



Die Arbeitswelt ist ständig im Wandel, beeinflusst durch strukturelle Veränderungen, Technologieeinsatz, Migration und politische Entscheidungen. Aktuell sind die demografischen Bedingungen in Österreich eine Herausforderung, da die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter erstmals seit vielen Jahren schrumpft. Gleichzeitig beschleunigen disruptive Ereignisse wie COVID-19 den Technologieeinsatz. Dieser eröffnet neue Geschäftsmodelle und Arbeitsformen, wie Plattformarbeit, die über digitale Plattformen vermittelt wird. Bis vor Kurzem war jedoch noch wenig über die Nutzung von Plattformarbeit auf Unternehmensebene in Österreich bekannt. Ein Forschungsprojekt des WIFO hat nun erstmals Daten aus Unternehmenssicht erhoben. Der Beitrag gibt einen Überblick über die Nutzung von Plattformarbeit in Österreich und untersucht, ob Unternehmen davon profitieren bzw. sucht nach möglichen Hindernisgründen.

The world of work is constantly changing due to structural shifts, technological advances, migration and political decisions. Demographic conditions in Austria currently present a challenge, as the working-age population is shrinking for the first time in many years. At the same time, disruptive events such as the pandemic are accelerating the adoption of technology. This is giving rise to new business models and ways of working, such as platform work, which is carried out via digital platforms. Until recently, however, little was known about the use of platform work within companies in Austria. A WIFO research project has now collected company-level data on this topic for the first time. This article provides an overview of platform work usage in Austria, examining whether companies benefit from it and identifying possible obstacles.

E-Book Einzelbeitrag  
 von: Julia Bock-Schappelwein, Susanne Bärenthaler-Sieber,  
 Sandra Bilek-Steindl, Michael Peneder

## Transformation hin zu neuen Arbeitsmodellen am Beispiel der Plattformarbeit

Ergebnisse für Österreich aus Unternehmenssicht

aus: Berufsbildung in Zeiten des Mangels (9783763978373)  
 Erscheinungsjahr: 2025  
 Seiten: 283 - 297  
 DOI: 10.3278/178373W021

Schlagworte: Plattformarbeit; Platform work  
 Zitiervorschlag: *Bock-Schappelwein, J.; Bärenthaler-Sieber, S.; Bilek-Steidl, S. & Peneder, M. (2025). Transformation hin zu neuen Arbeitsmodellen am Beispiel der Plattformarbeit:*

*Ergebnisse für Österreich aus Unternehmenssicht. In: Gössling, B.; Heimrichs, K.; Bock-Schappelwein, J. & Barabasch, A. (Hg). Berufsbildung in Zeiten des Mangels: Konferenzband zur 9. Berufsbildungsforschungskonferenz (BBFK) (1. Aufl.). Bielefeld: wbv Publikation. <https://doi.org/10.3278/178373W021>*

# Transformation hin zu neuen Arbeitsmodellen am Beispiel der Plattformarbeit: Ergebnisse für Österreich aus Unternehmenssicht

JULIA BOCK-SCHAPPELWEIN, SUSANNE BÄRENTHALER-SIEBER, SANDRA BILEK-STEINDL & MICHAEL PENEDER<sup>1</sup>

## Abstract

Die Arbeitswelt ist ständig im Wandel, beeinflusst durch strukturelle Veränderungen, Technologieeinsatz, Migration und politische Entscheidungen. Aktuell sind die demografischen Bedingungen in Österreich eine Herausforderung, da die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter erstmals seit vielen Jahren schrumpft. Gleichzeitig beschleunigen disruptive Ereignisse wie COVID-19 den Technologieeinsatz. Dieser eröffnet neue Geschäftsmodelle und Arbeitsformen, wie Plattformarbeit, die über digitale Plattformen vermittelt wird. Bis vor Kurzem war jedoch noch wenig über die Nutzung von Plattformarbeit auf Unternehmensebene in Österreich bekannt. Ein Forschungsprojekt des WIFO hat nun erstmals Daten aus Unternehmenssicht erhoben. Der Beitrag gibt einen Überblick über die Nutzung von Plattformarbeit in Österreich und untersucht, ob Unternehmen davon profitieren bzw. sucht nach möglichen Hindernisgründen.

**Schlagwort:** Plattformarbeit

The world of work is constantly changing due to structural shifts, technological advances, migration and political decisions. Demographic conditions in Austria currently present a challenge, as the working-age population is shrinking for the first time in many years. At the same time, disruptive events such as the pandemic are accelerating the adoption of technology. This is giving rise to new business models and ways of working, such as platform work, which is carried out via digital platforms. Until recently, however, little was known about the use of platform work within companies in Austria. A WIFO research project has now collected company-level data on this topic for the first time. This article provides an overview of platform work usage in Austria, examining whether companies benefit from it and identifying possible obstacles.

**Keyword:** Platform work

---

<sup>1</sup> Der Beitrag wurde im Rahmen des Forschungsprojekts „Business Use of Digital Platforms – Scope, Value and Impact on Austrian Firms“ vom Jubiläumsfonds der Oesterreichischen Nationalbank (Projektnummer 18297) finanziert.

# 1 Einleitung

Die Arbeitswelt hat sich schon immer im Wandel befunden. Daher sind Veränderungsprozesse auch nichts Ungewöhnliches. Es gab stets Veränderungen in der Zusammensetzung der Beschäftigung, die durch strukturellen Wandel, Technologieeinsatz, internationale Migrationsbewegungen, Politikentscheidungen (z. B. Änderung des Pensionsantrittsalters), Aufbrechen traditioneller Familienstrukturen und der Höherqualifizierung der Arbeitskräfte, insbesondere von Frauen, begründet waren. Dazu kommen der Klimawandel und damit verbunden die Ökologisierung und Nachhaltigkeit sowie (De-)Globalisierung, der Wertewandel und die zunehmende Vernetzung, die gleichfalls auf die Beschäftigung einwirken, weil einerseits Beschäftigungsbereiche wegbrechen, andere an Bedeutung gewinnen oder sogar neue Beschäftigungsfelder entstehen (Lessenich/Weissenberger-Eibl/Holtmann 2020, S. 6).

Dennoch ist die gegenwärtige Situation aus zweierlei Hinsicht besonders: erstens, weil sich die demografischen Rahmenbedingungen am österreichischen Arbeitsmarkt erstmalig seit vielen Jahren verschlechtern, und zweitens, weil sich der Wandel in der Arbeitswelt mit enormer Geschwindigkeit vollzieht. Mit Blick auf die demografischen Rahmenbedingungen dürfte in den nächsten Jahren die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter zwischen 15 und 64 Jahren in Österreich erstmalig seit 50 Jahren schrumpfen, und zwar besonders ausgeprägt in der zweiten Hälfte der 2020er-Jahre. Dafür ausschlaggebend sind die stark besetzten Geburtsjahrgänge der 1960er-Jahre, die in diesen Jahren aus dem Arbeitsmarkt ausscheiden werden. Die nachrückenden bzw. neu eintretenden Kohorten sind allerdings viel zu schwach besetzt, um diese Abgänge auszugleichen, weshalb das vorhandene Arbeitskräftepotenzial stärker als in der Vergangenheit auszuschöpfen ist (Bock-Schappelwein/Egger 2023, S. 38).

Die Arbeitswelt war bereits vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie und der Eskalation des Krieges in der Ukraine mit dem Einsatz digitaler Technologien einem sehr rasanten Wandel unterworfen, was durch die beiden kurz aufeinanderfolgenden disruptiven Ereignisse zusätzlich verstärkt wurde und sich durch den Einsatz künstlicher Intelligenz weiter beschleunigen wird, wie auch von Bick/Blandin/Deming (2024, S. 2) am Beispiel der Adoptionsrate, das heißt der Nutzung von Technologien, aufgezeigt wird. Sie untermauern sehr eindrucksvoll die immer schneller werdende Geschwindigkeit, mit der sich Technologien verbreiten. Ihnen zufolge dauerte es bei der Einführung von PCs noch drei Jahre, bis sich die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer auf 20 % belief. Beim Internet wurden diese 20 % bereits nach zwei Jahren erreicht und bei KI war diese nach zwei Jahren bereits doppelt so hoch (39,5 %).

Die Fortschritte im Technologieeinsatz haben aber auch zur Folge, dass sich für Unternehmen neue Geschäftsmodelle und Tätigkeitsfelder und für Arbeitskräfte neue Beschäftigungsbereiche und Arbeitsmodelle eröffnen können. Beispielsweise stehen Unternehmen nunmehr mehrere Kanäle zur Verfügung, um die Arbeitsleistung von Arbeitskräften ein- bzw. zuzukaufen, damit Güter produziert oder Dienstleistungen erbracht werden können. Neben dem „traditionellen“ Ansatz, Arbeitskräfte für das Unternehmen zu rekrutieren, um Teil der Belegschaft zu werden, gibt es auch die Op-

tion, dass die Arbeitsleistung nicht unmittelbar im Unternehmen mit der bestehenden Belegschaft erbracht, sondern zugekauft wird. Dieser Zukauf kann ebenfalls „traditionell“ über Verträge mit Dienstleistungsanbietern oder Arbeitsvermittlungsagenturen erfolgen, oder mit entsprechender Technologieausstattung und Wissen im Unternehmen über die Nutzung digitaler Plattformen (Bock-Schappelwein et al. 2024, S. 40). Hier erfolgt die Vermittlung über eine digitale Plattform, wo Unternehmen und Anbieterinnen und Anbieter aufeinandertreffen und eine dritte Akteurin bzw. ein dritter Akteur als Intermediär auftritt. Die Arbeitsleistung, das heißt die Plattformarbeit, kann ortsabhängig oder auch ortsunabhängig erbracht und auf Projekt-, Stunden- oder Stückzahlbasis bezahlt werden (Kässi/Lehdonvirta 2018, S. 241).

Bis vor Kurzem war nur wenig über das Ausmaß der Nutzung von Plattformarbeit in Österreich bekannt. Die wenigen Befunde konzentrierten sich bis dahin fast ausschließlich auf die Sicht der Arbeitskräfte, die mittels Interviews oder Befragungen erhoben wurde (Bonin/Rinne 2017, S. 5; Huws et al. 2017, S. 21; Huws/Joyce 2016, S. 3; Kässi/Lehdonvirta 2018, S. 242). Die Sicht der Unternehmen fehlte gänzlich, ebenso Daten zum Ausmaß in den amtlichen Statistiken (Mayrhuber/Bock-Schappelwein 2018, S. 22; OECD/ILO/EU 2023, S. 8). Dazu kam, dass bis zum Frühjahr 2023 keine eindeutige Begriffsbestimmung zu digitaler Plattformarbeit verfügbar war (Brinkley 2016, S. 5; Kässi/Lehdonvirta 2018, S. 242; Sargeant 2017, S. 12; Watson/Kistler/Graham 2021, S. 329). Erst zu diesem Zeitpunkt publizierten OECD, ILO und EU (2023, S. 7) im „Handbook on Measuring Digital Platform Employment and Work“ eine Definition zu Plattformarbeit, die auf der Definition von Arbeit beruht, die in der Resolution I der 19. International Conference of Labour Statisticians (ICLS) verabschiedet wurde. Digitale Plattformarbeit wird darin in einem sehr breit gefassten Ansatz definiert als „any productive activity performed by persons to produce goods or provide services carried out through or on a digital platform, AND the digital platform or a phone app controls and/or organizes essential aspects of the activities, such as the access to clients, the evaluation of the activities carried out, the tools needed for conducting the work, the facilitation of payments, distribution and prioritization of the work to be conducted; and the work is for at least one hour in the reference period“ (OECD/ILO/EU 2023, S. 7).

Im Rahmen des Forschungsprojektes „Business Use of Digital Platforms – Scope, Value and Impact on Austrian Firms“ gelang es Bärenthaler-Sieber et al. (2023, S. 345) mit der WIFO-Unternehmensbefragung „Digitale Plattformen 2021/22“ erstmalig auch Hinweise zum Ausmaß der Nutzung von Plattformarbeit aus Sicht der Unternehmen in Österreich zu erheben. Vor diesem Hintergrund gibt der vorliegende Beitrag auf Grundlage dieser Befragung einen Überblick darüber, wie viele Unternehmen in Österreich Plattformarbeit einsetzen und setzt hierauf die Frage auf, ob Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen, von dieser auch profitieren oder ob sich potenzielle Hindernisgründe auftun.

Im nächsten Abschnitt folgt ein kurzer Literaturüberblick zu den Merkmalen von Plattformarbeit und den Chancen, die sich aus dem Einsatz digitaler Plattformen für Unternehmen ergeben können, sowie zu möglichen Hindernissen, bevor die WIFO-

Unternehmensbefragung „Digitale Plattformen 2021/22“ kurz beschrieben wird. Anschließend werden die bereits vorliegenden Erkenntnisse zu den zentralen Merkmalen von Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen, aufgezeigt und um den Aspekt erweitert, ob Unternehmen davon profitieren bzw. welche Herausforderungen dem entgegenstehen können.

## 2 Literaturüberblick

Plattformarbeit zeichnet sich dadurch aus, dass Einpersonenunternehmen ihre Dienstleistungen auf einer digitalen Plattform anbieten und mit einer Auftraggeberin oder einem Auftraggeber in Kontakt treten. Diese Tätigkeiten, die von einfachen bis zu komplexen reichen können, werden zeitlich befristet und oftmals gegen Bezahlung<sup>2</sup>, auch über Ländergrenzen hinweg, erbracht (Brinkley 2016, S. 5; Erdsiek 2021, S. 912; Stephany et al. 2021, S. 2; Watson/Kistler/Graham 2021, S. 334). Dazu gehören Bock-Schappelwein et al. (2024, S. 42) zufolge Tätigkeiten von Expertinnen und Experten, die digitale Plattformen gestalten und warten, ebenso wie die Erbringung professioneller Dienstleistungen. Auch Mikroaufgaben, Personenbeförderung oder Zustellung (z. B. Pakete, Nahrungsmittel, frisch zubereitete Speisen) sowie Haushaltsarbeiten fallen darunter. Anhaltspunkte darüber, welche Tätigkeiten in welchem Ausmaß über digitale Plattformen abgewickelt werden, liefert der Online-Labour-Index (OLI). Dieser wurde von Kässi/Lehdonvirta (2018, S. 241) gemeinsam mit der ILO entwickelt und 2020 adaptiert (Stephany et al. 2021, S. 2).

Er basiert gegenwärtig auf der Anzahl an Projekten und Tätigkeiten, die auf den größten englisch-, russisch- und spanischsprachigen<sup>3</sup> Online-Gig-Plattformen in fast Echtzeit gepostet werden. Mit diesem Instrument kann somit gemessen werden, in welchen Ländern ortsunabhängige Plattformarbeit nachgefragt wird, in welchen Ländern sie durchgeführt wird und welche Aufgaben erledigt werden. Den vorliegenden Daten von OLI 2020 und Online Labour Observatory zufolge wird Online-Plattformarbeit insbesondere für IT (38,3 %) nachgefragt, gefolgt von kreativen Tätigkeiten und Multimediatätigkeiten (21,2 %), Büroarbeit und Dateneingabe (14,7 %), Unterstützung von Marketing und Vertrieb (11,6 %), Schreiben und Übersetzung (11,2 %) und professionelle Dienstleistungen (2,9 %). Hauptsächlich werden diese Dienstleistungen in den USA (40,6 % der Gesamtnachfrage), mit Abstand gefolgt vom Vereinigten Königreich (8,2 %), Indien (6,6 %) und Kanada (6,0 %)<sup>4</sup> nachgefragt. Die meisten Plattformarbeitskräfte stammen aus Indien (26,2 % aller Plattformarbeitskräfte), Bangladesch (14,9 %) und Pakistan (12,4 %).<sup>5</sup>

---

2 Es werden auch Tätigkeiten ohne Bezahlung erbracht, darauf hoffend, dass sich daraus eine bezahlte Arbeit ergibt (Vallas/Schor 2020, S. 275).

3 Fünf englischsprachige Plattformen und je drei russisch- und spanischsprachige Plattformen. <http://onlinelabourobservatory.org/oli-demand/> (abgerufen am 14.11.2024).

4 <http://onlinelabourobservatory.org/oli-demand/> (abgerufen am 14.11.2024).

5 <http://onlinelabourobservatory.org/oli-supply/> (abgerufen am 14.11.2024).

Unternehmen setzen digitale Plattformen ein, worunter auch die Plattformarbeit fällt, um einen wesentlichen Mehrwert zum bestehenden Geschäftsmodell erzielen zu können. Dafür müssen die Potenziale aus Synergie- und Innovationseffekten sowie Netzwerkeffekten genutzt werden können. Das erfordert eine ausreichende Zahl an Anbieterinnen und Anbietern auf beiden Seiten, Zusammenarbeit als Wachstumstreiber sowie eine breite Verfügbarkeit und Vielfalt an Anbieterinnen und Anbietern. Das bestehende Geschäftsmodell kann mit dem Einsatz digitaler Plattformen erweitert und regionale Hürden überwunden werden. Der Einsatz der digitalen Plattform kann zum Umsatz beitragen und folglich die Wettbewerbsposition ausgebaut werden. Für die Betreiberinnen und Betreiber der Plattform resultiert aus der Nutzung eine externe Wertschöpfung. Diese Unternehmen bieten selbst zwar keine Produkte und Dienstleistungen an, sie fungieren jedoch als Intermediär zwischen Anbieterinnen und Anbietern von Leistungen und Produkten und nachfragenden Akteurinnen und Akteuren (Bender/Habib/Gronau 2021, S. 69–72).

### 3 Daten und Methode

Die WIFO-Unternehmensbefragung zur Nutzung digitaler Plattformen in österreichischen Unternehmen wurde im Herbst 2021 und im Winter 2021/22 durchgeführt. Sie richtete sich an Unternehmen mit zumindest zehn Beschäftigten aus den Wirtschaftsbereichen Industrie, Bauwesen, Hotellerie und Gastronomie und weitere Marktdienstleistungen.<sup>6</sup> Insgesamt wurden 8.600 Unternehmen kontaktiert. Davon beantworteten 1.380 den Fragebogen, die Rücklaufquote betrug 16,0%. Die Gewichtung der Daten berücksichtigt sowohl die Ausgestaltung der Ziehung (Designgewichtung) als auch Unterschiede in der Struktur der Unternehmensmerkmale zwischen Rücklauf und Grundgesamtheit (Anpassungsgewichtung).

An der Befragung sollten sowohl Unternehmen, die bereits Erfahrungen im Umgang mit digitalen Plattformen sammeln konnten, als auch Unternehmen ohne solche Erfahrungen teilnehmen (Bärenthaler-Sieber et al. 2023, S. 347–348). Die Befragung zur Nutzung, zur geplanten Nutzung, zu den Motiven, zur Bedeutung und zu den Hindernissen wurde in den fünf Unternehmensbereichen Verkauf, Einkauf, Produktion und Logistik, Human Resources und Kommunikation sowie Information und Werbung durchgeführt. Es wurden Informationen zu den Unternehmensmerkmalen erhoben, darunter das Alter des Unternehmens, die Zugehörigkeit zu einer Unternehmensgruppe, der Hauptsitz, die Betriebsgröße und die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen. Außerdem wurde die Einschätzung der Unternehmen zum Digitalisierungsgrad im Vergleich zur Konkurrenz, zur Konkurrenzsituation, zur Exportorientierung sowie die rezente Abschätzung zur Entwicklung der Nachfrage auf dem Hauptabsatzmarkt abgefragt.

---

6 Konkret wurden Unternehmen aus den ÖNACE-Abteilungen 10 bis 74 (ohne 12, 34, 48, 54, 57, 67), 77 bis 82 sowie 95 und 96 ausgewählt.

Bei Unternehmen, die digitale Plattformen (noch) nicht nutzen, wurden die Hintergründe abgefragt, weshalb diese bislang noch nicht zum Einsatz gekommen sind bzw. ob es rezente Pläne zur Nutzung gibt (Bärenthaler-Sieber et al. 2024, S. 182 ff). Digitale Plattformen wurden folgendermaßen definiert: Sie „... führen zwei oder mehrere Nutzungsgruppen (z. B. potenzielle Verkäuferinnen und Verkäufer und Käuferinnen und Käufer) über das Internet zusammen. Diese digitalen Plattformen ... werden durch einen Dritten betrieben.“ (Bärenthaler-Sieber et al. 2024, S. 183). Im Bereich Einkauf wurde konkret danach gefragt, ob Unternehmen digitale Plattformen (auch) für den Zukauf von Gigwork/Cloudwork nutzen (Frage 16) (Bärenthaler-Sieber et al. 2024, S. 184). Gigwork wurde definiert als „die Vermittlung über digitale Plattformen von bezahlten Dienstleistungen, die an einen Ort gebunden sind (z. B. Reinigung, Lieferdienste), Cloudwork als „bei Cloudwork handelt es sich um die Vermittlung über digitale Plattformen von bezahlten, ortsunabhängigen Dienstleistungen, sowie Arbeiten, die über das Internet vermittelt und online erledigt werden“ (Bärenthaler-Sieber et al. 2024, S. 184).

## 4 Ergebnisse der Datenanalyse

Bärenthaler-Sieber et al. (2023, S. 348) geben auf Grundlage der Ergebnisse der WIFO-Unternehmensbefragung „Digitale Plattformen 2021/22“ einen umfassenden Überblick über die zentralen Merkmale der Unternehmen, die digitale Plattformen einsetzen. Ihnen zufolge nutzen 88,1% der Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten in ausgewählten Wirtschaftsbereichen in einem der fünf Unternehmensbereiche Verkauf, Einkauf, Produktion und Logistik, Human Resources und Kommunikation, Information und Werbung zumindest eine digitale Plattform. Sehr oft, von fast drei Viertel der Unternehmen, werden digitale Plattformen in den Bereichen Kommunikation, Information und Werbung sowie Human Resources verwendet, gut die Hälfte davon nutzt Bilek-Steindl et al. (2024, S. 3) zufolge gebührenfreie Plattformen. Merkwürdigerweise werden digitale Plattformen im Ein- und Verkauf (rund jedes fünfte Unternehmen) und auch in der Produktion und Logistik (rund jedes sechste Unternehmen) eingesetzt.

Die Plattformarbeit, das heißt über digitale Plattformen zugekaufte orts(un)abhängige Arbeitsleistung, wird dem Einkauf zugerechnet, ein Unternehmensbereich, wo digitale Plattformen eher weniger oft eingesetzt werden. Laut Bock-Schappelwein/Kügler/Schmidt-Padickakudy (2023, S. 474) gab rund jedes dritte Unternehmen, das digitale Plattformen im Einkauf einsetzt, an, diese auch für Plattformarbeit zu nutzen. Hieraus folgt, dass 6,3% der Unternehmen in Österreich mit mindestens zehn Beschäftigten Plattformarbeit einsetzen. Davon sind 75,9% Kleinbetriebe mit 10 bis 49 Beschäftigten, 20,0% sind mittlere und 4,1% größere Betriebe. Diese sind überwiegend im Dienstleistungssektor, einschließlich Tourismus, angesiedelt (61,9% Dienstleistungen ohne Tourismus, 18,8% Tourismus), viel seltener sind sie in der Industrie (11,7%) und im Bauwesen (7,7%) anzutreffen. Fast die Hälfte der Unternehmen befin-

det sich in der Ostregion (Wien, Niederösterreich, Burgenland; 45,3%), ein gutes Drittel in den westlichen Bundesländern (Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg; 35,3%) sowie fast ein Fünftel in den südlichen Bundesländern (Steiermark, Kärnten; 19,4%). Fast zwei Drittel dieser Unternehmen wurden in den letzten 30 Jahren gegründet (63,4%), gut ein Drittel der Unternehmen sind Teil einer Unternehmensgruppe (36,3%). Zudem gibt gut jedes zweite Unternehmen an, einer starken Konkurrenz ausgesetzt zu sein (51,6%); ein gutes Drittel schätzt sich, im Vergleich zur Konkurrenz am Hauptabsatzmarkt, als stärker digitalisiert ein (37,5%). Fast jedes zweite Unternehmen meldete für 2018/19 ein Beschäftigungswachstum (42,6%) (Bock-Schappelwein/Kügler/Schmidt-Padickakudy 2023, S. 475).

Bock-Schappelwein/Kügler/Schmidt-Padickakudy (2023, S. 475) zufolge sind die zentralen Unterscheidungsmerkmale von Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen, zu Unternehmen, die überhaupt keine digitalen Plattformen einsetzen, auf Branchenebene, in der Unternehmensgröße, im Digitalisierungsgrad, in der Exportorientierung und in der Unternehmensstruktur zu finden. Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen, sind häufiger mittlere und größere Unternehmen, seltener Kleinbetriebe. Sie sind sehr oft im Dienstleistungssektor, einschließlich Tourismus verortet, wohingegen sie nur vergleichsweise selten im Bauwesen angesiedelt sind. Außerdem schätzen sie sich ungleich häufiger als digitalisierter ein, sind stärker exportorientiert ausgerichtet und öfter Teil einer Unternehmensgruppe. Keine signifikanten Unterschiede zu Unternehmen, die keine digitalen Plattformen nutzen, sind in der regionalen Verteilung, im Alter der Unternehmen, in der Entwicklung der Beschäftigtenzahlen und in der Einschätzung der Konkurrenzsituation erkennbar.

Im Vergleich zu Unternehmen, die zwar digitale Plattformen in mindestens einem Unternehmensbereich einsetzen, aber keine Arbeitsleistung über digitale Plattformen zukaufen, gibt es keine nennenswerten Merkmalsunterschiede bis auf die Einschätzung zum Digitalisierungsgrad und der Konkurrenzsituation. Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen, schätzen sich signifikant häufiger als hoch digitalisiert ein und geben häufiger an, einer hohen Konkurrenzsituation ausgesetzt zu sein.

Bock-Schappelwein/Kügler/Schmidt-Padickakudy (2023, S. 467) zufolge sind zentrale Motive für die Nutzung von Plattformarbeit Zeit- und Kostenersparnis, die Erhöhung der Konkurrenzfähigkeit und Produktvielfalt. Demgegenüber werden als bedeutendster Hinderungsgrund betreffend Nutzung bzw. stärkerer Nutzung die bereits erreichte Sättigung und die fehlende Relevanz angeführt. Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen, geben im Vergleich zu Unternehmen, die zwar digitale Plattformen einsetzen, aber nicht für Plattformarbeit, signifikant häufiger an, Plattformen bereits im größtmöglichen Ausmaß einzusetzen. Fehlender Bekanntheitsgrad ist dagegen seltener ein Hindernisgrund. Im Vergleich zu Unternehmen, die überhaupt keine digitalen Plattformen nutzen, empfinden sie fehlende Relevanz etwas weniger stark. Stattdessen ist bei ihnen die Sättigung, also die bereits maximale Nutzung der Plattformen, deutlich ausgeprägter.

**Tabelle 1:** Strukturelle Merkmale von Unternehmen in Österreich, die Plattformarbeit einsetzen, im Vergleich zu Unternehmen, die digitale Plattformen einsetzen, aber keine Plattformarbeit, und solchen Unternehmen, die überhaupt keine digitalen Plattformen einsetzen

	Unternehmen mit Plattformarbeit	Unternehmen mit digitalen Plattformen in mind. einem Unternehmensbereich, aber keine Plattformarbeit	Unternehmen, die keine digitalen Plattformen einsetzen
	In %		
<b>Betriebsgröße</b>			
	75,9	79,1	90,2
	20,0	17,1	8,1
	4,1	3,9	1,7
<b>Branche</b>			
	11,7	18,7	15,2
	7,7	13,5	48,2
	61,9	55,5	35,5
	18,8	12,4	1,1
<b>Region</b>			
	45,3	38,6	45,8
	19,4	18,3	22,1
	35,3	43,2	32,1
<b>Weitere Unternehmensmerkmale</b>			
	37,5	26,4	7,9
	51,6	37,4	48,7
	44,6	37,2	20,4
	42,6	36,4	30,4
	67,5	58,0	56,5

(Fortsetzung Tabelle 1)

	Unternehmen mit Plattformarbeit	Unternehmen mit digitalen Plattformen in mind. einem Unternehmensbereich, aber keine Plattformarbeit	Unternehmen, die keine digitalen Plattformen einsetzen	
<b>Weitere Unternehmensmerkmale</b>				
Gründungsjahr ab 1990	63,4	52,7	56,8	
Teil einer Unternehmensgruppe	36,3	35,5	14,6	**
Nicht relevant	72,1	80,5	88,4	**
Nutzung im größtmöglichen Ausmaß	72,1	52,0	2,2	***
Nicht/zu wenig bekannt	16,9	28,4	23,0	
Zu hohe Implementierungskosten	16,6	13,7	11,9	
Zu hohe laufende Kosten	19,0	16,5	11,9	
Bevorzugung des persönlichen Kontakts	50,7	56,9	61,6	
Unzureichende technische Infrastruktur	12,4	10,6	7,8	
Zu komplexer Einsatz	15,8	22,3	14,5	
Kein qualifiziertes Personal	18,7	23,0	20,6	
Steigender Konkurrenzdruck durch die Plattform	5,4	4,1	2,8	
Gefahr des Verlusts von Kernkompetenzen	7,1	7,5	5,4	
Zu große Abhängigkeit von der Plattform	17,9	13,6	11,2	
Bedenken wegen Datenschutz/Datenhoheit	7,8	11,4	13,1	
Keine Weitergabe strategisch wichtiger Daten	11,4	11,2	10,4	

Q: WIFO-Unternehmensbefragung „Digitale Plattformen“ 2021/22. n = 1.349. \*\*\* p ≤ 0,001; \*\* p ≤ 0,01; \* p ≤ 0,05; \* p ≤ 0,1

## 5 Faktoren zur Erklärung der Nutzung von Plattformarbeit

Ein multinominales Logit-Modell wird verwendet, um den Einfluss der erklärenden Variablen Betriebsgröße, Branche, Region und weiterer Unternehmensmerkmale sowie Hindernisse auf die Wahrscheinlichkeit zu schätzen, dass Unternehmen Plattformarbeit nutzen. Dies wird verglichen mit Unternehmen, die entweder überhaupt keine digitalen Plattformen verwenden, oder solchen, die zwar in mindestens einem Unternehmensbereich eine digitale Plattform verwenden, aber keine Plattformarbeit. Hierbei sollen auch Einschätzungen getroffen werden, ob Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen, davon profitieren können, wobei Daten zu Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung als Indikator herangezogen werden.

Referenzkategorie in der Schätzung sind jene Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Unternehmensbranche einen signifikanten Einfluss darauf hat, ob die Unternehmen digitale Plattformen für Plattformarbeit nutzen oder ob sie überhaupt keine digitalen Plattformen verwenden. Bei Unternehmen, die keine digitalen Plattformen einsetzen, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass sie dem Bauwesen zuzurechnen sind, und die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sie im Tourismus angesiedelt sind. Auch hinsichtlich der Einschätzung der Digitalisierungsintensität ist bei diesen Unternehmen die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sie sich (viel) digitalisierter als die Konkurrenz einschätzen. Die Ergebnisse zu den Hinderungsgründen deuten darauf hin, dass die Nutzung von Plattformarbeit auch unternehmensspezifische Gründe hat, die in der Befragung nicht abgedeckt werden konnten. Die Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen, die keine digitalen Plattformen verwenden, diese mit höherer Wahrscheinlichkeit als für sie nicht relevant befinden. Jedoch ist hier die Wahrscheinlichkeit geringer, dass diese Unternehmen digitale Plattformen bereits größtmöglich nutzen, womit ein gewisses Potenzial für die Zukunft ausgemacht werden kann.

Ansätze, dass Unternehmen, die Plattformarbeit einsetzen, mit Blick auf Umsätze oder Beschäftigungswachstum davon profitieren können, zeigen sich allerdings nicht.

Tabelle 2: Ergebnisse der multinominalen logistischen Regression, Plattformeinsatz in Unternehmen in Österreich

	Unternehmen mit digitalen Plattformen in mind. einem Unternehmensbereich, aber keine Plattformarbeit	Unternehmen, die keine digitalen Plattformen einsetzen
	Odds ratios	Odds ratios
<b>Betriebsgröße</b>		
Klein 10–49 Beschäftigte	0,870 (0,447)	2,724 (2,661)
Mittel 50–249 Beschäftigte	0,523 (0,275)	0,875 (0,884)
Groß 250+ Beschäftigte (Ref)		
<b>Branche</b>		
Industrie	1,174 (0,796)	1,348 (1,186)
Bau	2,522 (1,719)	9,315 (6,886)
Dienstleistungen (ohne Tourismus) (Ref)		
Tourismus	0,967 (0,482)	0,136 (0,163)
<b>Region</b>		
Ost (Ref)		
Süd	0,859 (0,365)	0,658 (0,376)
West	1,062 (0,375)	0,618 (0,308)
(Viel) stärker digitalisiert als die Konkurrenz	0,748 (0,259)	0,256 (0,151)
<b>Weitere Unternehmensmerkmale</b>		
In starker Konkurrenz stehend	0,548 (0,172)	0,799 (0,337)

\*

\*\*

(Fortsetzung Tabelle 2)

		Unternehmen mit digitalen Plattformen in mind. einem Unternehmensbereich, aber keine Plattformarbeit	Unternehmen, die keine digitalen Plattformen einsetzen
<b>Weitere Unternehmensmerkmale</b>	Exportorientiert	0,733 (0,325)	0,679 (0,393)
	Beschäftigungswachstum 2018/19	0,986 (0,323)	1,091 (0,505)
	Umsatzwachstum 2018/19	1,013 (0,341)	1,175 (0,553)
	Gründungsjahr ab 1990	0,649 (0,233)	0,951 (0,446)
	Teil einer Unternehmensgruppe	1,328 (0,408)	0,928 (0,433)
	Nicht relevant	1,649 (0,595)	3,283 (1,719)
	Nutzung im größtmöglichen Ausmaß	0,372 (0,133)	0,011 (0,008)
	Nicht/zu wenig bekannt	2,492 (0,916)	1,993 (1,017)
	Zu hohe Implementierungskosten	0,762 (0,306)	0,987 (0,674)
	Zu hohe laufende Kosten	0,672 (0,270)	0,795 (0,544)
<b>Hindernisse</b>	Bevorzugung des persönlichen Kontakts	1,084 (0,391)	0,744 (0,357)

(Fortsetzung Tabelle 2)

Hindernisse	Unternehmen mit digitalen Plattformen in mind. einem Unternehmensbereich, aber keine Plattformarbeit	Unternehmen, die keine digitalen Plattformen einsetzen
Unzureichende technische Infrastruktur	1,274 (0,706)	1,468 (1,131)
Zu komplexer Einsatz	1,611 (0,679)	1,086 (0,716)
Kein qualifiziertes Personal	0,963 (0,359)	0,898 (0,437)
Steigender Konkurrenzdruck durch die Plattform	0,633 (0,406)	1,050 (1,025)
Gefahr des Verlusts von Kernkompetenzen	1,991 (1,427)	1,396 (1,383)
Zu große Abhängigkeit von der Plattform	0,706 (0,335)	0,512 (0,319)
Bedenken wegen Datenschutz/Datenhoheit	1,304 (0,838)	3,112 (2,438)
Keine Weitergabe strategisch wichtiger Daten	0,826 (0,596)	0,598 (0,501)
Intercept	28,311 (23,407)	1,677 (2,207)

Q: WIFO-Unternehmensbefragung „Digitale Plattformen“ 2021/22. \*\*\* p ≤ 0,001; \*\* p ≤ 0,01; \* p ≤ 0,05; Standardfehler in Klammern. n = 997

## 6 Fazit

Obwohl die Nutzung digitaler Plattformen in Österreichs Unternehmen schon weit verbreitet ist, werden sie für Plattformarbeit noch wenig eingesetzt. Jene Unternehmen, die digitale Plattformen für Plattformarbeit verwenden, sind besonders oft im Tourismus anzutreffen. Hier handelt es sich überwiegend um Lieferdienste, die zubereitete Speisen vom Gastronomiebetrieb zu den Kundinnen und Kunden bringen und damit den potenziellen Kundenkreis vergrößern. Demgegenüber ist Plattformarbeit im Bauwesen ein Nischenphänomen. Digitale Plattformen werden u. a. für die Materialbeschaffung eingesetzt und kaum, um Arbeitsleistung über digitale Plattformen bzw. mithilfe digitaler Plattformen zuzukaufen. Unternehmen, die keine digitalen Plattformen nutzen, begründen dies oftmals mit fehlender Relevanz. Wenn aber fehlende Relevanz sich daraus begründet, dass entsprechende Informationen im Unternehmen fehlen, kann dies zu massiven Wettbewerbsnachteilen führen. Daher erscheint es unerlässlich, Informationsdefizite zu beheben und die Belegschaft laufend zu qualifizieren, weshalb der beruflichen Bildung ein zentraler Stellenwert beizumessen ist.

## Literatur

- Bärenthaler-Sieber, Susanne/Bilek-Steindl, Sandra/Bock-Schappelwein, Julia/Peneder, Michael (2024): Nutzung digitaler Plattformen in Österreich. Auswertung der WIFO-Unternehmensbefragung „Digitale Plattformen“, WIFO-Gutachtenserie, Wien.
- Bärenthaler-Sieber, Susanne/Bilek-Steindl, Sandra/Bock-Schappelwein, Julia/Charos, Alexandros/Peneder, Michael (2023): Nutzung digitaler Plattformen in Österreich. Hauptergebnisse einer WIFO-Unternehmensbefragung, WIFO-Monatsberichte 5/2023. S. 345–354.
- Bender, Benedict/Habib, Natalie/ Gronau, Norbert (2021): Digitale Plattformen: Strategien für KMU, Wirtschaftsinformatik & Management, Jg. 13, Nr. 1, S. 68–76, DOI: 10.1365/s35764-020-00292-w.
- Bick, Alexander/Blandin, Adam/Deming, David J. (2024): The Rapid Adoption of Generative AI, National Bureau of Economic Research Working Paper Series No 32966, DOI: 10.3386/w32966.
- Bilek-Steindl, Sandra/Bärenthaler-Sieber, Susanne/Bock-Schappelwein, Julia/Peneder, Michael (2024): Bedeutung gebührenfreier digitaler Plattformen für Österreichs Unternehmen, WIFO Research Briefs 10/2024. Wien.
- Bock-Schappelwein, Julia/Bilek-Steindl, Sandra/Bärenthaler-Sieber, Susanne/Peneder, Michael (2024): Plattformarbeit und Personalrecruiting über digitale Plattformen aus Unternehmenssicht. Ergebnisse aufbauend auf der WIFO-Unternehmensbefragung „Digitale Plattformen 2021/22“, In: Technikfolgenabschätzung aus Arbeitnehmer:innenperspektive, Feldkirch: Ein Projekt der AK Vorarlberg (Schaffare), S. 37–67.
- Bock-Schappelwein, Julia/Egger, Andrea (2023): Arbeitsmarkt und Beruf 2030. Rückschlüsse für Österreich, AMS report 173, Wien.

- Bock-Schappelwein, Julia/Kügler, Agnes/Schmidt-Padickakudy, Nicole (2023): Digitalisierung in Österreich: Fortschritt und Bedeutung der Plattformarbeit für Unternehmen, WIFO-Monatsberichte 7/2023, S. 467–479.
- Bonin, Holger/Rinne, Ulf (2017): Omnibusbefragung zur Verbesserung der Datenlage neuer Beschäftigungsformen, IZA Research Report No. 80. Bonn.
- Brinkley, Ian (2016): In search of the Gig Economy, The Work Foundation. Part of Lancaster University.
- Erdsiek, Daniel (2021): Unternehmen setzen verstärkt auf Crowdfunding, Wirtschaftsdienst, Jg. 101, Nr. 11, S. 912–914, DOI: 10.1007/s10273-021-3045-8.
- Huws, Ursula/Joyce, Simon (2016): Character of Austria's Gig Economy revealed for the first time, (University of Hertfordshire and Ipsos MORI, in association with the Foundation for European Progressive Studies, UNI Europa and AK Wien).
- Huws, Ursula/Sprenger, Nell H./Syrdal, Dag S./Holts/Karle (2017): Work in the European Gig Economy. Research Results from the UK, Sweden, Germany, Austria, The Netherlands, Switzerland and Italy.
- Kässi, Otto/Lehdonvirta, Vili (2018): Online labour index: Measuring the online gig economy for policy and research, Technological Forecasting and Social Change, Jg. 137, S. 241–248, DOI: 10.1016/j.techfore.2018.07.056.
- Lessenich, Stephan/Weissenberger-Eibl, Marion/Holtmann, Thomas/Lindemann, Kai/Barth, Thomas (2020): Wege zu einer nachhaltigen Arbeitswelt, Abschlussbericht der wpn2030-Arbeitsgruppe „Zukunft der Arbeit“. wpn2030 - Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030 – IAAS.
- Mayrhuber, Christine/Bock-Schappelwein, Julia (2018): Dimensionen plattformbasierter Arbeit in Österreich und Europa. Implikationen für die Soziale Sicherheit, Wien: WIFO-Gutachtenserie.
- OECD/ILO/EU (2023): Handbook on Measuring Digital Platform Employment and Work, Paris: OECD (OECD Publishing), DOI: 10.1787/0ddcac3b-en.
- Sargeant, Malcolm (2017): The Gig Economy and the Future of Work, E-Journal of International and Comparative LABOUR STUDIES, Jg. Volume 6, No. 2.
- Stephany, Fabian/Kässi, Otto/Rani, Uma/Lehdonvirta, Vili (2021): Online Labour Index 2020: New ways to measure the world's remote freelancing market, Big Data & Society, Jg. 8, Nr. 2, DOI: 10.1177/205395172111043240.
- Vallas, Steven/Schor, Juliet B. (2020): What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy, Annual Review of Sociology, Jg. 46, Nr. 1, S. 273–294, DOI: 10.1146/annurev-soc-121919-054857.
- Watson, Gwendolyn/Kistler, Lauren/Graham, Baylor/Sinclair, Robert (2021): Looking at the Gig Picture: Defining Gig Work and Explaining Profile Differences in Gig Work, Group & organization management, Jg. Vol. 46, Issue 2, S. 327–361.