Greef, Samuel/Schroeder, Wolfgang (2017): *Plattformökonomie und Crowdfunding: eine Analyse der Strategien und Positionen zentraler Akteure*. Berlin: Bundesministerium für Arbeit und Soziales.
- Fiverr (2021), abrufbar unter: <https://www.fiverr.com/start_selling> (Zugriff: 14.01.2021).
- Foong, Eureka/Vincent, Nicholas/Hecht, Brent/Gerber, Elizabeth M. (2018): Women (Still) Ask For Less: Gender Differences in Hourly Rate in Online Labor Marketplace. In: *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction-CSCW* 2, 53, S. 1-19. <https://doi.org/10.1145/3274322>.
- Hensel, Isabell/Koch, Jochen/Kocher, Eva/Schwarz, Anna (2016): Crowdfunding als Phänomen der Koordination digitaler Erwerbsarbeit – Eine interdisziplinäre Perspektive. In: *Industrielle Beziehungen* 23, 2, S. 162-186.
- Howcroft, Debra/Bergvall-Kåreborn, Birgitta (2019): A Typology of Crowdfund Platforms. In: *Work, Employment and Society*, 33, 1, S. 21-38. <https://doi.org/10.1177/0950017018760136>.
- Hunt, Abigail/Samman, Emma (2019): Gender and the gig economy. Critical steps for evidence-based policy. ODI Working paper 546, S. 1-44.
- InnoCentive (2021), abrufbar unter: <<https://www.innocentive.com/offering-overview/>> (Zugriff: 14.01.2021).
- Kepler, Angela/Peltzer, Anja (2018): Film- und Fernsehanalyse. In: Akremi, L./Baur, N./Knoblauch H./Traue, B. (Hrsg.): *Handbuch Interpretativ forschen*. Weinheim, Basel: Beltz Juventa, S. 741-774.
- Kocher, Eva (2019): Crowdfunding: Ein neuer Typus von Beschäftigungsverhältnissen? Eine Rekonstruktion der Grenzen des Arbeitsrechts zwischen Markt und Organisation. In: Hensel, I./Schönefeld, D./Kocher, E./Schwarz, A./Koch, J. (Hrsg.): *Selbstständige Unselbstständigkeit. Crowdfunding zwischen Autonomie und Kontrolle*. Baden-Baden: nomos, S. 175-215. <https://doi.org/10.5771/9783845293356-173>.
- Kutzner, Edelgard (2017): *Arbeit und Geschlecht. Die Geschlechterperspektive in der Auseinandersetzung mit Arbeit – aktuelle Fragen und Herausforderungen*. Working Paper Forschungs-

- förderung. Düsseldorf: Hans Böckler Stiftung.
- Kutzner, Edelgard (2018): Digitalisierung von Arbeit als „Baustelle“ einer geschlechterbezogenen Arbeitsforschung. Transformationsprozesse in der Büroarbeit. In: *Arbeits- und Industriesoziologische Studien* 11, 2, S. 211-228.
- Kutzner, Edelgard/Schnier, Victoria (2017): Geschlechterverhältnisse in Digitalisierungsprozessen von Arbeit. Konzeptionelle Überlegungen und empirische Fragestellungen. In: *Arbeit* 26, 1, S. 137-157. <https://doi.org/10.1515/arbeit-2017-0007>.
- Leimeister, Jan M./Durward, David/Zogaj, Shkodran (2016): Crowdworker in Deutschland: Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen. Hans-Böckler-Stiftung, Reihe 323.
- Meier, Stefan (2017): Onlinediskurs-Analyse. In: Mikos, L./Wegener, C. (Hrsg.): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. 2. Auflage. Konstanz: UVK, S. 484-493.
- Oliveira, Deborah (2017): Gender und Digitalisierung. Wie Technik allein die Geschlechterfrage nicht lösen wird. Working Paper Forschungsförderung. Düsseldorf: Hans Böckler Stiftung.
- Pongratz, Hans J./Bormann, Sarah (2017): Online-Arbeit auf Internet-Plattformen. Empirische Befunde zum ‚Crowdworking‘ in Deutschland. In: *Arbeits- und Industriesoziologische Studien* 10, 2, S. 158-181.
- Reichertz, Jo/Engler, Carina Jasmin (2011): Einführung in die qualitative Videoanalyse. Eine hermeneutisch-wissenssoziologische Fallanalyse. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92053-5_6.
- Riegraf, Birgit (2019): Organisation und Geschlecht: wie Geschlechterasymmetrien (re)produziert und erklärt werden. In: Kortendieck, B./Riegraf, B./Sabisch, K. (Hrsg.): *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 1299-1308. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12496-0_88.
- Sauer, Birgit (2001): Öffentlichkeit und Privatheit revisited. Grenzziehungen im Neoliberalismus und die Konsequenzen von Geschlechterpolitik. In: *Kurswechsel* 4, S. 5-11
- Sauerborn, Elgen (2019): Digitale Arbeits- und Organisationsräume. Räumliche Dimensionen digitaler Arbeit am Beispiel Crowdworking. In: *Arbeit* 28, 3, S. 241-262. <https://doi.org/10.1515/arbeit-2019-0016>.
- Schönefeld, Daniel/Hensel, Isabell (2019): Autonomie und Kontrolle – Crowdworking „im Dazwischen“. Einführung in den Sammelband. In: Hensel, I./Schönefeld, D./Kocher, E./Schwarz, A./Koch, J. (Hrsg.): *Selbstständige Unselbstständigkeit. Crowdworking zwischen Autonomie und Kontrolle*. Baden-Baden: nomos, S. 11-39. <https://doi.org/10.5771/9783845293356-9>.
- Schönefeld, Daniel/Hensel, Isabell/Koch, Jochen/Kocher, Eva/Schwarz, Anna (2017): Jobs für die Crowd. In: Koch, J./Kocher, E./Weber, K. (Hrsg.): *Arbeit | Grenze | Fluss – Work in Progress interdisziplinärer Arbeitsforschung*. Frankfurt (Oder): Europa-Universität Viadrina, S. 3-21.
- Schünzel, Anja/Traue, Boris (2019): Websites. In: Baur, N./Blasius, J. (Hrsg.): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 1001-1013. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_71.
- Statistisches Bundesamt (2019): Beendete Leistungsbezüge für Geburtszeiträume – Länder, Geburten, Väterbeteiligung am Elterngeld. <<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Soziales/Elterngeld/Tabellen/zeitreihe-elterngeld.html>> (Zugriff: 24.03.2021).
- Topcoder (2019), abrufbar unter: <<https://www.topcoder.com/about/community>> (Zugriff: 15.08.2019).
- Traue, Boris/Pfahl, Lisa/Schürmann, Lena (2019): Diskursanalyse. In: Baur,

- N./Blasius, J. (Hrsg.): Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS, S. 565-583. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_38.
- Unterhofer, Ulrike/Welteke, Clara/Wrohlich, Katharina (2017): Elterngeld hat soziale Normen verändert. In: DIW Wochenbericht 2017, 34, S. 659-668.
- Upwork (2020), abrufbar unter: <<https://www.upwork.com/ppc/video-portal/#freelancers>> (Zugriff: 09.04.2020).
- Wajcman, Judy (1994): Technik und Geschlecht. Die feministische Technikdebatte. Frankfurt/M./New York: Campus.
- Youtube (2018), abrufbar unter: <<https://www.youtube.com/watch?v=1RclRxE9GY4>> (Zugriff: 07.05.2019).