

Peitz, Martin; Schwalbe, Ulrich

**Working Paper**

## Zwischen Sozialromantik und Neoliberalismus: Zur Ökonomie der Sharing-Economy

ZEW Discussion Papers, No. 16-033

**Provided in Cooperation with:**

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

*Suggested Citation:* Peitz, Martin; Schwalbe, Ulrich (2016) : Zwischen Sozialromantik und Neoliberalismus: Zur Ökonomie der Sharing-Economy, ZEW Discussion Papers, No. 16-033, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:180-madoc-409933>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/130573>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

Discussion Paper No. 16-033

**Zwischen Sozialromantik  
und Neoliberalismus –  
zur Ökonomie der Sharing-Economy**

Martin Peitz und Ulrich Schwalbe

**ZEW**

Zentrum für Europäische  
Wirtschaftsforschung GmbH

Centre for European  
Economic Research

Discussion Paper No. 16-033

**Zwischen Sozialromantik  
und Neoliberalismus –  
zur Ökonomie der Sharing-Economy**

Martin Peitz und Ulrich Schwalbe

Download this ZEW Discussion Paper from our ftp server:

**<http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp16033.pdf>**

Die Discussion Papers dienen einer möglichst schnellen Verbreitung von  
neueren Forschungsarbeiten des ZEW. Die Beiträge liegen in alleiniger Verantwortung  
der Autoren und stellen nicht notwendigerweise die Meinung des ZEW dar.

---

Discussion Papers are intended to make results of ZEW research promptly available to other  
economists in order to encourage discussion and suggestions for revisions. The authors are solely  
responsible for the contents which do not necessarily represent the opinion of the ZEW.

# Zwischen Sozialromantik und Neoliberalismus – zur Ökonomie der Sharing-Economy<sup>1</sup>

Martin Peitz und Ulrich Schwalbe\*

**Zusammenfassung.** Der vorliegende Beitrag gibt einen Überblick über die wesentlichen ökonomischen Aspekte der so genannten Sharing-Economy. Bei den dort tätigen Unternehmen handelt es sich zumeist um Plattformen, die direkte Transaktionen zwischen Akteuren mit dem Zweck einer temporären Nutzung dauerhafter Konsumgüter und damit verbundener Dienstleistungen vermitteln. Diese Sharing-Plattformen konnten vor allem aufgrund technologischer Entwicklungen entstehen, die die Transaktionskosten, wie z.B. aufgrund asymmetrischer Information über den Transaktionspartner, extrem reduziert haben. Dieses Informationsproblem adressieren Sharing-Plattformen ohne staatliche Regulierung mittels Rating- und Reputationssystemen. Die Sharing-Economy ist jedoch keineswegs eine „Ökonomie des Teilens“, sondern auch in diesem Wirtschaftsbereich werden ökonomische Güter ge- und verkauft. Im vorliegenden Beitrag untersuchen die Autoren die kurz- und langfristigen allokativen Effekte der Sharing-Economy und diskutieren mögliche Externalitäten sowie ihre Auswirkungen auf soziale Beziehungen. Anschließend gehen die Autoren der Frage nach, wie eine ökonomisch sinnvolle Regulierung von Sharing-Plattformen ausgestaltet sein sollte und welche Wettbewerbsprobleme sie verursachen könnten. Abschließend wird auf mögliche Entwicklungen dieses neuen Wirtschaftsbereiches eingegangen.

**JEL–Klassifikation:** D23, K23, L14, L51.

**Schlüsselwörter:** Sharing-Economy, Ökonomie des Teilens, Plattformen, Airbnb, Uber, asymmetrische Information, externe Effekte, Reputationssysteme, Regulierung.

**Martin Peitz,** Fakultät für Rechtswissenschaft und Volkswirtschaftslehre, Universität Mannheim, L7, 3-5 68131 Mannheim, E-Mail: martin.peitz@gmail.com

**\*Kontaktperson: Ulrich Schwalbe,** Institut für Volkswirtschaftslehre, Universität Hohenheim, 70593 Stuttgart, E-Mail: ulrich.schwalbe@uni-hohenheim.de

## 1 Einleitung

In den letzten Jahren hat die so genannte „Sharing economy“ in der öffentlichen Diskussion, vor allem durch die Auseinandersetzungen um den Fahrdienstvermittler Uber und die Unterkunftsplattform Airbnb, auch in der breiten Öffentlichkeit große

---

<sup>1</sup> Die Autoren danken Giacomo Corneo, Veronika Grimm und Heike Schweitzer für hilfreiche Hinweise.

Aufmerksamkeit gefunden. Zahlreiche Beiträge in den Feuilletons überregionaler Zeitungen machen deutlich, dass dieses Thema auch gesellschaftspolitisch relevant ist.

Worum geht es? Der Fahrdienstvermittler Uber, neben Lyft oder BlaBlaCar das bekannteste Unternehmen dieser Art, wurde 2009 in Kalifornien gegründet und ist mittlerweile in über 350 Städten in 64 Ländern aktiv. Es bietet verschiedene Dienste an, wie z.B. UberBlack, einen Limousinenservice mit Chauffeur, UberTaxi, mit dem Kunden reguläre Taxis anfordern können, UberPop, eine Vermittlung privater Fahrer mit eigenem Wagen zur Personenbeförderung sowie UberPool zur Organisation von Fahrgemeinschaften. Dabei erfolgt die Vermittlung in der Regel über eine Smartphone-App. Der Preis für eine Fahrt mit UberPop, von dem 20% an Uber fließen, wird durch die App festgestellt. Bezahlt wird mit einer bei Uber registrierten Kreditkarte. Airbnb, ebenfalls ein kalifornisches Start-up Unternehmen, existiert seit 2008 und vermittelt in derzeit 192 Ländern Privatunterkünfte. Es finanziert sich durch einen Anteil von 9%-15% am Mietpreis. Andere Unterkunftsvermittler, wie Wimdu oder 9flats.com, haben ein vergleichbares Geschäftsmodell.

Uber hat inzwischen einen Marktwert von ca. 60 Mrd. US\$ erreicht, der damit auf einer ähnlichen Höhe liegt wie der der großen Autoherstellern Ford oder General Motors. Er beträgt ein Vielfaches des Marktwertes von Mietwagenunternehmen wie Hertz (3,3 Mrd. US\$) oder Avis (2,5 Mrd. US\$) (Maung 2016). Auch Airbnb ist innerhalb kurzer Zeit zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor avanciert. Die Zahl der von Airbnb vermittelten Übernachtungen im Jahr 2014 war mit 40 Mio. größer als die der gesamten Hilton-Gruppe. Der Marktwert von Airbnb belief sich Mitte 2015 auf ca. 25,5 Mrd. US\$ und lag damit höher als der der Marriott-Gruppe (20,6 Mrd. US\$) und erreichte fast den von Hilton (27,4 Mrd. US\$) (Barbaschow 2015). Neben diesen beiden Unternehmen sind noch zahlreiche weitere Online-Marktplätze entstanden, die sich darauf spezialisiert haben, eine temporäre Nutzung dauerhafter Güter, wie z.B. Elektrowerkzeuge, Fahrräder, Boote, Flugzeuge, Parkplätze, Kleidung etc. zwischen Anbietern und Nachfragern zu vermitteln.

Die Ansichten über die Auswirkungen dieser Sharing-Plattformen sind jedoch gespalten: Einerseits glauben manche Beobachter, eine „Ökonomie des Teilens“ entdeckt zu haben, bei der es sich um eine neue Form des Wirtschaftens handele, die nicht den üblichen ökonomischen Gesetzmäßigkeiten unterliege. Nicht mehr der Besitz von Gütern stünde im Vordergrund, sondern ihr Gebrauch (Rifkin 2007). Dies führe dann zu einer stärkeren Berücksichtigung ökologischer Aspekte wie geringerem Ressourcenverbrauch und einer größeren Nachhaltigkeit. Die gemeinsame Nutzung dauerhafter Konsumgüter, in der einschlägigen Literatur auch als kollaborativer Konsum bezeichnet, führe darüber hinaus zu mehr sozialen Kontakten und ermögliche sogar kollaborative Lebensstile. Einige Verfechter sehen in diesen Ansätzen eine soziale Bewegung die zu einer menschlicheren Wirtschaft führen kann, in der Werte wie Solidarität, Kooperation und Gemeinschaftlichkeit wieder eine bedeutendere Rolle spielen. Diese Ökonomie des Teilens stehe daher im Gegensatz zur Anonymität eines marktwirtschaftlichen Systems, in dem nur der Eigennutz und der Egoismus zählen und das zu steigendem Konsum, einem immer weiter zunehmenden Ressourcenverbrauch und damit zu einer immer stärker werdenden Umweltbelastung führe.<sup>2</sup> Einige Vertreter vermuten sogar, dass durch die Ökonomie des Teilens der

---

<sup>2</sup> So etwa in den populären Büchern von Botsman/Rogers (2011) und Gansky (2010).

Kapitalismus als vorherrschende Wirtschaftsform immer weiter zurückgedrängt wird und letztlich zu einem Nischendasein verurteilt ist (Rifkin 2014).

Andererseits gibt es Beobachter, die die neu entstandenen Marktplätze sehr kritisch sehen. Sie vermuten, dass unter dem Deckmantel der positiv besetzten Kategorie der „Ökonomie des Teilens“ dunkle neoliberale Kräfte am Werk seien, die eine marktradikale Durchkapitalisierung aller Lebensbereiche zum Ziel haben.<sup>3</sup> Die Sharing-Economy sei lediglich ein Euphemismus, ein Marketing-Trick, mit dem Firmen unter dem Deckmantel des „Teilens“ bestehende gesetzliche Regelungen und Regulierungsvorschriften systematisch unterlaufen, dadurch geringere Kosten haben als die herkömmlichen Unternehmen, die die gesetzlichen Vorschriften befolgen und diese daher vom Markt verdrängen (Schlenker 2014). Da die Mindestlohnvorschriften auf die als selbstständige Mikro-Unternehmer tätigen Akteure keine Anwendung finden, schafften sie prekäre Arbeitsverhältnisse (Böll et al. 2014, Slee 2015).

Wie sind diese Phänomene und Entwicklungen aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht zu erklären und zu beurteilen? Eine realistische, sachliche und nüchterne ökonomische Analyse macht deutlich, dass weder der übertriebene Enthusiasmus, der der „Ökonomie des Teilens“ von einigen ihrer Verfechter entgegengebracht wird, noch ein unverhältnismäßiger Pessimismus gegenüber den neuen Angeboten gerechtfertigt ist. Es zeigt sich, dass manche der Mythen, die sich um die Sharing-Economy ranken, kaum einen realen Hintergrund haben, sondern dass auch für diese Bereiche der Wirtschaft die gleichen ökonomischen Gesetzmäßigkeiten gelten, wie für andere, herkömmliche Märkte. Das ökonomische Problem der effizienten Nutzung freier Kapazitäten ist nicht neu und für eine Reihe von Gütern, wie z.B. Transport und Unterkunft, gibt es schon seit langem entsprechende Angebote, wie beispielsweise Taxis, Mietwagen und Hotels.

Durch technologische Entwicklungen und das Aufkommen von Online-Marktplätzen sind neue Güter und Märkte entstanden und bereits existierende Märkte wurden durch die neuen Angebote erheblich erweitert. Dies kann einerseits erhebliche Vorteile für die Nutzer von Sharing-Plattformen mit sich bringen, aber andererseits konkurrieren diese neuen Angebote mit den traditionellen Geschäftsmodellen und setzen diese einem erheblichen Wettbewerbsdruck aus. Daher ist es nicht verwunderlich, dass Vertreter der betroffenen Branchen darauf mit Forderungen nach einem Verbot oder zumindest einer staatlichen Regulierung reagieren. Des Weiteren verursachen Sharing-Plattformen häufig auch positive und negative externe Effekte, die Maßnahmen zu ihrer Internalisierung erforderlich machen können. Auch ist nicht auszuschließen, dass durch Sharing-Plattformen neue Probleme bezüglich des Wettbewerbs, des Verbraucher- und des Datenschutzes entstehen. Im vorliegenden Beitrag werden die ökonomischen Grundlagen der Sharing-Economy näher analysiert und es wird untersucht, welche Maßnahmen gegebenenfalls ergriffen werden sollten, um die Chancen der neuen Sharing-Plattformen zu nutzen und mögliche nachteilige Wirkungen zu vermeiden.

Der Aufsatz ist wie folgt gegliedert. Im zweiten Abschnitt schlagen wir eine ökonomisch sinnvolle Definition der Sharing-Economy vor, die sich von vielen in der popu-

---

<sup>3</sup> „Die Ideologie der Community oder der kollaborativen Commons führt zur Totalkapitalisierung der Gemeinschaft.“ Han (2014).

lärwissenschaftlichen und auch soziologischen Literatur verwendeten Definitionen unterscheidet. Dort orientiert man sich in der Regel nicht an den ökonomischen Grundlagen, sondern fasst auch völlig disparate Bereiche unter dem Oberbegriff der Sharing-Economy zusammen. Im dritten Abschnitt wird auf die spezifischen Probleme eingegangen, die in der Sharing-Economy durch eine direkte Vermittlung von Transaktionen zwischen Akteuren entstehen. Anschließend werden die ökonomischen Auswirkungen von Sharing-Plattformen näher untersucht. Fragen der Regulierung, des Verbraucherschutzes und mögliche Wettbewerbsprobleme werden im fünften Abschnitt diskutiert. Der letzte Abschnitt fasst die zentralen Ergebnisse der Untersuchung zusammen und gibt einen Ausblick auf weitere Entwicklungen.

## 2 Die Sharing-Economy – eine Definition

Worum handelt es sich eigentlich bei der Sharing-Economy? In der einschlägigen Literatur wurde hierüber noch kein Konsens erzielt und eine Vielzahl unterschiedlichster und zum Teil disparater Geschäftsmodelle, Plattformen und Aktivitäten wird unter dieser Bezeichnung subsumiert. Andere Unternehmen, die ökonomisch vergleichbare Funktionen erfüllen, werden jedoch nicht zur Sharing-Economy gezählt.

Zwar gibt es eine Reihe von Versuchen, die unterschiedlichen Formen zu systematisieren, allerdings werden dabei wirtschaftlich äquivalente Aktivitäten unterschiedlich behandelt oder – und das ist in der Regel der Fall – werden ökonomisch völlig unterschiedliche Aktivitäten als ein „Teilen“, d.h. als Bestandteil der Sharing-Economy aufgefasst.<sup>4</sup> Einerseits werden zur Sharing-Economy alle durch Online-Marktplätze oder Plattformen vermittelten direkten Transaktionen zwischen Individuen gezählt, wie die in der Einleitung genannten Unternehmen Airbnb und Uber, sowie Online-Marktplätze, auf denen z.B. Elektrowerkzeuge, Kleidung (Kostüme, Designermode, Handtaschen oder Schmuck), Parkplätze, Flugzeuge, Boote etc. für kurze Zeiträume ge- oder vermietet werden können. Andererseits wird auch die Vermittlung von Krediten, Arbeitsleistungen aber auch das Filesharing, der Verkauf von neuen oder gebrauchten Gütern oder das Online-Lehrangebot von Universitäten der Sharing-Economy zugeordnet.

Im Folgenden fassen wir unter dem Begriff der Sharing-Economy zunächst alle Angebote zusammen, die die temporäre exklusive Nutzung oder die Mitbenutzung eines dauerhaften Gutes betreffen. Mit der Nutzung kann auch eine Dienstleistung verbunden sein (beispielsweise die Reinigung der Wohnung nach einer Vermietung durch Airbnb oder das Fahren im Fall einer Buchung bei Uber). Temporär bedeutet dabei, dass kein Eigentumsübergang stattfindet, sondern nur eine Vermietung, d.h., das Gut fällt nach der Vermietung wieder an den Eigentümer zurück. Auch traditionelle Branchen wie Autovermietungen, Carsharing-Unternehmen, Taxibetriebe und Hotels werden von dieser Definition erfasst, da der Unterschied zu Sharing-Plattformen lediglich darin besteht, dass ein anderes Geschäftsmodell verwendet wird – bei einem Carsharing-Unternehmen oder einem Taxibetrieb sind die Fahrzeuge typischerweise Eigentum des Unternehmens, während sie sich bei einem reinen Fahrdienstvermittler im Eigentum von Privatpersonen befinden. Im ersten Fall han-

---

<sup>4</sup> Zu den Versuchen einer Systematisierung vgl. z.B. Botsman (2013) und Schor (2014).

delt es sich um ein integriertes Unternehmen, das in der Regel eine große Zahl von Angeboten bereithält, im zweiten um eine Plattform, die lediglich Fahrten von privaten Fahrzeugeigentümern und Fahrgästen vermittelt. Auch Immobilienmakler für Mietwohnungen und, in der Plattformwelt, Marktplätze für Mietwohnungen fallen unter diese Definition, wobei hier „temporär“ zumeist bedeutet, dass die Anmietung unbefristet oder für einen längeren Zeitraum erfolgt. Weiterhin ist zu beobachten, dass in manchen Märkten traditionelle Unternehmen die Nutzungsrechte für ihre langlebigen Konsumgüter zunehmend über Plattformen vertreiben. So werden immer mehr Hotelzimmer über Portale gebucht, bei denen Transaktionen ähnlich wie bei Airbnb organisiert sind. In manchen Marktsegmenten stehen diese Hotelbuchungsplattformen auf beiden Marktseiten in direktem Wettbewerb zu Airbnb. Beispielsweise bietet die Plattform Booking.com nicht nur Hotelzimmer sondern, ähnlich wie Airbnb, auch einzelne Apartments und Ferienwohnungen an. Inzwischen zeichnet sich eine Entwicklung in die entgegengesetzte Richtung ab, da seit 2015 kleinere Hotels begonnen haben, ihre Zimmer auch über Airbnb anzubieten.<sup>5</sup>

In Abgrenzung zu den traditionellen Angeboten ergänzen wir in einer engeren Definition, dass das dauerhafte Gut von Privatpersonen bereitgestellt wird. Damit beinhaltet die Sharing-Economy die erwähnten neu entstandenen Online-Marktplätze, schließt aber auch einige Online- oder Offline-Marktplätze ein, die es schon seit längerer Zeit gibt. Das gilt insbesondere für Mitwohn- und Mitfahrzentralen.

Reine Verkaufs- oder Tauschplattformen wie eBay, etsy (für handgefertigte Produkte) oder ZVAB (für antiquarische Bücher) fallen nicht unter unsere Definition, da hier keine temporäre Nutzung stattfindet, sondern das Eigentum an den Käufer übergeht. Es handelt sich bei diesen Plattformen in ihren ursprünglichen Formen um nichts anderes als elektronische Varianten eines Floh- bzw. eines Tauschmarktes.<sup>6</sup> Ebenso sind Plattformen nicht erfasst, bei denen es, wie z.B. bei TaskRabbit, um die Vermittlung von reinen Arbeitsleistungen geht, da in diesen Fällen kein dauerhaftes Gut involviert ist. Dies gilt in gleicher Weise für Crowdfunding, da es sich hier um die Bereitstellung von Finanzmitteln handelt. Ebenso ist Filesharing kein Bestandteil unserer Untersuchung, da dies Güter betrifft, bei denen im Prinzip keine Rivalität im Konsum besteht, da kostenlos beliebige Mengen des Gutes (häufig unter Verletzung des Urheberrechts) hergestellt werden können. Letztlich befassen wir uns mit dem „Teilen“ dauerhafter Güter und den damit verbundenen Dienstleistungen (siehe auch Abschnitt 3.2).

Das grundlegende ökonomische Problem, das durch die Sharing-Economy gelöst werden soll, ist schon seit langem bekannt: Wie können freie Kapazitäten bei privaten Gütern effizient genutzt werden? Dabei sind die potentiellen Anbieter die Eigentümer der Güter, die sie jedoch nur in begrenztem Umfang oder nur in bestimmten Zeiträumen nutzen. Nachfrager sind diejenigen, die diese Güter nicht besitzen, sie aber kurzzeitig oder zu bestimmten Zwecken nutzen möchten. Solche Leistungen werden in einigen Branchen von Hotels, Pensionen, Mietwagenfirmen, Taxibetrieben,

---

<sup>5</sup> Aus Sicht eines Hotels erscheinen insbesondere die deutlich niedrigeren Gebühren bei Airbnb im Vergleich zu Hotelbuchungsplattformen interessant zu sein.

<sup>6</sup> Allerdings ist zu berücksichtigen, dass der Kauf- und Wiederverkauf eines Gutes ein Substitut zum kurzfristigen Mieten eines Gutes darstellen kann und in diesem Fall in eine Marktanalyse einbezogen werden muss.



Bootsverleihen etc. schon seit langem angeboten. In den letzten Jahren sind jedoch zahlreiche neue Sharing-Plattformen entstanden, die als Intermediäre fungieren indem sie Transaktionen zwischen privaten Eigentümern von dauerhaften Gütern und potentiellen Nachfragern vermitteln.

Um ökonomisch funktionsfähig zu sein, muss eine solche Plattform eine Reihe von Problemen lösen. So müssen die entsprechenden Transaktionspartner gefunden und miteinander in Kontakt gebracht werden, d.h., ein Matching zwischen Anbietern und Nachfragern ist zu ermöglichen. Dies ist insbesondere dann von Bedeutung, wenn es sich um differenzierte Güter handelt und die Nachfrager heterogen bezüglich ihrer Präferenzen über die verschiedenen Güter sind. Da sich Anbieter und Nachfrager in aller Regel nicht persönlich kennen, treten Probleme unvollständiger Information in Form von adverser Selektion und moral Hazard auf, die die Plattform vermeiden oder zumindest reduzieren muss, damit die Kunden bereit sind, Transaktionen durchzuführen. Schließlich stellt sich die Frage, wie eine solche Plattform organisiert sein sollte, um effizient operieren zu können. In diesem Kontext muss sie Fragen der Preissetzung und des Marktdesigns beantworten.

Im folgenden Abschnitt gehen wir näher darauf ein, durch welche Entwicklungen in den letzten Jahren diese neuen Angebote ermöglicht wurden. In diesem Zusammenhang versuchen wir ebenfalls deutlich zu machen, wie ein ökonomisch sinnvoller Ansatz zur Erfassung und Modellierung dieser neuen Phänomene aussehen könnte. Daran anschließend diskutieren wir, welche Ansätze Plattformen verwenden, um Probleme asymmetrischer Information zu vermeiden, wie sich organisieren und welche weiteren Gründe bei der Entwicklung der Sharing-Economy eine Rolle gespielt haben.

### **3 Grundlagen der Sharing-Economy**

#### **3.1 Technologische Voraussetzungen**

Für das Entstehen von Sharing-Plattformen sind mehrere, miteinander verbundene Entwicklungen von Bedeutung. Grundlegend für das Entstehen der Sharing-Economy sind die technologischen Voraussetzungen in den Bereichen der Informations- und Kommunikationstechnologien, die in den letzten Jahren geschaffen wurden: Hier ist zum einen der Ausbau der Internetinfrastruktur zu nennen, wobei vor allem dem mobilen Internetzugang mit einer hohen Smartphone-Durchdringung, aber auch die Vertrautheit mit der Nutzung digitaler Technologien eine besondere Bedeutung zukommt. Weitere technologische Aspekte sind die in den Smartphones und anderen mobilen Endgeräten integrierten hochauflösenden Kameras sowie das GPS. Gerade bei differenzierten Gütern, wie z.B. ein Zimmer oder eine Wohnung in New York, die man im Rahmen einer Städtereise kurzzeitig mieten möchte, gibt es höchst unterschiedliche Angebote. Hier können Fotos der entsprechenden Räume, die auf der Plattform bereitgestellt werden, wichtige Informationen vermitteln, um ein passendes Matching zu ermöglichen. Durch das GPS kann ein Fahrdienstvermittler die Standorte der zur Verfügung stehenden Fahrzeuge und die Position des Fahrgastes feststellen und den Wagen mit dem kürzesten Weg zum Standort des Fahrgastes beauftragen. Außerdem hat der Fahrgast durch das GPS die Möglichkeit, zu über-

prüfen, ob der Fahrer die beste Route gewählt hat. Beim kurzzeitigen Verleihen von Fahrrädern kann durch die Feststellung der Position des Rades ein Diebstahl erschwert werden.

Ohne diese digitalen Technologien und die entsprechende Software ist ein Geschäftsmodell wie das von Uber nicht denkbar. Hierfür sind darüber hinaus auch entsprechende Anwendungsprogramme (Apps) erforderlich, mit denen sich Transaktionen einfach und problemlos durchführen lassen. Dabei ist vor allem die Möglichkeit einer einfachen und sicheren Bezahlung für die temporäre Nutzung eines dauerhaften Gutes für die Senkung der Transaktionskosten wesentlich. Ohne Online-Bezahlsysteme mittels Kreditkarten oder Paypal wäre das Funktionieren von Sharing-Plattformen deutlich eingeschränkt.

Je nach dem Gut, das von einer Sharing-Plattform vermittelt wird, werden unterschiedliche Mechanismen eingesetzt, um ein passendes und effizientes Matching zwischen den Transaktionsparteien zu gewährleisten. Bei Uber muss ein Matching in der Regel in Echtzeit durchgeführt werden, da eine Fahrt häufig spontan unternommen wird. Auf das Fahrzeug und seine Ausstattung kommt es dabei in aller Regel nicht an. Auch die Eigenschaften des Fahrers sind eher von untergeordneter Bedeutung, solange ein gewisser Mindeststandard gewährleistet ist. Die Produktdifferenzierung hängt daher aus der Sicht eines Nachfragers weniger von den Eigenschaften des Fahrzeugs und des Fahrers ab, sondern vor allem von der Wartezeit.<sup>7</sup> Um die Transaktionskosten gering zu halten, ist es in einem solchen Fall sinnvoll, einen zentralisierten Mechanismus zu verwenden, bei dem der Preis für eine bestimmte Distanz zentral so gesetzt wird, dass sich Angebot und Nachfrage ausgleichen.

Bei den von Airbnb vermittelten Wohnungen, z.B. Apartments in Berlin, handelt es sich hingegen um differenzierte Güter, deren individuelle Eigenschaften zentral für die Attraktivität aus der Sicht der potentiellen Mieter sind. Diese haben in der Regel heterogene Präferenzen, z.B. über die Größe, die Lage und die Ausstattung einer Unterkunft. Auch erfolgen Anmietungen typischerweise nicht bei unmittelbarem Bedarf, sondern mit einem gewissen Vorlauf. Daher ist ein dezentralisierter Mechanismus sinnvoll, bei dem die Anbieter die Preise selbst setzen und potentielle Mieter die Möglichkeit haben, nach passenden Unterkünften zu suchen.<sup>8</sup>

Die neuen digitalen Technologien haben dazu geführt, dass die Transaktionskosten, vor allem bezüglich der Suche nach geeigneten Angeboten und die Informationen über den jeweiligen Anbieter bzw. Nachfrager, drastisch zurückgegangen sind. Dadurch konnten Online-Marktplätze entstehen, die es den Eigentümern von Gütern mit freien Kapazitäten ermöglichen, mit Nachfragern entsprechender Leistungen in Kontakt zu treten und Transaktionen durchzuführen. Bevor sich diese technische Entwicklung vollzogen hatte, waren die Transaktionskosten so erheblich, dass Märk-

---

<sup>7</sup> In bestimmten Marktsegmenten spielen allerdings die spezifischen Charakteristika von Fahrer und Fahrzeug eine größere Rolle. Dies gilt z.B. für Rollstuhlfahrer, die entsprechend ausgestattete Fahrzeuge benötigen aber auch bei der Nachfrage nach einem Limousinenservice. Daher werden diese Angebote auch getrennt bepreist. Vgl. hierzu auch Abschnitt 5.1.

<sup>8</sup> Zu zentralisierten und dezentralen Preissetzungsmechanismen in der Sharing Economy vgl. Einav et al. (2015).

te für die kurzzeitige Nutzung unterausgelasteter Kapazitäten bei dauerhaften Gütern nicht existieren konnten – das Marktsystem war unvollständig.

### 3.2 Sharing-Plattformen und die Entstehung neuer Märkte

Vor dem Aufkommen der Sharing-Plattformen konnten Konsumenten bestimmte Güter nur als „Bündel“ erwerben, z.B. eine Bohrmaschine, die einem Akteur bis zu ihrem Weiterverkauf oder bis zum Ende ihrer Lebensdauer kontinuierlich zur Verfügung stand – der Verkauf eines temporären Nutzungsrechts war häufig nicht möglich. Allein die Such- und Informationskosten, um einen entsprechenden Transaktionspartner zu finden, waren so hoch, dass ein solcher Markt nicht entstehen konnte. Lediglich innerhalb eines sozialen Kontextes war ein zeitweiliges Überlassen möglich, beispielsweise in der Familie, zwischen Freunden oder in der Nachbarschaft. Aufgrund der technologischen Entwicklungen hat sich die Möglichkeit eröffnet, diese temporären Nutzungsrechte, die bislang nur als Bündel in Form einer Sequenz temporärer Güter, verfügbar waren, nun zu „entbündeln“ und sie als einzelne, unabhängige Güter auf Online-Marktplätzen zwischen Privatpersonen zu handeln.

Konzeptionell entspricht eine solche Interpretation von Gütern der Definition, wie sie in der Wirtschaftstheorie üblich ist. So werden im Arrow-Debreu Modell des allgemeinen Gleichgewichts Güter und Dienstleistungen unterschieden nach ihren physischen Eigenschaften, dem Ort und dem Zeitpunkt ihrer Bereitstellung.<sup>9</sup> So ist die Nutzung eines Hotelzimmers an einem bestimmten Ort zu einem bestimmten Zeitpunkt und für eine bestimmte Dauer ein ökonomisches Gut und der Preis für dieses Gut ist der Mietpreis für den entsprechenden Zeitraum (Debreu 1959, S. 31).

Wenn man die Zeitpunkte z.B. als Tage oder Stunden auffasst, dann zeichnet sich ein vollständiges Marktsystem dadurch aus, dass es für alle derart definierten Güter jeweils einen Markt gibt, auf dem diese Güter gehandelt werden können. Für die temporäre Nutzung dauerhafter Güter gab es häufig keine Märkte - man konnte ein Gut in der Regel nur dann nutzen, wenn man daran Eigentum erworben hat. Das Vermieten eines Gutes für einen begrenzten Zeitraum, d.h. der Verkauf eines zeitlich begrenzten Nutzungsrechts, war aufgrund von Transaktionskosten nicht sinnvoll. Lediglich in wenigen Marktsegmenten wie z.B. bei Mitwohn- oder Mitfahrzentralen gab es diese Möglichkeit, in der Regel jedoch nur für eine mehrwöchige Mietdauer bzw. für Fahrten über größere Entfernungen. In diesem Sinne war das Marktsystem unvollständig. Durch die Senkung der Transaktionskosten sind neue Märkte, Güter und Marktinstitutionen entstanden, eine Entwicklung, die als eine Ergänzung des bestehenden Marktsystems aufzufassen ist und tendenziell zu einer effizienteren Allokation von Ressourcen führen dürfte. Dies bedeutet jedoch nicht, dass auch der Ressourcenverbrauch zurückgeht (vgl. hierzu Abschnitt 4.1).

Die Ergänzung des bestehenden Marktsystems durch die Sharing-Economy zeigt sich insbesondere daran, dass sie sich zuerst in den Branchen etabliert hat, in denen bereits seit langem Unternehmen aktiv sind, die langlebige Konsumgüter zur zeitlich beschränkten Nutzung anbieten, nämlich Transport (Taxiunternehmen, Mietwagenfirmen) und Unterkunft (Hotels, Pensionen, Bed and Breakfast, Jugendherbergen). In

---

<sup>9</sup> Bei Unsicherheit werden Güter zusätzlich noch nach dem „Zustand der Welt“ unterschieden.

beiden Sektoren sind die Unternehmen bestrebt, z.B. durch die Verwendung elektronischer Buchungssysteme, durch Standardisierung und dem Ausnutzen von Skalenerträgen, die Transaktionskosten gering zu halten. Aber erst aufgrund der neuen Technologien sind diese Kosten so weit zurückgegangen, dass nun auch private Anbieter in größerem Maße auf den Märkten für Fahrdienstleistungen und Unterkunft aktiv werden konnten.

Allerdings eignen sich nicht alle Güter für ein Vermieten für begrenzte Zeiträume. Drei wesentliche Aspekte sind anzuführen: Es muss sich um Güter handeln, die einen vergleichsweise hohen Preis haben, da sich ansonsten selbst bei geringen Transaktionskosten die Anschaffung lohnt. Güter, die man selbst häufig und regelmäßig nutzt, wie z.B. Radiogeräte oder HiFi-Anlagen, werden eher erworben als gemietet. Da das Mieten eines Gutes eine gewisse Planung voraussetzt, sind Güter, die für bestimmte plötzliche und überraschende Ereignisse vorgesehen sind, wie z.B. ein elektrischer Heizlüfter bei Ausfall der Heizung, ein Feuerlöscher im Brandfall oder ein Pfefferspray zur Abwehr aggressiver Kampfhunde für eine Vermietung ungeeignet. Potentielle Güter, die für eine Vermittlung über Sharing-Plattformen in Frage kommen, zeichnen sich daher durch einen vergleichsweise hohen Preis, ungenutzte Kapazitäten sowie durch eine „planbare“ Nutzung aus, wobei der Planungshorizont, wie im Fall von Fahrdienstleistungen, auch nur wenige Minuten betragen kann.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass der Begriff „Sharing-Economy“ bzw. „Ökonomie des Teilens“ für Online-Marktplätze zu Missverständnissen einlädt. Wie deutlich gemacht wurde, geht es auch in der Ökonomie des Teilens letztlich um nichts anderes als den Kauf bzw. Verkauf von Gütern in Form temporärer Nutzungsrechte. Dass dies als ein „Teilen“ interpretiert wird, liegt vermutlich daran, dass das gleiche physische Produkt sequentiell von mehreren Akteuren genutzt wird. Ökonomisch gesehen handelt es sich jedoch nicht um ein Teilen, sondern um die Nutzung privater Güter, die – im Unterschied zu öffentlichen Gütern, Club- oder Allmendegütern durch eine Rivalität im Konsum und durch Ausschließbarkeit gekennzeichnet sind.<sup>10</sup> Eine gemeinsame Nutzung oder ein Teilen ist bei privaten Gütern aufgrund der Rivalität im Konsum schon konzeptionell nicht denkbar.<sup>11</sup> In diesem Sinne führt die Bezeichnung „Sharing-Economy“ oder „Ökonomie des Teilens“ in die Irre. Es ist ein Mythos, dass es sich bei der Sharing-Economy um eine Revolution, eine neue Form des Wirtschaftens handele. Auch in der „Ökonomie des Teilens“ geht es letztlich um nichts anderes als den Kauf und Verkauf von Gütern. Allerdings erfolgt in manchen Fällen die Nutzung zum Preis von Null oder einem aus Sicht des Nutzers sehr niedrigen Preis. Dann kann aus Sicht desjenigen, der die Nutzung anbietet, der Eindruck entstehen, er würde ein Produkt „teilen“.

---

<sup>10</sup> Dass zwischen öffentlichen und privaten Gütern ein gravierender Unterschied besteht, scheint einigen Verfechtern der Sharing-Economy zumindest unterschwellig bewusst zu sein. So schreiben Botsman/Rogers: „We share our roads, parks, schools, and other public spaces, but we draw the line on other areas of our life, such as our personal belongings.“ Botsman/Rogers (2011), S. 68.

<sup>11</sup> Allerdings ist zu berücksichtigen, dass bei bestimmten Gütern, wie z.B. bei Musikaufnahmen, Filmen oder Büchern, durch die Digitalisierung und damit die kostenlose Reproduktion in beliebiger Menge die Nichtrivalität im Konsum nicht mehr besteht. Hier ist in der Tat ein „Teilen“ möglich, weil von einem digitalen Gut Kopien in beliebiger Menge und in gleicher Qualität zur Verfügung stehen, ohne dass Kosten entstehen.

### 3.3 Bewertungssysteme und Reputation

Online-Marktplätze ermöglichen Transaktionen zwischen Privatpersonen, die sich nicht kennen und keine Vertrauensbasis aufbauen konnten. Unvollständige oder asymmetrische Information über die Eigenschaften und das Verhalten der Transaktionspartner können zu Problemen adverser Selektion und moral Hazard führen. Der Erfolg einer Sharing-Plattform hängt daher ganz entscheidend davon ab, wie gut er diese Informationsprobleme in den Griff bekommt.

Ohne zusätzliche Informationen kann sich der Mieter einer Unterkunft nicht sicher sein, dass das Objekt tatsächlich die angegebene Qualität hat, und der Vermieter weiß a priori nicht, ob der Mieter die Wohnung in einem ordnungsgemäßen Zustand hinterlässt oder ob er sie verwüstet vorfindet oder bestohlen wird. Auch bei Fahrdienstvermittlern stellen sich vergleichbare Probleme: Erfüllt das Fahrzeug die technischen Anforderungen und sind die fahrerischen Qualitäten des Fahrers zufriedenstellend? Wird der Fahrgast den Fahrpreis bezahlen, wird er das Fahrzeug verschmutzen oder während der Fahrt randalieren? Diesen Problemen asymmetrischer Information kann mit Überprüfung und Zertifizierung der Plattform eventuell verbunden mit einer Garantie, mit externer Kontrolle möglicherweise bei staatlich festgesetzten Mindeststandards, oder durch den Aufbau einer Reputation der Marktteilnehmer begegnet werden.

Manche Informationsprobleme können von einer Plattform direkt gelöst werden. Das gilt insbesondere bezüglich der Bezahlung. So kann ein Online-Marktplatz den Eingang der Zahlung bei der Buchung einfordern, die Auszahlung aber erst nach der Nutzung veranlassen. Im Fall der Vermietung einer Unterkunft ist damit sichergestellt, dass der Mieter zahlt und der Vermieter nur im Fall der erfolgten Bereitstellung der Unterkunft den vereinbarten Betrag auch erhält.

Andere Informationsprobleme bestehen jedoch weiter: Sharing-Plattformen versuchen, Probleme adverser Selektion und moral Hazard durch die Verwendung von Bewertungs- bzw. Ratingsystemen zu reduzieren.<sup>12</sup> Diese Systeme ermöglichen es den Nutzern, die Qualität der Transaktion bzw. des Transaktionspartners zu bewerten. Aus den aggregierten Bewertungen, die ein Akteur von seinen früheren Transaktionspartnern erhalten hat, ergibt sich die Reputation eines Anbieters bzw. Nachfragers. Da diese Information öffentlich gemacht wird, kann ein Akteur seine Qualität gegenüber potentiellen Transaktionspartnern teilweise offenlegen. Neben der Information, die die Nutzer über ihren jeweiligen Partner erhalten, schaffen diese Ratingssysteme außerdem einen Anreiz, Fehlverhalten zu vermeiden, da der damit verbundene Reputationsverlust zu geringeren Erlösen in der Zukunft führt.

Rating- und Reputationssysteme wurden vor allem von Verkaufsplattformen wie eBay entwickelt, das mit verschiedenen Formen solcher Bewertungssysteme gearbeitet hat. Dabei hat sich herausgestellt, dass zweiseitige Mechanismen nur einen geringen Informationsgehalt haben, wenn das Feedback, das von einer Seite ge-

---

<sup>12</sup> Zu Rating- und Reputationssystemen allgemein vgl. Dellarocas (2003) und Liu (2011).

ben wird, auf die Bewertung durch die andere Seite konditioniert werden kann.<sup>13</sup> Von diesen Erfahrungen haben die neuen Sharing-Plattformen bei der Einführung ihrer Rating- und Reputationsmechanismen profitiert. So ist bei einer Verkaufsplattform das Informationsproblem aus Sicht des Verkäufers nur von geringer Bedeutung, da es um den Verkauf von Gütern geht, bei dem das Eigentum in die Hände des Transaktionspartners übergeht. Hier ist es für den Verkäufer unerheblich, wie der neue Eigentümer das Gut behandelt, sodass Informationen über den Käufer für den Verkäufer unwesentlich sind (Jiang/Tian 2015). In diesen Fällen reicht daher ein einseitiger Bewertungsmechanismus aus, bei dem lediglich der Käufer eine Bewertung des Verkäufers abgibt. Bei Sharing-Plattformen hingegen, in denen dauerhafte Güter nur vermietet werden, ist das Problem asymmetrischer Information jedoch zweiseitiger Natur, denn in diesen Fällen kann der Wert des dauerhaften Gutes durch das Verhalten des Mieters signifikant verringert werden, sodass der zukünftige Ertrag aus der eigenen Nutzung oder einer erneuten Vermietung deutlich reduziert wird. Daher sind Rating- und Reputationssysteme für die Akteure auf beiden Marktseiten notwendig, um Qualitätseigenschaften offenzulegen und beide Transaktionspartner davon zu überzeugen, dass das jeweilige Gegenüber sich angemessen verhält und seinen Verpflichtungen nachkommt.<sup>14</sup> Ohne derartige Rating- und Reputationssysteme könnten solche Sharing-Plattformen nicht existieren: Gäbe es keinerlei Qualitätskontrolle, wären nur wenige bereit, sich einem vollkommen unbekanntem Fahrer anzuvertrauen oder ihre Wohnung einem Fremden zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus geben solche Bewertungssysteme beiden Seiten einen Anreiz, eine möglichst gute Bewertung zu erzielen, um künftig weitere Transaktionen durchführen zu können.

Beim Ratingsystem, das von Uber eingesetzt wird, geben sowohl der Fahrer als auch der Fahrgast eine gegenseitige Bewertung ihres Verhaltens (Sauberkeit des Fahrzeugs, Fahrverhalten, Freundlichkeit, Pünktlichkeit etc.) ab, indem sie zwischen einem und fünf Sternen (Maximum) für die andere Marktseite vergeben. Sollte die durchschnittliche Bewertung des Fahrers unter ein bestimmte Niveau sinken, dann muss er damit rechnen, künftig nicht mehr als Fahrer berücksichtigt zu werden.<sup>15</sup> Auch Fahrgäste können bei gravierendem Fehlverhalten von einer Nutzung von Uber ausgeschlossen werden.

Airbnb verwendet ein Bewertungssystem sowohl in Textform als auch durch die Vergabe von Sternen für den Aufenthalt insgesamt sowie in einzelnen Kategorien (Sauberkeit, Lage, Freundlichkeit des Gastgebers etc.). Auch die Vermieter können eine Bewertung der Mieter sowohl als Text als auch durch die Vergabe von Sternen abgeben. Ein solches detailliertes Bewertungssystem ist für Airbnb sinnvoll, weil es sich bei den vermittelten Unterkünften um differenzierte Produkte handelt. Für ein

---

<sup>13</sup> Zur Entwicklung des Reputationssystems bei eBay vgl. Hui et al. (2014). Empirische Untersuchungen zum Reputationssystem von eBay sind Resnick/Zeckhauser (2002), Cabral/Hortaçsu (2010) und Klein et al. (2013).

<sup>14</sup> Zu zweiseitigen Ratingsystemen vgl. Bolton et al. (2013) und Fradkin et al. (2016).

<sup>15</sup> Bei einer durchschnittlichen Bewertung über 4.6. ist alles in Ordnung. Liegt die durchschnittliche Bewertung bezogen auf die letzten 100 Fahrten zwischen 4.3. und 4.6., dann muss der Fahrer seine durchschnittliche Bewertung bezogen auf die nächsten 25 Fahrten auf einen Wert von 4.6. oder darüber verbessern. Liegt die durchschnittliche Bewertung bezogen auf die ersten 25 Fahrten unter 4.3, wird das Konto des Fahrers deaktiviert. Vgl. <http://ubersouthflorida.com/how-does-the-rating-system-work/>

passendes Matching sind daher detailliertere Information sowohl über die Wohnung als auch den Mieter erforderlich.

Allerdings stellt sich auch bei den Bewertungssystemen eine Reihe von Problemen, die von den Online-Marktplätzen gelöst werden müssen, um die Transaktionskosten gering zu halten und das Funktionieren der Plattformen sicherzustellen. So sind die Mechanismen so auszugestalten, dass die Bewertungen möglichst unverzerrt erfolgen. Verzerrungen können in unterschiedlicher Form auftreten: Zum einen werden aufgrund mangelnder Anreize keine Bewertungen abgegeben oder nur dann, wenn die Qualität als besonders gut oder besonders schlecht empfunden, nicht jedoch, wenn die Qualität als durchschnittlich wahrgenommen wurde.<sup>16</sup> Fehlende Bewertungen sind auch darauf zurückzuführen, dass eine Bewertung in gewissem Sinn ein öffentliches Gut darstellt, da die Information allen Konsumenten zugute kommt. Es ist daher damit zu rechnen, dass insgesamt weniger als die effiziente Menge an Bewertungen abgegeben wird und nur stark vom Durchschnitt abweichende Qualitäten bewertet werden. Des Weiteren könnte eine Tendenz zu übertrieben positiven Bewertungen vorliegen, weil aufgrund der Wechselseitigkeit der Bewertungen die Befürchtung besteht, wegen einer negativen Bewertung selbst schlecht bewertet zu werden (Zervas et al. 2015, Slee 2015, Dellarocas/Wood 2007, Nosko/Tadelis 2014). Beispielsweise findet Slee (2015), dass 98% aller Bewertungen für BlaBlaCar das maximale Ergebnis von 5 Sternen ergeben haben – die schlechtest möglich Bewertung ist 1 Stern. Ähnliches dürfte auch für die Bewertung von Uber-Fahrern gelten, deren Konto bei einer Bewertung unter 4.3 deaktiviert wird, sodass davon auszugehen ist, dass die Fahrer in den meisten Fällen die maximale Bewertung erhalten. Für Airbnb wurde bei mehr als 50% aller Bewertungen das Maximum von 5 Sternen vergeben, bei 94% der Bewertungen wurden zwischen 4.5 und 5 Sternen vergeben. In all diesen Fällen weisen die Bewertungen eine J-förmige Verteilung auf.<sup>17</sup> Diese positive Verzerrung dürfte zumindest vielen regelmäßigen Nutzern bekannt sein und bei der Beurteilung der aggregierten Bewertung berücksichtigt werden. Eine Bewertung von 4.5 oder schlechter würde daher als inakzeptabel schlecht eingeschätzt werden.

Ein weiteres Problem besteht darin, dass Qualität in vielen Fällen kaum objektiv messbar ist und von unterschiedlichen Nutzern verschieden wahrgenommen wird, sodass für das gleiche Produkt unterschiedliche Bewertungen abgegeben werden – ein Kunde bevorzugt eine zügige und sportliche Fahrweise, während ein anderer einen größeren Wert auf Sicherheit legt. Bewertungen enthalten daher immer auch ein subjektives Element. Ein weiteres Problem von Bewertungssystemen könnte darin bestehen, dass die Ergebnisse manipuliert werden, z.B. indem sich die Akteure über die wechselseitigen Bewertungen koordinieren oder indem die Plattform selbst unwahre Bewertungen mittels imaginärer oder gekaufter Nutzer abgibt, um Nachfrage zu generieren. Mayzlin et al. (2014) zeigen, dass negative Bewertungen bestimmter Hotels vermutlich von Wettbewerbern in Auftrag gegeben wurden. Ein solches Verhalten kann auch bei Airbnb nicht ausgeschlossen werden, scheint jedoch weniger gravierend, da die Akteure jeweils persönlich – auch mittels ihres Facebook-Profiles – identifizierbar sind.

---

<sup>16</sup> Zu Verzerrungen bei Ratingsystemen vgl. Dellarocas/Narayan (2006), Dellarocas/Wood (2008), Fradkin et al. (2016).

<sup>17</sup> Zur positiven Verzerrung bei Online-Bewertungen vgl. Hu et al. (2009) sowie Zervas et al. (2015) für Airbnb.

Es kann im Allgemeinen davon ausgegangen werden, dass Plattformen versuchen, durch ein entsprechendes Design des Bewertungssystems den Nutzern präzise und verlässliche Information zur Verfügung zu stellen und den Transaktionspartnern zu vermitteln, dass die Bewertungen nicht manipuliert wurden. So werden neue Qualitätssignale eingeführt, wie z.B. das des „zertifizierten Verkäufers“ bei eBay oder es wird vorgeschlagen, durch Informationen, die nur der Plattform zur Verfügung gestellt werden und die anderen Nutzern nicht zugänglich sind, inflationären Bewertungen entgegenzuwirken (Hui et al. 2014, Nosko/Tadelis 2015 Horton/Golden 2015). Als wesentlich für ein wirksames Bewertungssystem für Sharing-Plattformen wird zu meist die Wechselseitigkeit der Bewertungen betont, wobei etwaige Verzerrungen durch simultane Bekanntgabe reduziert werden können. Des Weiteren können Anreize zur Abgabe einer Bewertung geschaffen werden, um eine Verzerrung der aggregierten Bewertung zu vermeiden. Daneben könnte eine Angabe des Anteils der Transaktionen, die nicht bewertet wurden, weitere relevante Informationen liefern. Bei der Gewichtung der Bewertungen sollten aktuelle Angaben ein höheres Gewicht erhalten als ältere, da ansonsten die aktuelle Qualität nicht hinreichend berücksichtigt wird und die Akteure einen Anreiz haben, sich auf ihren Lorbeeren auszuruhen.<sup>18</sup>

Die Versuche, adverse Selektion und moralisches Risiko in den Griff zu bekommen, zeigen, dass es in der Sharing Economy nicht anders zugeht als im Rest der Volkswirtschaft. Obwohl Online-Marktplätze ein großes Interesse an effektiven Bewertungssystemen haben, ist nicht klar, inwieweit ein aus Sicht der Plattform optimales Bewertungssystem auch wohlfahrtsmaximierend ist, d.h., ob private und gesellschaftliche Interessen in dieser Hinsicht übereinstimmen. Anders ausgedrückt: Hat ein Online-Marktplatz einen Anreiz, ein effizientes Bewertungssystem einzusetzen? So könnte eine Sharing-Plattform auch weit in der Vergangenheit liegende Bewertungen stark im Reputationsindex berücksichtigen, um dadurch die Nutzer besser an die Plattform zu binden, weil sie ihr Reputationskapital nicht auf einen anderen Online-Marktplatz übertragen können. Solche Bewertungen sind jedoch, wie oben erläutert, möglicherweise wenig informativ und sollten daher in einem gesellschaftlich optimalen Bewertungssystem nicht oder zumindest weniger stark berücksichtigt werden. Die möglichen Unterschiede zwischen privat und sozial optimalen Bewertungssystem bedürfen weiterer Untersuchungen.

### **3.4 Die Organisation von Sharing-Plattformen**

Wie in Abschnitt 3.3 näher erläutert, müssen Online-Marktplätze Probleme asymmetrischer Information lösen, die die Nutzung der entsprechenden Angebote beeinträchtigen können. Hierbei treten eventuell haftungsrechtliche Fragen auf, wenn durch den unsachgemäßen Gebrauch einer Mietsache Schäden entstehen, z.B. wenn der Vermieter seine Wohnung verwüstet oder leergeräumt vorfindet, wenn ein Fahrgast den eigenen Wagen verschmutzt oder wenn beim „Kitchen-surfing“, bei dem man bei Hobbyköchen an einem Essen teilnimmt, die Gäste eine Lebensmittelvergiftung erleiden. Online-Marktplätze versuchen, diese Probleme durch entsprechende Versicherungen zu lösen. So garantiert Airbnb den Vermietern einen Ausgleich für Schäden oder Verluste bis zu 800.000 €, Uber und andere Fahrdienstvermittler versichern

---

<sup>18</sup> Zu den Eigenschaften eines effektiven Bewertungssystems vgl. ACCC (2015).



die Fahrgäste im Schadensfall bis zu 1 Mio. US\$, die Kitchensurfing-Plattformen Eatfeastly oder Eatwith versichern die Köche bis zu 1 Mio. US\$. Allerdings sind die Versicherungsbedingungen oftmals recht komplex und sind in ihrer Tragweite von juristisch nicht geschulten Nutzern häufig schwer zu erfassen.

Für Plattformen ist die Gewinnung von Nutzern von zentraler Bedeutung. Deshalb spielt die Präsentation und Vermarktung von Angeboten eine wichtige Rolle bei der Entwicklung des Geschäftsmodells. Bei Sharing-Plattformen handelt es sich um zwei- oder mehrseitige Märkte, die verschiedene Nutzergruppen zusammenführen, z.B. Anbieter von und Nachfrager nach Unterkunftsmöglichkeiten oder Fahrdiensten. Zwischen den Nutzergruppen bestehen positive Wechselwirkungen, die aufgrund der hohen Transaktionskosten ohne die Plattform nicht internalisiert werden können. Dies hat zur Folge, dass diese Märkte tendenziell von einer oder wenigen Plattformen dominiert werden, da die Teilnahme beispielsweise bei Airbnb für einen Vermieter umso attraktiver wird, je mehr potentielle Mieter auf der Plattform aktiv sind. Gleichzeitig ist es auch für einen Mieter besser, wenn auf dem Online-Marktplatz mehr attraktive Angebote vorhanden sind. Das Nutzungsverhalten auf einer Marktseite hängt damit vom Nutzungsverhalten auf der anderen Marktseite sowie den zu entrichtenden Preisen für Teilnahme und Nutzungsintensität, d.h., der Preisstruktur, ab.

Eine Plattform kann mit der Preisstruktur das Nutzungsverhalten der potentiellen Anbieter und Nachfrager steuern. In manchen Fällen verlangen Plattformen neben einer festen Gebühr für die Mitgliedschaft beim Online-Marktplatz, die für die beiden Gruppen unterschiedlich sein kann auch einen Anteil des Transaktionspreises. Sowohl bei Uber als auch bei Airbnb ist die Mitgliedsgebühr für beide Marktseiten allerdings null und die Plattformen erzielen ihre Einnahmen durch einen Anteil am Preis für die Nutzung des Fahrdienstes bzw. der Unterkunft.<sup>19</sup> So erhält Uber einen Anteil von 20% am Fahrpreis, bei Airbnb beträgt der Anteil, den die Gäste zahlen, zwischen 6% und 12%, die Gastgeber zahlen 3%, sodass insgesamt 9% bis 15% des Umsatzes bei Airbnb verbleibt.

Neben den Preisen, die die Nutzer an die Plattform zahlen, muss die Plattform darüber entscheiden, wie Transaktionspreise zwischen den Nutzern auf den beiden Marktseiten bestimmt werden. Konkret müssen sich Plattformen mit folgenden Fragen beschäftigen: Sollte, wie bei Uber, eine zentralisierte Preissetzung erfolgen oder sollte, wie bei Airbnb, ein dezentralisiertes Verfahren verwendet werden? Sollten die Preise mittels eines Auktionsverfahrens ermittelt werden oder ist eine algorithmische Preissetzung sinnvoll, wie sie z.B. beim so genannten „Surge pricing“ von Uber eingesetzt wird?

Des Weiteren stellt sich die Frage, inwieweit und in welcher Ausprägung ein Empfehlungssystem etabliert werden soll, in dem die erfassten Daten der Nutzer verwendet werden. Beispielsweise Amazon zeigt Produkte prominent auf Basis von Empfehlungssystemen.<sup>20</sup> Bei differenzierten Gütern, wie z.B. den Angeboten bei Airbnb, stellt sich ebenfalls die Frage, wie und in welcher Reihenfolge die Suchergebnisse

---

<sup>19</sup> Für eine Einführung in die ökonomischen Grundlagen der zweiseitigen Märkte vgl. Peitz (2006) sowie für eine Lehrbuchanalyse Belleflamme/Peitz (2015).

<sup>20</sup> Zur Ökonomie von Empfehlungssystemen siehe beispielsweise Kennes/Schiff (2008).

präsentiert werden sollten; auch dies kann auf Basis vorhandener Daten individualisiert werden. Dabei können Online-Marktplätze auf den Erfahrungen bestehender Plattformen, wie z.B. Handelsplattformen oder Suchmaschinen aufbauen. Für die Anbieter auf Sharing- Plattformen sind inzwischen Ratgeber erhältlich, die Hinweise und Anregungen geben, wie man durch die richtige Gestaltung seines Angebots höhere Einnahmen erzielen kann (Lavario 2015, Branson 2015).

In jüngster Zeit sind zu den Sharing-Plattformen noch eine Reihe komplementärer Angebote hinzugetreten, wie z.B. Guesty oder Guestify, die speziell für die Anbieter von Wohnraum über Airbnb Aufgaben übernehmen, die im Fall von Hotels vertikal integriert bereitgestellt wurden, wie z.B. das Beantworten von Anfragen, die Organisation der Schlüsselübergabe und die Reinigung der Wohnung. Sogar Meta- Wohnungsvermittlungen sind inzwischen entstanden, wie die Plattform „Can I Stay with You While I Rent My Place on Airbnb?“, die es ermöglichen, die eigene Wohnung zu einem lukrativen Preis zu vermieten, während man selbst woanders günstig unterkommt.<sup>21</sup> Hierbei können symbiotische Beziehungen zwischen solchen Diensteanbietern (die ebenfalls als Plattformen organisiert sein können) und Online-Marktplätzen entstehen.

Diese Entwicklungen machen deutlich, dass sowohl die zunehmende Bedeutung als auch die Organisation der Online-Marktplätze von einer ganzen Reihe von Faktoren abhängt. Allerdings scheint diese Entwicklung keineswegs abgeschlossen und es ist damit zu rechnen, dass künftig neue Angebote und Organisationsformen eingeführt werden.

### **3.5 Weitere Ursachen für das Entstehen der Sharing-Economy**

Mit der Sharing-Economy ist häufig die Erwartung verbunden, dass durch eine „gemeinsame“ oder „kollaborative“ Nutzung von begrenzten Ressourcen und die damit verbundene Abkehr von einem zunehmend ausufernden Besitzdenken, weniger Ressourcen „verschwendet“ werden und dauerhafte Konsumgüter effizienter genutzt werden können. Nicht mehr der Besitz von Gütern sei entscheidend, sondern die Möglichkeit des Zugangs zu Gütern und Dienstleistungen (Rifkin 2000). Diese Erwartung hat viele umweltbewusste Menschen veranlasst, Angebote der Sharing-Economy zu nutzen. Somit kann als ein Grund für das Entstehen der „Ökonomie des Teilens“ die bewusste oder unbewusste Abkehr vom Besitzdenken gesehen werden.<sup>22</sup> Hierzu könnte auch die geringere Bedeutung von bestimmten Luxusgüter als Statussymbole mit entsprechender Signalisierungsfunktion beitragen (Corneo/Jeanne 1997). Allerdings ist zu beachten, dass aufgrund des flexibleren Zugangs zu hochwertigen Produkten die Nachfrage nach statusträchtigem Konsum auch zunehmen kann.

---

<sup>21</sup> Die Geschäftsidee der Plattform lautet „You’re making loads of cash by renting your place. You’d make even more if you had somewhere to stay so you can rent it more often.“

<sup>22</sup> Allerdings ist, wie in Abschnitt 4.1 dargelegt wird, aus ökonomischer Sicht nicht klar, ob die Sharing-Economy tatsächlich, wie von ihren Verfechtern erhofft, zu einem Rückgang des Verbrauchs knapper Ressourcen und zu einer größeren Nachhaltigkeit führt.

Die Wirtschaftskrise und der damit verbundene Einkommensrückgang in Teilen der Bevölkerung wird als weitere Ursache für das Entstehen der Sharing-Economy gesehen. Demnach führte das geringere Einkommen dazu, dass bestimmte kostspielige dauerhafte Konsumgüter nicht mehr angeschafft wurden. Dies führte zu einer steigenden Nachfrage nach einer temporären Nutzung dieser Güter, die im Vergleich zum Erwerb deutlich günstiger ist. Bei finanziellen Engpässen ist auch von Seiten der Anbieter ebenfalls eine größere Bereitschaft zu erwarten, Wohnraum vermehrt zur temporären Nutzung durch Dritte anzubieten.

Als weitere Erklärung für das Entstehen der Sharing-Economy kann der bereits seit längerem zu beobachtende Bedeutungsverlust enger sozialer Beziehungen genannt werden. Familienstrukturen sind lockerer geworden und es ist eine zunehmende Mobilität zu verzeichnen die mit einer verstärkten Urbanisierung und Vereinzelung einhergeht.<sup>23</sup> Dies hatte zur Folge, dass der direkte Tausch von Gütern und Dienstleistungen, wie er in stabilen und dauerhaften sozialen Netzwerken üblich ist, deutlich an Relevanz eingebüßt hat. Da die Nachfrage nach der Nutzung von Gütern und Dienstleistungen nun nicht mehr in gleichem Umfang durch einen direkten Tausch in Form eines quid pro quo oder durch anderweitig motivierte Nachbarschaftshilfe gedeckt werden konnte, blieb diese Nachfrage entweder unbefriedigt, oder man war gezwungen, die erforderlichen Geräte, wie z.B. ein Elektrowerkzeug oder die benötigten Dienstleistungen, auf einem entsprechenden Markt zu erwerben. Als Alternative bieten Sharing-Plattformen, insbesondere in Städten mit zahlreichen Anbietern und Nachfragern sowie geringen Transportkosten, nunmehr die Möglichkeit, die Nachfrage nach temporären Gütern und Dienstleistungen durch Markttransaktionen zu decken.

## 4 Auswirkungen der Sharing-Economy

### 4.1 Ökonomische Auswirkungen

Wenn durch Sharing-Plattformen die vorhandenen Ressourcen effizienter genutzt werden, dann, so die Verfechter einer „Ökonomie des Teilens“, müssten weniger dauerhafte Konsumgüter angeschafft werden. Es wird daher argumentiert, dass die Sharing-Economy zu einem geringeren Ressourcenverbrauch, weniger Umweltbelastung und einer größeren Nachhaltigkeit führe. (Botsman/Rogers 2011). Die Realität ist allerdings komplexer und es ist deshalb sinnvoll, sich näher mit den Auswirkungen der Sharing-Economy zu beschäftigen.

**Allokative Effekte und ökonomische Wohlfahrt.** Bei der ökonomischen Analyse der Auswirkungen der Sharing-Economy ist es hilfreich, zwischen einer kurz- und langfristigen Sicht zu unterscheiden. Bei einer kurzfristigen Betrachtung wird von einer gegebenen Menge an Gütern mit freien Kapazitäten ausgegangen, die über Sharing-Plattformen für eine kurzzeitige Nutzung angeboten werden. Mit anderen Worten: kurzfristig stehen die Eigentümer und die potentiellen Nachfrager nach der Nutzung fest, die, abhängig von den Konditionen, wählen, ob sie das Gut anmieten.

---

<sup>23</sup> Vgl. z. B. Beck (2015), der auf die zunehmende Individualisierung und die damit verbundene Herauslösung der Individuen aus historisch vorgegebenen Sozialformen und -bindungen schon seit längerer Zeit hingewiesen hat.

Langfristig können die Konsumenten jedoch darüber entscheiden, ob sie Gut erwerben oder es lediglich bei Bedarf mieten, d.h., ob sie als Anbieter oder Nachfrager agieren oder ob sie dem Markt ganz fernbleiben. Auch die Hersteller dauerhafter Güter, deren Nutzung über Sharing-Plattformen vermittelt wird, werden langfristig mit Änderungen ihrer Preispolitik und der Qualität der Güter reagieren. Sowohl bei einer kurzfristigen als auch einer langfristigen Betrachtung kann es Auswirkungen auf die Nachfrage nach Substituten und Komplementen geben, sodass die Effekte auf verknüpfte Märkten bei einer Analyse zu berücksichtigen sind.<sup>24</sup>

Kurzfristig profitieren sowohl die Anbieter und Nachfrager von Nutzungsleistungen, als auch die Sharing-Plattform von den zusätzlichen Möglichkeiten, die sich durch die neuen Angebote ergeben (Horton/Zeckhauser 2016). Der Grund hierfür ist, dass durch eine Absenkung der Transaktionskosten ein neuer Markt entsteht, auf dem durch Handel Wohlfahrtsgewinne realisiert werden. Da die Teilnahme am Handel freiwillig ist und sich die Alternativen für die Beteiligten nicht ändern (oder allenfalls verbessern), stellen sich alle besser, die an den Transaktionen beteiligt sind. Bei der kurzzeitigen Vermietung beispielsweise von Wohnungen können Angebot und Nachfrage aufgrund eines Schneeballeffekts, der nach der Einrichtung einer Plattform zum Tragen kommt, möglicherweise massiv ausgeweitet werden. Dies gilt beispielsweise dann, wenn jemand, der seine Nachfrage nach einer temporären Unterkunft bei Airbnb befriedigt, im Gegenzug seine eigene Wohnung ebenfalls zur Vermietung anbietet. Somit kann ein kleines zusätzliches Angebot zu einem deutlich höheren Transaktionsvolumen führen.

**Ressourcenverbrauch und Umweltbelastung in der kurzen Frist.** Kurzfristig ist die Menge der genutzten dauerhaften Konsumgüter fix. Deshalb ist der Ressourcenverbrauch, der zu ihrer Produktion benötigt wird, unverändert. Allerdings führt die Bereitstellung von Gütern über Sharing-Plattformen zu einer Änderung der Umweltbelastung. Würden in gleichem Maße weniger Hotelbetten belegt wie zusätzlich Privatunterkünfte angemietet werden, so wird die Umweltbelastung verringert, wenn beispielsweise der Wasserverbrauch oder das Müllaufkommen zurückgeht. Werden Privatunterkünfte von Personen angemietet, die andernfalls zuhause geblieben wären und dort weniger Wasser verbraucht oder Müll erzeugt hätten, so steigt hingegen die Umweltbelastung. Eine erhöhte Umweltbelastung kann auch aufgrund des Konsums einer komplementären Dienstleistung verursacht werden. So können Airbnb-Angebote dazu verleiten, mehr zu reisen und selbst für einen Kurzurlaub Flüge zu weiter entfernten Reisezielen zu buchen. In der kurzen Frist hängt es somit vom Konsumentenverhalten, der Art der Nutzung eines langlebigen Konsumgutes sowie seinen Substituten und Komplementen ab, ob die Umweltbelastung durch Sharing-Plattformen verringert oder erhöht wird.

---

<sup>24</sup> In vielen Beispielen schafft eine Sharing-Plattform Märkte für die temporäre Nutzung eines langlebigen Konsumgutes, das sonst nur vom Besitzer konsumiert würde. Alternativ könnten Konsumenten das benötigte Gut auch gebraucht auf einem Second-hand Markt, wie z.B. auf einem Flohmarkt oder bei eBay, erwerben und nach Gebrauch sofort wieder zu verkaufen. Allerdings bestehen hier erhebliche Probleme in Form von adverser Selektion und moral Hazard auf Seiten der Verkäufer, sodass diese Alternative sich in vielen Fällen als nicht attraktiv erweisen dürfte, weil die genannten Probleme zwar auch auf Sharing-Plattformen grundsätzlich vorhanden sind, aber in deutlich geringerem Ausmaß.

Wenn Sharing-Plattformen neue Märkte schaffen und Substitutions- und Komplementbeziehungen keine Rolle spielen, so errechnet sich die Umweltbelastung in der kurzen Frist auf Basis der zusätzlichen Nutzung des langlebigen Konsumgutes. Beispielsweise verbraucht auch ein Auto, das über Uber bestellt wird, Benzin und ebenso entstehen beim Versand von langlebigen Konsumgütern Umweltbelastungen (z.B. einer Auslieferung per Paketdienst). Wenn es also in einer langfristigen Betrachtung zu einem geringeren Ressourcenverbrauch und damit einer niedrigeren Umweltbelastung kommt, ist diese der höheren Umweltbelastung aufgrund der erhöhten Nutzungsintensität gegenüberzustellen. Ein geringerer Ressourcenverbrauch ist langfristig allerdings keinesfalls garantiert.

**Langfristige Anpassung der Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern und Ressourcenverbrauch.** Im Folgenden ist daher näher zu untersuchen, wie sich die Sharing Economy auf die Produktion dauerhafter Konsumgüter auswirkt. Langfristig haben die Konsumenten die Möglichkeit, darüber zu entscheiden, ob sie das Gut erwerben oder ob sie die Nutzung mittels einer Sharing-Plattform sicherstellen wollen. So könnten Konsumenten, die ohne ein entsprechendes Angebot das Gut erworben hätten, nun auf den Kauf verzichten und stattdessen ihren Bedarf mittels eines Online-Marktplatzes decken. Dies würde dazu führen, dass insgesamt weniger Güter gekauft und die vorhandenen durch die temporäre Vermietung intensiver genutzt werden.<sup>25</sup> Allerdings ist nicht auszuschließen, dass auch das entgegengesetzte Ergebnis resultiert. So könnten Konsumenten, die das Gut bislang nicht erworben haben, aufgrund der Möglichkeit, durch das temporäre Vermieten ein zusätzliches Einkommen zu erzielen, sich dafür entscheiden, das Gut zu kaufen und auf der Sharing-Plattform anzubieten, wenn sie es selbst nicht nutzen (Benjaafar et al. 2015, Horton/Zeckhauser 2016). Dies kann dazu führen, dass insgesamt mehr von einem Gut erworben wird. So könnte es beispielsweise für einige Konsumenten attraktiv sein, eine Zweitwohnung an ihrem Lieblingssort zu erwerben, weil durch eine auch kurzzeitige Vermietung über Airbnb zusätzliche Einnahmen generiert werden können, die den Kauf lohnend machen. Allerdings stehen diesen Konsumenten auch andere Wohnungen zur Anmietung zur Verfügung, sodass der Gesamteffekt a priori nicht klar ist.

Im Folgenden erläutern wir anhand von zwei numerischen Beispielen, dass der Gesamteffekt in der Tat positiv oder negativ sein kann. Im ersten Beispiel benötigen 1000 Haushalte einen Bohrhammer im Schnitt 5,2 Wochen pro Jahr und Haushalt. Ein Verleihen sei zunächst nicht möglich und die Zahlungsbereitschaft, berechnet auf die Lebensdauer des Bohrhammers für den exklusiven Gebrauch, liege über dem Kaufpreis (der bei vollständiger Konkurrenz der Hersteller gleich den Grenzkosten ist). Damit werden 1000 Bohrhammer verkauft, wenn es keine Sharing-Plattform gibt.

Unterstellen wir ferner, dass Bohrhämmer zu konstanten Grenzkosten produziert werden und kein Hersteller von Bohrhämmern über Marktmacht verfügt. Des Weiteren gehen wir davon aus, dass die Opportunitätskosten des Mietens und Vermietens vernachlässigbar sind und ein Bohrhammer eine feste Lebensdauer hat, die unab-

---

<sup>25</sup> So zeigen Fraiberger/Sundararajan (2015) im Rahmen eines dynamischen Modells, dass insbesondere bei Kraftfahrzeugen, tendenziell eine Substitution von Eigentum durch Miete stattfindet, von der vor allem Konsumenten mit unterdurchschnittlichem Einkommen profitieren.

hängig von der Nutzungsintensität ist.<sup>26</sup> Auf einer Sharing-Plattform bieten dann 100 Haushalte ihre Bohrhämmer für 46,8 Wochen pro Jahr an. Die übrigen 900 Haushalte befriedigen ihre Nachfrage durch das Anmieten eines Bohrhammers. Das bedeutet, dass durch die Sharing-Plattform der Besitz von Bohrhämmern langfristig von 1000 auf 100 zurückgeht. Entsprechend verringert sich der Ressourceneinsatz für die Produktion von Bohrhämmern drastisch.

Im zweiten hypothetischen Beispiel betrachten wir dieselbe Situation mit dem Unterschied, dass die Zahlungsbereitschaft für den exklusiven Gebrauch kleiner als die Grenzkosten ist. Allerdings unterstellen wir, dass die Summe der Zahlungsbereitschaften von 10 Haushalten die Grenzkosten übersteigt. In einer solchen Situation wird kein einziger Bohrhämmer verkauft, solange es keine Sharing-Plattform gibt. Existiert hingegen eine Sharing-Plattform, deren Nutzung nicht mit Kosten verbunden ist, werden 100 Bohrhämmer verkauft. Das bedeutet, dass der Ressourceneinsatz für die Produktion von Bohrhämmern stark ausgeweitet wird.

**Reaktionen der Hersteller dauerhafter Konsumgüter.** Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass auch die Unternehmen, die Güter herstellen, deren Nutzung über Sharing-Plattformen angeboten wird, sowohl mit ihrer Preispolitik als auch mit der Qualität und den Eigenschaften ihrer Produkte reagieren werden. Es ist zu erwarten, dass durch die Existenz solcher Plattformen die Händler die Preise ihrer Produkte entsprechend der geänderten Nachfrage anpassen werden, sofern die Grenzkosten der Produktion nicht konstant sind oder Hersteller über Marktmacht verfügen.<sup>27</sup> Aufgrund der zunehmenden Bedeutung von Sharing-Plattformen ist damit zu rechnen, dass Unternehmen auch die Qualität ihrer Produkte an die zu erwartende intensivere Nutzung anpassen werden, was mit höheren Preisen verbunden sein kann (Jiang/Tian 2015). Ebenso sind Anpassungen der Güter an die spezifischen Anforderungen der Nutzung über Sharing-Plattformen zu erwarten, wie z.B. Schlösser an Fahrzeugen oder Wohnungen, die mittels eines Codes geöffnet werden können, um die Transaktionskosten einer Schlüsselübergabe zu verringern (Horton/Zeckhauser 2016).

**Substitutionsbeziehungen mit anderen Produkten.** Da eventuell die Nachfrage nach Substituten durch den Handel auf der Sharing-Plattform zurückgeht, können die Anbieter dieser Substitute schlechter gestellt werden. Wenn beispielsweise eine größere Zahl der Teilnehmer an einem Kongress eine Privatunterkunft über Airbnb bucht, geht die Nachfrage nach Hotelzimmern zurück. Das reduziert die Erlöse, die Hotels erzielen und führt zu geringeren Preisen. Aufgrund der niedrigeren Zimmerpreise stellen sich nun allerdings diejenigen besser, die im Hotel übernachten. Das bedeutet, dass durch die Sharing-Economy ökonomische Renten auch in Märkten für Substitute verändert werden. Es gilt, dass Nachfrager nach Substituten sich verbessern, während sich die Anbieter schlechter stellen.

---

<sup>26</sup> Letzteres ist natürlich unrealistisch, hilft uns aber, ein sehr einfaches Zahlenbeispiel zu konstruieren. Was wir für unser Ergebnis lediglich benötigen, ist, dass die verbleibende Lebensdauer eines langlebigen Konsumgutes auch bei Nichtnutzung über die Zeit hinweg abnimmt.

<sup>27</sup> Jian/Tian (2015) zeigen, dass die Auswirkungen auf die Konsumentenrente und Gewinne davon abhängen, ob es sich um Produkte handelt, deren Herstellung mit hohen oder geringeren Grenzkosten verbunden ist. Im ersten Fall profitieren sowohl die Konsumenten als auch die Firmen, im zweiten Fall stellen sich beide Gruppen schlechter. Vgl. auch Benjaafar et al. (2015)

**Wettbewerb mit traditionellen Unternehmen.** Besondere Probleme aufgrund des Wettbewerbs zwischen Sharing-Plattformen und herkömmlichen Unternehmen entstehen vor allem dann, wenn diese durch Regulierungsvorschriften in ihren Reaktionsmöglichkeiten auf das zusätzliche Angebot eingeschränkt sind. Hier sind vor allem die Bereiche des Taxi- und des Hotelgewerbes zu nennen, die vergleichsweise strikten Regulierungsvorschriften unterliegen und in denen Sharing-Plattformen – möglicherweise auch aus diesem Gründen – von erheblicher Bedeutung sind. Gerade um diese Bereiche geht es zumeist in der öffentlichen Diskussion, denn von Kritikern der Sharing-Economy wird häufig vorgebracht, dass die Online-Marktplätze nur deshalb prosperieren, weil sie diesen Vorschriften nicht unterliegen oder sie schlicht nicht beachten und deshalb niedrigere Preise verlangen können als herkömmliche Anbieter (Baker 2015, Schlenker 2015).

**Empirische Ergebnisse.** Erste empirische Untersuchungen haben deutlich gemacht, dass das zusätzliche Angebot der Sharing-Economy zum Teil erhebliche Auswirkungen auf das Hotel- und das Taxigewerbe hat. So zeigen Zervas et al. (2016), dass die Erlöse von Hotels in Austin, Texas durch Airbnb im Umfang von 8%-10% zurückgegangen sind, wobei Hotels in den unteren Preiskategorien überproportional betroffen sind. Diese hatte zur Folge, dass die betroffenen Hotels die Zimmerpreise in allen Jahreszeiten reduziert haben.

Auf Taxi-Unternehmen scheinen die Auswirkungen von Plattformen wie Uber zum Teil noch dramatischer zu sein. In San Francisco sank die Zahl der Fahrten pro Taxi von 1200 im Juli 2012 auf 500 im Juli 2014 (Bond 2015, S. 87). Dies wurde als ein zentraler Grund dafür genannt, dass das größte Taxi-Unternehmen der Stadt Konkurs anmelden musste.<sup>28</sup> In New York ist die Zahl der täglichen Taxifahrten ebenfalls erheblich zurückgegangen, die Umsätze sind gesunken und entsprechend sind auch die Preise für Taxi-Lizenzen stark gefallen. Wurden für eine Taxi-Lizenz, ein so genanntes Medaillon, von denen von der New York City Taxi & Limousine Commission (TLC) nur eine begrenzte Anzahl ausgegeben wird, im Jahr 2013 noch 1,32 Mio. US\$ gezahlt, so lag der Preis im August 2015 nur noch bei 650.000 US\$. Dies wird auf die Konkurrenz von Uber und anderer Fahrdienstvermittler zurückgeführt.<sup>29</sup> Auswirkungen betreffen auch die Qualität der angebotenen Dienstleistungen: So zeigt Wallsten (2015) anhand von Daten aus New York und Chicago, dass die Qualität der Taxifahrten aufgrund der Konkurrenz von Uber und anderer Fahrdienstvermittler gestiegen ist: Es gibt deutlich weniger Beschwerden über nicht funktionierende Klimaanlage, defekte Kreditkartenleser oder unfreundliches Verhalten des Taxifahrers.

Erste Untersuchungen über die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt für Uber-Fahrer haben gezeigt, dass die größere Flexibilität in der Gestaltung der Arbeitszeit ein wesentliches Kriterium dafür ist, Fahrdienstleistungen anzubieten. Die für Uber tätigen Fahrer ähneln hinsichtlich ihrer Alters und ihrer Ausbildung eher dem Durchschnitt der Erwerbsbevölkerung als dem der Taxifahrer. Erklärungen hierfür könnten darin liegen, dass Uber als Überbrückungsmöglichkeit während der Suche nach einem festen Arbeitsplatz genutzt wird. Im Vergleich zu herkömmlichen Taxis werden aufgrund

---

<sup>28</sup> Siehe <http://www.sfexaminer.com/yellow-cab-to-file-for-bankruptcy/>.

<sup>29</sup> Siehe <http://www.bloomberg.com/features/2015-taxi-medallion-king/>.

des Rating-Systems eher gut qualifizierte Arbeitnehmer von Uber attrahiert, da diese tendenziell besser bewertet werden, eine entsprechende Reputation aufbauen und dadurch ein höheres Einkommen erzielen können (Hall/Krueger 2015). Aktivitäten auf Sharing-Plattformen können darüber hinaus auch ein erster Schritt in die Selbstständigkeit sein (Sundararajan 2014).

## 4.2 Externe Effekte und soziale Beziehungen

**Externe Effekte.** Neben den über Märkte wirkenden Effekten der neuen Sharing-Plattformen können sie darüber hinaus auch eine Reihe positiver als auch negativer externer Effekte verursachen. Mögliche Umweltbelastungen wurden bereits in Abschnitt 4.1 thematisiert. Weitere externe Effekte, die von Sharing-Plattformen verursacht werden können, diskutieren wir im Folgenden anhand von Uber und Airbnb (und anderen Sharing-Plattformen in diesen Branchen).

So können Fahrdienstvermittler wie Uber negative externe Effekte verursachen, wenn sich z.B. durch eine Zunahme von Autofahrten auf Kosten des öffentlichen Nahverkehrs oder der Nutzung von Fahrrädern die Verkehrsdichte erhöht und daraus mehr Verkehrsstaus und eine höhere Umweltbelastung resultieren.<sup>30</sup> Durch eine verringerte Zahl an Kraftfahrzeugen reduziert sich jedoch das Parkplatzproblem, und auch das Problem von Unfällen aufgrund von Trunkenheit am Steuer könnte durch Fahrdienstvermittler verringert werden (Greenwood/Wattal 2015). In den beiden letztgenannten Fällen handelt es sich um positive externe Effekte.

Auch Sharing-Plattformen wie Airbnb können Externe Effekte generieren. So könnten sich die Bewohner eines Hauses, in dem mehrere Wohnungen temporär über Airbnb vermietet werden, durch den häufigen Wechsel der Airbnb-Mieter und deren möglicherweise rücksichtsloses Verhalten belästigt fühlen. Hier läge ein Fall negativer externer Effekte vor, denn der Anbieter erzielt Einnahmen, die entstehenden sozialen Kosten werden jedoch zum Teil von den übrigen Bewohnern getragen. Die externen Effekte können aber auch positiv sein, wenn beispielsweise die Bewohner bevorzugen, dass eine ansonsten leerstehende Wohnung bewohnt und damit ein Haus mit Leben gefüllt wird (Peitz 2014).

Neben den bereits in Abschnitt 4.1. erörterten Auswirkungen von Airbnb auf Hotels sind auch die Effekte auf den Wohnungsmarkt und das Wohnumfeld zu berücksichtigen. So zeigen erste Einschätzungen, dass in einigen Städten Umwidmungen von normalen Mietwohnungen zu Wohnungen stattfinden, die ausschließlich kurzfristig an Besucher über Airbnb vermietet werden. So sind z.B. in den Bezirken von Los Angeles, in denen eine hohe Dichte von Airbnb-Angeboten zu verzeichnen sind, die Mieten tendenziell höher und es gibt ein geringeres Angebot an Mietwohnungen (Samaan 2015). Ähnliches gilt für San Francisco (HR&R Advisors 2015). Vergleichbare Entwicklungen sind auch in europäischen Großstädten wie Barcelona, Rom oder Berlin zu verzeichnen. Airbnb könnte daher zu einer Gentrifizierung bestimmter als besonders interessant geltender Bezirke und der damit verbundenen veränderten

---

<sup>30</sup> Zur Zeit werden die Auswirkungen von Fahrdienstleistern wie Uber und Lyft auf die Umweltbelastung in einigen US-amerikanischen Großstädten im Rahmen einer Studie der University of California, Berkeley in Zusammenarbeit mit dem Natural Resources Defense Council untersucht (Hawkins 2015).



lokalen Verfügbarkeit von Gütern und Dienstleistungen beitragen.<sup>31</sup> Dies kann von manchen Anwohnern als positiv empfunden werden, in einigen Fällen sind die Auswirkungen jedoch derart, dass die Mehrzahl der Anwohner davon negativ betroffen ist.<sup>32</sup>

**Sharing-Plattformen und soziale Beziehungen.** Welche Auswirkungen haben die Angebote der Sharing-Economy auf die sozialen Beziehungen zwischen den Transaktionspartnern? Von den Verfechtern einer Ökonomie des Teilens wird häufig das Argument vorgebracht, dass durch die Nutzung einer Sharing-Plattform soziale Kontakte entstehen können, die sich sonst nicht ergeben hätten. Bei einigen Angeboten sind durchaus verstärkte Sozialkontakte zu erwarten. Dies gilt beispielsweise für Personen, die über Kitchensurfing mit anderen Leuten privat essen und die ansonsten zu Hause geblieben oder allein in ein Restaurant gegangen wären. Aber auch im Zusammenhang mit Unterkunftsvermittlern werden diese Sozialkontakte als wichtiger Aspekt des „Sharing“ angeführt. So wird behauptet, dass zwischen den Anbietern von Übernachtungsmöglichkeiten und Städtereisenden soziale Kontakte entstehen würden, die in einem anonymen Hotel nicht möglich wären. In vielen Fällen sind Angebote der Sharing-Economy anfänglich aus solchen idealistischen Motiven entstanden. Diese Aspekte sind jedoch im Zuge des Wachstums der Online-Marktplätze zumeist in den Hintergrund getreten. Auch bei Airbnb spielen die sozialen Kontakte, trotz der Werbung der Plattform, die oft auf diese Motive zurückgreift, inzwischen zumeist nur eine untergeordnete Rolle und häufig laufen die Transaktionen vergleichsweise anonym ab.<sup>33</sup> Die Gründe für diese Entwicklung dürften vor allem darin zu sehen sein, dass es sich, z.B. in New York bei 60% der Angebote um komplette Wohnungen handelt, in denen außer den Airbnb-Mietern niemand wohnt. In Paris liegt diese Quote bei 90% und in anderen Städten wie Berlin, Amsterdam und Lissabon bei 70%. Zum anderen stammen viele Angebote – in New York ca. 40% – von Vermietern, die mehrere Wohnungen anbieten. Typischerweise treten hier die Besucher mit den Vermietern nicht in persönlichen Kontakt (Slee 2015). Ein weiteres Indiz für die eher kommerziellen und weniger sozialen Motive der Vermieter ist darin zu sehen, dass eine bessere Bewertung des Angebots sich unmittelbar in höheren Preisen niederschlägt (Gutt/Herrmann 2015). Auch soziologische Untersuchungen kommen zu dem Ergebnis, dass durch Sharing-Plattformen keine dauerhaften sozialen Bindungen geschaffen werden (Schor 2014, Schor/Fitzmaurice 2015). Eine weitere Frage in diesem Kontext betrifft eine mögliche Substitution von nicht-kommerziellen Beziehungen durch rein kommerziell orientierte, die durch die Sharing-Economy verursacht werden könnte.

Die Untersuchung der Auswirkungen der Sharing-Economy hat gezeigt, dass Online-Marktplätze zwei Arten von Problemen aufwerfen können, die gegebenenfalls ein staatliches Eingreifen rechtfertigen. Zum einen konkurrieren Sharing-Plattformen mit

---

<sup>31</sup> Für eine Beschreibung einer solchen Entwicklung am Beispiel des Bezirks Trastevere in Rom vgl. Slee (2015).

<sup>32</sup> Vgl. hierzu auch Abschnitt 5.1.

<sup>33</sup> „Man kommuniziert mit dem Vermieter ausschließlich per Mail, erhält von ihm die Adresse sowie einen Termin für die Übergabe der Schlüssel, die dann gerne – sofern es sich um eine komplette Wohnung handelt – in irgendeinem Blumenladen oder an irgendeiner Tankstelle hinterlegt werden.“ Mühl (2016). Zur primär finanziellen Motivation der Vermietung von Unterkünften über Airbnb vgl. Ikka-Lampinen (2015) sowie Jung et al. (2016).

regulierten Unternehmen und zum anderen können diese Online-Marktplätze externe Effekte verursachen. Daher stellt sich die Frage, ob und wenn ja in welcher Form, Sharing-Plattformen einer Regulierung unterfallen sollten. Dieses Problem wird im folgenden Abschnitt näher untersucht.

## **5 Regulierung, Verbraucherschutz und Wettbewerb**

### **5.1 Regulierung der Sharing-Economy**

Zahlreiche Vertreter der Branchen, die durch die Online-Marktplätze einem erheblichen Wettbewerbsdruck ausgesetzt sind, wie des Taxi- und des Hotelgewerbes, aber auch Verbraucherschützer argumentieren, dass die neuen Anbieter nur deswegen günstiger sein könnten, weil sie bestehende gesetzliche Regelungen und Vorschriften systematisch unterliefen und missachteten (Baker 2015, Schlenker 2014). Wohnungen, die über Airbnb angeboten werden, erfüllten nicht die für Hotels geltenden Hygiene- und Sicherheitsbestimmungen, wie z.B. Brandschutzvorschriften, da oftmals weder Feuerlöscher noch Rauchmelder vorhanden seien. Auch Steuern, die bei einer kurzfristigen Vermietung von Wohnraum anfallen, würden nicht entrichtet. Fahrer, die ihre Dienstleistungen über Uber anbieten, verfügten weder über einen Personenbeförderungsschein noch hätten sie eine Ortskenntnisprüfung abgelegt und müssten sich auch keinen regelmäßigen ärztlichen Untersuchungen unterziehen. Die Fahrzeuge würden, anders als reguläre Taxis, keiner jährlichen Sicherheitsüberprüfung unterzogen und verfügten nicht über entsprechende technische Einrichtungen wie Sprechfunk, einen geeichten Taximeter etc. Aus diesen Gründen seien die Kosten des Angebots vergleichbarer Leistungen auf Online-Marktplätzen deutlich geringer, was sich in geringeren Preisen niederschläge. Aufgrund der Missachtung gesetzlicher Vorschriften hätten die Online-Marktplätze daher gegenüber den traditionellen Anbietern einen illegitimen Wettbewerbsvorteil.

Einige Verbraucherschützer weisen darauf hin, dass häufig auch auch arbeits-, vertrags- und eigentumsrechtliche sowie steuerliche Vorschriften von den Online-Marktplätzen und den Akteuren, die dort ihre Leistungen anbieten, umgangen werden (Baker 2015). So kann der Verdienst eines Uber-Fahrers unterhalb des Mindestlohns liegen, da er kein Angestellter der Plattform, sondern als selbstständiger Unternehmer tätig ist (Slee 2015). Wohnungen werden entgegen mietvertraglicher Vereinbarungen untervermietet und Flächennutzungspläne, in denen z.B. in Wohngebieten keine kommerzielle Nutzung, auch in Form von Hotels, zulässig ist, werden missachtet (Eiselt 2014).

Vertreter von Sharing-Plattformen halten dieser Kritik entgegen, dass der Versuch, die neuen Anbieter den gleichen, vermeintlich antiquierten und vor allem wettbewerbsbeschränkenden Regulierungsvorschriften zu unterwerfen, letztlich dazu führe, dass unternehmerische Aktivitäten verhindert, innovative Entwicklungen unterdrückt, der Wettbewerb verringert und letztlich die Konsumenten schlechter gestellt würden.

Bei der Frage, welchen Regulierungen Akteure auf Sharing-Plattformen unterliegen sollen, ist eine „Alles-oder-Nichts-Lösung“ bezüglich des Status-quo nicht zielführend. Es geht weder darum, Sharing-Plattformen den gleichen Vorschriften zu unter-

werfen, wie sie für die herkömmlichen Anbieter gelten noch die neuen Online-Marktplätze keinerlei Vorschriften zu unterwerfen und sie völlig zu deregulieren. Bestimmte, näher zu spezifizierende Regulierungsvorschriften z.B. für das Taxi-, das Hotel- und Gaststättengewerbe sind auch aus gesellschaftlicher Sicht sinnvoll und sollten daher nicht kurzerhand aufgehoben werden.<sup>34</sup> Dies ist dann der Fall, wenn sie dazu dienen, Marktversagenstatbestände zu vermeiden, indem sie z.B. externe Effekte korrigieren oder Probleme asymmetrischer Information mildern. Andere Vorschriften hingegen, wie z.B. Mengenbeschränkungen oder Preisregulierungen, die eher die Funktion einer Marktzutrittsschranke oder einer Wettbewerbsbeschränkung haben, könnten jedoch die Chancen, die die Konkurrenz der Sharing-Plattformen mit sich bringen, zunichtemachen und sollten daher modifiziert oder gegebenenfalls völlig aufgehoben werden.

Um zu beurteilen, wie die neuen Anbieter hinsichtlich der für andere Wirtschaftsbereiche geltenden Regulierungsvorschriften behandelt werden sollten, ist in einem ersten Schritt zu untersuchen, welche ökonomischen Argumente für die bestehenden Regulierungen einiger Branchen angeführt werden können. Die Wirtschaftstheorie hat gezeigt, dass Märkte nicht immer wünschenswerte Ergebnisse hervorbringen, sondern in vielen Fällen ein Marktversagen vorliegen kann. Dies ist z.B. der Fall, wenn ökonomische Aktivitäten externe Effekte hervorrufen, die nicht internalisiert werden können, was dazu führt, dass nicht die effiziente Menge des betreffenden Gutes durch den Markt bereitgestellt wird. Andere Ursachen für ein Marktversagen bestehen bei öffentlichen Gütern, die durch Nichtrivalität im Konsum und Nichtausschließbarkeit gekennzeichnet sind, bei asymmetrischer Information zwischen Wirtschaftssubjekten, bei Koordinationsproblemen aber auch in Fällen unvollkommenen Wettbewerbs und bei natürlichen Monopolen, wie in Abschnitt 4.2 bereits angesprochen wurde. Bei Vorliegen eines Marktversagens ist zu prüfen, ob eine Regulierung geeignet ist, dies zu verhindern oder zumindest zu reduzieren und ob die sozialen Kosten eines Eingriffs geringer sind als der dadurch erzielte Nutzenzuwachs. Ökonomen haben aber auch darauf hingewiesen, dass es für die Regulierung einer Branche auch eine Nachfrage gibt, d.h., Unternehmen können selbst ein Interesse an einer Regulierung haben, weil diese für potentielle Wettbewerber eine Marktzutrittsschranke darstellt und den etablierten Unternehmen aufgrund der Verknappung des Angebots höhere Gewinne sichert (Stigler 1971). Hier erfüllt eine Regulierung eher einen protektionistischen Zweck und führt nicht dazu, ein effizienteres Marktergebnis herbeizuführen. Betrachtet man vergangene Regulierungseingriffe an, so kommt man häufig zu dem Ergebnis, dass zwar das ursprüngliche Ziel einer Regulierung die Korrektur eines Marktversagens war, aber im Zeitablauf eine so genannte „Regulatory capture“ zu beobachten war. Dies bedeutet, dass durch intensive Kontakte zwischen der zuständigen Regulierungsbehörde und den regulierten Unternehmen die Regulierung zu einem Instrument des Protektionismus wurde.

Um die Vorteile der Sharing-Economy nutzen zu können, sollten die protektionistischen Regulierungsvorschriften, die lediglich dazu dienen, bestehende Branchen vor Wettbewerb zu schützen, identifiziert und beseitigt werden. Andere Regelungen, die

---

<sup>34</sup> Zur Regulierung der Sharing-Economy aus ökonomischer Sicht vgl. Allen/Berg (2014), Edelman/Geradin (2015), Koopman et al. (2014) sowie Sundararajan (2012). Auf die damit verbundenen rechtlichen Probleme gehen vor allem Brescia (2016), Katz (2015) und Miller (2015) ein.

dazu dienen, Marktversagenstatbestände zu korrigieren, sollten jedoch in einer für die Sharing-Plattformen passenden Form beibehalten werden.

Da unterschiedliche Sharing-Plattformen verschiedenartige Probleme mit sich bringen, ist es offensichtlich, dass eine pauschale Regulierung „der Sharing-Economy“ insgesamt weder möglich noch sinnvoll ist. Im Folgenden sollen die Fragen einer ökonomisch sinnvollen Regulierung anhand der Beispiele von Fahrdienstvermittlern wie Uber und Sharing-Plattformen für die kurzzeitige Vermietung von Wohnraum wie Airbnb diskutiert werden. Anschließend wird noch kurz auf weitere Branchen eingegangen.

**Fahrdienstvermittler.** Der Taximarkt gehört zu den in Deutschland am stärksten regulierten Branchen mit einer Fülle von subjektiven und objektiven Zulassungsvoraussetzungen. Zu den wichtigsten gehört die Regulierung des Marktzugangs durch Lizenzen, für die es oft lange Wartelisten gibt. Auch die Preise für Taxifahrten sind durch behördlich festgelegte Tarife reguliert. Weiterhin müssen Taxifahrer einen Personenbeförderungsschein vorweisen können, zu dessen Erwerb auch eine Ortskenntnisprüfung gehört. Es ist zu konstatieren, dass viele der geltenden Regulierungen nicht mehr zeitgemäß sind. Die quantitative Beschränkung des Taximarkts mag bei ihrer Einführung noch sinnvoll gewesen sein, um das Entstehen eines solchen Markts überhaupt erst zu ermöglichen. Inzwischen wirkt sie faktisch als reine Wettbewerbsbeschränkung. Die Preisregulierung wird damit begründet, dass Ortsfremde vor Übervorteilung geschützt und Markttransparenz gewährleistet werden müsse. Aber auch eine Preisregulierung ist nicht mehr erforderlich, da man sich heute auch als Ortsfremder durch entsprechende Smartphone-Apps im Vorhinein über den Fahrpreis informieren kann, sodass der Markt sehr transparent ist. Eine Lockerung der Preisregelung würde zum einen das Angebot unterschiedlicher Preis-Qualitätskombinationen ermöglichen und zum anderen könnten die Preise entsprechend Angebot und Nachfrage angepasst werden, d.h., in Situationen hoher Nachfrage würden die Preise für eine Fahrt steigen, was zum einen dazu führt, dass weniger wichtige Fahrten nicht mehr unternommen werden und gleichzeitig das Angebot zunehmen würde. Auch der Nachweis der Ortskenntnis, der in den Zeiten vor der Erfindung des Navigationsgeräts noch sinnvoll gewesen sein mag, hat heute keine Bedeutung mehr (Schwalbe 2014).

Andere Regulierungsvorschriften hingegen sind auch aus ökonomischer Sicht sinnvoll, da sie Probleme unvollständiger Information verringern oder durch bestimmte Mindeststandards die Qualität der Dienstleistung sicherstellen. Entsprechende Regelungen sollten daher auch auf die betreffenden Sharing-Plattformen Anwendung finden. So kann ein Fahrgast in aller Regel nicht beurteilen, ob ein Fahrzeug die erforderlichen Sicherheitsanforderungen, z.B. ein funktionierendes ABS-System etc. erfüllt. Hier wären weiterhin eine regelmäßige Überprüfung durch entsprechende Institutionen, wie dem TÜV, sinnvoll, um eventuelle sicherheitsrelevante Mängel, die dem Fahrgast und häufig auch dem Fahrer unbekannt sind, aufzudecken und gegebenenfalls zu beheben. Ein Problem unvollständiger bzw. asymmetrischer Information würde in diesem Fall durch eine entsprechende Zertifizierung durch eine staatliche oder im staatlichen Auftrag handelnde Institution behoben werden.

Eine andere Lösung von Informationsproblemen ist bezüglich ex post beobachtbarer Qualität der Dienstleistung möglich. Beispielsweise kann diese von einem Fahrgast,

anders als bei den nichtbeobachtbaren Aspekten der technischen Sicherheit des Fahrzeugs, leicht festgestellt werden. In diesem Fall ist eine staatliche Regulierung nicht erforderlich, denn hier kann durch eine Selbstregulierung in Form von Rating- und Reputationssystemen die asymmetrische Information über die Eigenschaften des Transaktionspartners verringert werden. Ist das Fahrzeug nicht sauber oder der Fahrer unfreundlich, dann wird dies häufig eine negative Bewertung zur Folge haben und der Fahrer wird künftig weniger Buchungen erhalten.<sup>35</sup> Somit haben sowohl die Plattformen als auch Fahrer selbst ein Interesse an einer hohen Qualität der Dienstleistung, da diese unmittelbar die Einnahmen eines Fahrers und den Gewinn der Plattform betrifft.

Andere Aspekte der Regulierung von Taxis betreffen die Gebiete, die bedient werden. So gibt es für Sharing-Plattformen, anders als für Taxis, kein Pflichtfahrgebiet, in dem eine Betriebspflicht besteht, d.h. Fahrgäste aufgenommen werden müssen. Wenn sich in dem Bezirk, in dem sich ein potentieller Fahrgast befindet, keine Überfahrzeuge vorhanden sind, dann gibt es für ihn keine Möglichkeit, seinen Beförderungswunsch durchzusetzen. Ein ähnliches Problem betrifft die behindertengerechte Ausstattung des Fahrzeugs, z.B. zur Beförderung von Rollstuhlfahrern. In vielen Städten sind lizenzierte Taxis verpflichtet, einen vorgegebenen Anteil der Fahrzeuge entsprechend auszustatten. Die Kosten hierfür werden durch eine entsprechende Anpassung der regulierten Tarife von allen Nutzern getragen. Hier besteht die Möglichkeit, auch Fahrdienstvermittler einer Beförderungspflicht zu unterwerfen und sie zu verpflichten, einen bestimmten Anteil der Fahrzeuge behindertengerecht auszustatten. Alternativ könnten die Fahrdienstvermittler durch finanzielle Anreize dazu veranlasst werden, solche Universaldienstverpflichtungen zu erfüllen. Aber es gäbe auch die Möglichkeit der Koexistenz eines stärker regulierten Bereiches, in dem lizenzierte Taxis, die durch Farbe und ein Taxischild gekennzeichnet sind, mit einem im Wesentlichen deregulierten Bereich der Fahrdienstvermittler. Die Kunden hätten dann die Wahl zwischen lizenzierten und unlizenzierten Taxis. Um jedoch systematische Wettbewerbsverzerrungen zwischen beiden Bereichen zu vermeiden, müssten die höheren Kosten des regulierten Bereichs durch Privilegien, wie z.B. spezielle Taxipuren oder einen direkten finanziellen Ausgleich kompensiert werden.

**Kurzzeitige Vermietung.** Hotels müssen eine Vielzahl von Vorschriften, z.B. hinsichtlich der Sicherheit und des Brandschutzes erfüllen. So müssen laut Beherbergungsstättenverordnung in jedem Raum Rettungswegpläne sowie Hinweise über das Verhalten im Brandfall (auch in Fremdsprachen) angebracht sein. Rettungswege müssen entsprechend gekennzeichnet und mit Sicherheitsbeleuchtungen ausgestattet sein. Weiterhin sind Rauchmelder mit optischem und akustischem Alarm erforderlich. Bodenbeläge und Bettwäsche sollten aus schwer entflammablem Material bestehen etc. Diese Vorschriften finden auf die privaten Anbieter kurzzeitiger Vermietungen von Wohnraum keine Anwendung, sodass diese günstiger anbieten können als ein Hotel. Hier könnte argumentiert werden, dass diese Vorschriften auch aus ökonomischer Sicht sinnvoll sind, da sie zum einen Probleme asymmetrischer Information vermindern können und zum anderen, dass der Nutzen dieser vergleichswei-

---

<sup>35</sup> Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass zum einen die Aussagekraft von Online-Bewertungen möglicherweise beschränkt ist und zum anderen privatwirtschaftlich optimalen Reputationssysteme nicht notwendigerweise auch die wohlfahrtsmaximierenden sind, wie in Abschnitt 3.2 dargelegt. Hierzu sind weitere theoretische und empirische Untersuchungen wünschenswert.

se preiswerten aber unter Umständen lebensrettenden Maßnahmen aufgrund einer verzerrten Wahrnehmung (Cognitive bias) von den Mietern unterschätzt wird (Edelman/Geradin 2015). Alternativ wäre denkbar, dass die Anbieter durch Airbnb verpflichtet werden, Informationen über die vorhandenen Sicherheitseinrichtungen anzugeben. In diesem Fall könnte über die entsprechende Nachfrage festgestellt werden, welches Niveau an Sicherheit von den Gästen gewünscht wird.

Was Fragen der Sauberkeit und die Zuverlässigkeit der Informationen über die Wohnung etc. betrifft, so könnte, ähnlich wie bei den Fahrdienstvermittlern, eine Selbstregulierung ausreichen. Durch entsprechende Bewertungen der Vermieter, des Mietobjektes bzw. auch der Mieter und ihres Verhaltens kann das Problem asymmetrischer Information zwischen den Transaktionspartnern gering gehalten werden. Eine staatliche Regulierung in dieser Hinsicht, wie z.B. eine Zertifizierung, scheint nicht notwendig zu sein.<sup>36</sup>

Durch die kurzzeitige Vermietung von Wohnraum kann jedoch auch eine Reihe negativer externer Effekte hervorgerufen werden, die möglicherweise regulierende Maßnahmen erforderlich machen. So könnten zunächst die unmittelbaren Nachbarn betroffen sein, denn Gäste, die sich nur für wenige Tage in einer Mietwohnung aufhalten, dürften häufig ein geringeres Interesse daran haben, sich ihren Nachbarn gegenüber angemessen zu verhalten als Dauermieter, da erstere weit weniger an guten nachbarschaftlichen Beziehungen interessiert sind (Horton 2015). Werden Wohnungen in einem Haus oder einem Wohngebiet häufig und regelmäßig kurzzeitig vermietet, so ähnelt dies einer kommerziellen Nutzung, die unter Umständen im Widerspruch zum geltenden Flächennutzplan steht, der im betreffenden Wohngebiet keine kommerzielle Nutzung vorsieht.

Ein weiterer externer Effekt ist in einigen Vierteln von Großstädten, wie z.B. in Trastevere in Rom oder Kreuzberg in Berlin, zu beobachten. Aufgrund der großen Zahl an Touristen, die in diesen Bezirken meist über Airbnb gerade aufgrund des Wunsches nach einem „authentischen Kiezleben“ Wohnraum anmieten, verändert sich eben dieser Charakter dessentwegen sie ursprünglich dorthin gekommen sind. Es findet sich dort dann eben nur noch eine große Zahl an Touristen aber keinerlei Authentizität, was mit einer Umwidmung von Wohnraum für Dauermieter in Airbnb-Unterkünfte einhergeht (Kloepfer 2014, Slee 2015). Nicht nur einzelne Viertel, sondern auch ganze Städte können hiervon betroffen sein, wie z.B. Mailbu in Kalifornien (Stevens/Groves 2014). Wenn ein Bezirk oder eine Stadt dann seine Attraktivität für die Touristen verloren hat, dann könnten andere Bezirke oder Reiseziele als neue interessante Destinationen in den Focus rücken, wo sich dann eine ähnliche Entwicklung vollziehen würde (Corneo/Jeanne 1999).

Es handelt sich hierbei um ein ähnliches Problem, wie es bei einer Übernutzung einer erschöpfbaren Ressource, einem so genannten Allmendeproblem, auftritt. Es wäre daher zu erwägen, ob eine solche Entwicklung, die weder im Interesse der Gäste noch der Bewohner ist, durch entsprechende regulierende Maßnahmen eingedämmt werden kann. Hier sind im Prinzip zwei alternative Ansätze denkbar: Zum einen Verbote oder zumindest erhebliche Beschränkungen kurzzeitiger Vermietun-

---

<sup>36</sup> Auch in diesem Fall sind jedoch die Vorbehalte zu erwägen, die im Zusammenhang mit den Reputationssystemen der Fahrdienstvermittler genannt wurden. Vgl. auch Abschnitt 3.3.

gen, eine Strategie, wie sie in vielen Großstädten verwendet wird, wie z.B. durch Zweckentfremdungsverbote in deutschen Großstädten wie Berlin, Hamburg, München oder Stuttgart. In Großstädten im Ausland wie New York, Paris oder London gibt es entsprechende Vorschriften. Zum anderen könnte man versuchen, die externen Effekte durch steuerliche Maßnahmen zu internalisieren – dies wäre eine klassische Pigou-Steuer.<sup>37</sup> Hier wäre z.B. eine entsprechende Übernachtungssteuer (City-Tax), wie sie in Berlin erhoben wird, eine geeignete Maßnahme. Diese müsste so ausgestaltet werden, dass sie zum einen die lokalen externen Effekte internalisiert und dass zum anderen Hotels und Privatunterkünfte auf dem gleichen „Level playing field“ konkurrieren können. Das impliziert, dass der Steuersatz für Privatunterkünfte und Hotels durchaus unterschiedlich sein kann. Allerdings stellt sich in beiden Fällen das Problem der Durchsetzung der entsprechenden Rechtsvorschriften. Hierzu gehört vor allem eine entsprechende Information über die privaten Vermieter von Wohnraum, die im Moment nicht zur Verfügung steht, jedoch mittels einer geplanten Verschärfung des Zweckentfremdungsgesetzes verfügbar gemacht werden soll.<sup>38</sup>

Andere Bereiche der Sharing-Economy. Vergleichbare Probleme wie bei Sharing-Plattformen für die kurzzeitige Vermietung von Wohnraum können auch beim Kitchen-surfing auftreten. Wenn dieser Zweig der Sharing-Economy an Bedeutung gewinnen sollte, könnte eine Konkurrenz zu herkömmlichen Gastronomiebetrieben entstehen, die ebenfalls zahlreichen Vorschriften, wie z.B. denen des Hygienerechts sowie Sicherheits- und Brandschutzregeln unterworfen sind. Auch hier könnten Probleme asymmetrischer Information dafür sprechen, dass zumindest gesundheitsrelevante Regelungen auch auf die neuen privaten Restaurants ausgedehnt werden. So kann der Gast eines privaten Restaurants in aller Regel nicht feststellen, ob die verwendeten Lebensmittel einwandfrei sind. Bei Gastronomiebetrieben kann er zumindest darauf hoffen, dass durch regelmäßige Überprüfungen seitens der Gesundheitsämter solche Probleme weniger wahrscheinlich sind.

Durch eine Selbstregulierung mittels Bewertungen durch Gäste kann möglicherweise ein ähnliches Ergebnis erzielt werden. Allerdings ist zu bedenken, dass manipulierte Bewertungen, z.B. durch die Behauptung, man habe durch das Essen in einem privaten Restaurant eine Lebensmittelvergiftung erlitten, eine erhebliche negative Auswirkung auf den Anbieter haben dürfte. Zum anderen sind Verstöße gegen Hygienevorschriften im Falle einer Selbstregulierung immer erst ex post feststellbar. Beides würde daher dafür sprechen, dass eine staatliche Regulierung nicht ersetzt werden kann. Allerdings ist bei sporadischen Angeboten nicht klar, wie eine staatliche Überwachung so durchgeführt werden kann, dass es zu keiner exzessiven Regulierung kommt. Eventuell wäre zu prüfen, ob lediglich solche Anbieter einer Kontrolle unterliegen, die kommerziell tätig sind. Denkbar wäre, dass, ähnlich wie bei der geplanten Verschärfung des Berliner Zweckentfremdungsgesetzes, die Plattform Informationen über die Anbieter an die zuständigen Behörden zur Verfügung stellt.

Bei vielen anderen Online-Marktplätzen dürften regulierende Eingriffe in aller Regel nicht notwendig sein, wie z.B. bei Online-Marktplätzen, bei denen Elektrowerkzeuge oder Haute Couture Mode kurzzeitig vermietet werden. Hier könnten sich jedoch Haf-

---

<sup>37</sup> Zur Pigou-Steuer vgl. Sandmo (2008) oder Bovenberg/Goulder (2002).

<sup>38</sup> Vor der Einführung einer solchen Steuer ist sicherzustellen, dass die Kosten der Durchsetzung der Rechtsvorschriften geringer sind als die Vorteile durch das Vermeiden der negativen externen Effekte.

tungsfragen ergeben, wenn z.B. durch eine Fehlfunktion des Gerätes der Mieter zu Schaden kommt oder wenn der Vermieter nicht auf mögliche Gefahren bei der Benutzung des Gerätes hingewiesen hat. Da hier drei Parteien involviert sind, der Mieter, der Vermieter und die vermittelnde Plattform, stellt sich die Frage, wer für einen entstehenden Schaden in welchem Umfang haftet.

Insgesamt gesehen zeigt sich, dass einige der neuen Online-Marktplätze der Sharing-Economy nicht völlig unreguliert operieren sollten und können. Die Regulierungsvorschriften, die lediglich dazu dienen, die herkömmlichen Unternehmen gegen die neuen Wettbewerber zu immunisieren, sollten weitest möglich aufgehoben werden. Diejenigen Vorschriften hingegen, die dazu dienen, Probleme des Marktversagens, wie z.B. aufgrund externer Effekte oder asymmetrischer Information zu beseitigen, sollten beibehalten und entsprechend der durch die jeweiligen Bereiche der Sharing-Economy hervorgerufenen Probleme angepasst werden. Dies bedeutet, dass herkömmliche Unternehmen und die neuen Anbieter der Sharing-Economy nicht notwendig den gleichen Vorschriften unterworfen werden müssen. Aufgrund der rasanten Entwicklung der Sharing-Economy, in der neuartige Angebote entstehen und bereits etablierte Marktplätze ihre Geschäftsfelder erweitern, sollten die Regulierungen möglichst flexibel gestaltet werden, um sie auch auf neue Gegebenheiten anwenden zu können.<sup>39</sup>

Eine Möglichkeit, zu flexiblen Regelungen gerade im Bereich der kurzzeitigen Vermietung von Wohnraum zu gelangen, sind die „New Governance“ Ansätze zur Regulierung (Obel 2012, Rauch/Schleicher 2015, Salamon 2000). Hier werden durch Verhandlungen zwischen Mitgliedern aller betroffenen Gruppen Lösungen erarbeitet, die dann von der Regulierungsbehörde bestätigt werden. Dies ermöglicht, dass die Interessen aller Betroffenen bei einer Regulierung Berücksichtigung finden. Außerdem erlaubt eine solche Regulierung in Form einer Kooperation zwischen staatlichen Institutionen eine dezentrale, der jeweiligen Situation angepasste und flexible Verhandlungslösung, die auch Aspekte enthalten kann, die sich, wie z.B. der Milieuschutz, nur schwer gesetzlich regeln lassen. Sollten sich die Verhandlungspartner nicht kooperativ auf eine Lösung einigen, dann würden die üblichen staatlichen Regulierungsinstrumente zur Anwendung kommen. Hierbei ist zu konstatieren, dass die Unterschiede zwischen den herkömmlichen und den neuen Anbietern zurzeit geringer werden, weil die entsprechenden Technologien auch Hotels und Taxibetrieben zur Verfügung stehen und von ihnen genutzt werden. Daher dürften auch die Regulierungen herkömmlicher Unternehmen und der Akteure auf Online-Marktplätze tendenziell ähnlicher werden.

Weitere Probleme, die prinzipiell alle Sharing-Plattformen (aber auch andere Plattformen) betreffen, entstehen im Zusammenhang mit den von den Plattformen gesammelten Daten über ihre Nutzer und dem Datenschutz. So lassen sich aus den Daten von Uber Bewegungsprofile der Nutzer erstellen, die, z.B. bei Unternehmern, Journalisten, Politikern etc. Rückschlüsse auf mögliche Vorhaben oder Intentionen erlauben. So stellt sich z.B. die Frage, ob es den Plattformen erlaubt werden soll,

---

<sup>39</sup> Eine Möglichkeit, zu ermitteln, welche Form der Regulierung sich als am geeignetsten erweist, wird derzeit in China in Bezug auf Fahrdienstvermittler praktiziert. Hier werden in unterschiedlichen Regionen des Landes drei verschiedene Ansätze getestet, das Wenzhou-, das Beijing- und das Shanghai-Modell, die sich hinsichtlich des Grades der vertikalen Integration unterscheiden.



diese Daten an Dritte weiterzuveräußern oder ob in den Nutzungsbedingungen eine solche Weitergaben von Daten zwingend ausgeschlossen werden muss.<sup>40</sup> Eine andere Frage betrifft eine mögliche Diskriminierung, die resultieren kann, wenn bestimmte Personengruppen aufgrund ihrer Religion oder ihrer Hautfarbe systematisch schlechtere Bewertungen erhalten. Dies könnte letztlich zu einer Diskriminierung dieser Personengruppen und zu einem Verstoß gegen das allgemeine Gleichbehandlungsgesetz führen (Edelman/Luca 2014, Edelman et al. 2015, Todisco 2015).

## 5.2 Wettbewerbsprobleme

Wie in Abschnitt 3.3. bereits deutlich gemacht wurde, handelt es sich bei Sharing-Plattformen in der Regel um zweiseitige Märkte, die durch positive Rückkopplungen gekennzeichnet sind: Je mehr Wohnungen auf Airbnb angeboten werden, desto eher findet ein potentieller Mieter ein passendes Angebot und je mehr potentielle Mieter auf der Plattform aktiv sind, desto attraktiver ist es für einen Anbieter, seine Wohnung auf Airbnb zu offerieren. Entsprechendes gilt für Fahrdienstvermittler und die meisten anderen Online-Marktplätze. Sharing-Plattformen tendieren daher dazu, einen Markt zu dominieren. Neben der Stärke der indirekten Netzeffekte können auch zunehmende Skalenerträge zu einem Wachstum der Plattform beitragen. Dies bedeutet jedoch nicht, dass auf solchen Märkten kein Wettbewerb möglich ist, denn zum einen sind die Marktzutrittsschranken vergleichsweise gering und die Nutzer haben die Möglichkeit des Multihoming, d.h., sie können auf mehreren Plattformen aktiv sein, also nicht nur für Uber, sondern auch für andere Fahrdienstvermittler tätig werden oder ihre Wohnung nicht nur bei Airbnb anbieten. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass aufgrund der Reputationssysteme ein Lock-in bei den Nutzern vorliegen könnte. Hat man sich über längere Zeit eine hohe Reputation erworben, dann entstehen hohe Wechselkosten zu einer anderen Plattform, da dort eine Reputation erst aufgebaut werden muss.

Hat eine Sharing-Plattform jedoch eine Größe erreicht, bei der sie den entsprechenden Markt beherrscht, dann könnten diese Plattform ihre Position missbrauchen, um konkurrierende Plattformen, z.B. durch Ausschließlichkeitsbindungen oder Kampfpreise zu behindern. So könnte z.B. ein Fahrdienstvermittler von seinen Fahrern verlangen, für keinen Wettbewerber tätig zu werden oder eine Vermietungsplattform von den Anbietern, dass sie ihre Wohnung exklusiv bei der Plattform anbieten. Dies würde ein Multihoming verhindern und könnte das Angebot bei anderen Vermittlern verknapen und, aufgrund der indirekten Netzeffekte, die Konkurrenten am Wachstum hindern oder sie im Extremfall marginalisieren und zum Marktaustritt zwingen. Allerdings ist es fraglich, ob selbst eine große Sharing-Plattform in der Lage wäre, eine solche Exklusivitätsvereinbarung auch durchzusetzen.

Ein ähnliches Ergebnis könnte eine Plattform durch eine Kampfpreissetzung erzielen, wenn sie die Gebühr von den Anbietern und Nutzern extrem senkt und dadurch die Margen der Transaktionspartner erhöht. Diese hätten dann ein stärkeres Interesse, vorrangig diesen Marktplatz zu nutzen und auf anderen Plattformen wäre nur noch eine geringere Anzahl von Anbietern und Nachfragern aktiv. Wenn Wettbewerber daraufhin den Markt verlassen, würde das marktbeherrschende Unternehmen die Ge-

---

<sup>40</sup> Zum Problem des Datenschutzes aus ökonomischer Sicht vgl. Acquisti et al. (2015).

bühren wieder stark anheben und monopolistische Gewinne realisieren. Allerdings ist aufgrund der niedrigen Marktzutrittsschranken nicht damit zu rechnen, dass ein „Recoupment“ der in der Kampfpreisphase erlittenen Verluste erfolgreich durchgeführt werden kann, denn hohe Gebühren würden unmittelbar einen Markteintritt anderer Anbieter mit geringeren Gebühren zur Folge haben.<sup>41</sup>

Insgesamt gesehen gibt es keine Anzeichen, dass im Bereich der Sharing-Economy spezifische wettbewerbliche Probleme bestehen oder sich ergeben könnten, die nicht in ähnlicher Form auch in anderen Sektoren der Volkswirtschaft auftreten. Aufgrund der geringen Marktzutrittsschranken, der Möglichkeiten des Multihoming und der geringen Wechselkosten dürften sich die wettbewerblichen Probleme, die von Sharing-Plattformen verursacht werden, in vergleichsweise engen Grenzen halten. Andere Online-Märkte, in denen denen z.B. aufgrund hoher Wechselkosten oder Inkompatibilitäten monopolartige Stellungen entstanden sind, werden in der Regel größere wettbewerbliche Probleme aufwerfen als Uber oder Airbnb. Ein spezieller Regulierungsbedarf aufgrund wettbewerblicher Problem ist bei Plattformen der Sharing-Economy jedenfalls nicht zu erkennen. Das allgemeine Wettbewerbsrecht erscheint ausreichend, um gegebenenfalls den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung zu bekämpfen.

## 6 Schlussbetrachtung

Die Untersuchung der Sharing-Economy hat deutlich gemacht, dass es sich hierbei nicht um eine neuartige „Ökonomie des Teilens“ handelt, sondern dass es sich bei den dort tätigen Unternehmen um Plattformen handelt, die Transaktionen zwischen Privatpersonen ermöglichen. Aufgrund technologischer Neuerungen wie Smartphones, elektronische Bezahlsysteme, GPS, hochauflösende Kameras etc. können dauerhafte Güter auch für eine nur kurzzeitige Nutzung bereitgestellt werden. Es werden daher keine Güter geteilt, sondern Markttransaktionen durchgeführt. Die dabei auftretenden Probleme asymmetrischer Information zwischen den Transaktionspartnern werden von den Sharing-Plattformen durch Rating- und Reputationssysteme adressiert.

Die ökonomischen Auswirkungen der Sharing-Plattformen bestehen kurzfristig in einer effizienteren Allokation der vorhandenen Ressourcen: Aufgrund der gesunkenen Transaktionskosten sind neue Märkte entstanden, auf denen durch Handel Wohlfahrtsgewinne erzielt werden. Zu berücksichtigen sind aber auch externe Effekte, wenn beispielsweise durch zusätzliche Reiseaktivitäten aufgrund geringerer Übernachtungskosten die Umweltbelastung steigt. Langfristig ist auch ein geänderter Ressourcenverbrauch aufgrund der Sharing-Economy zu beachten: Dies kann dazu führen, dass Konsumenten ein dauerhaftes Gut nicht mehr erwerben, sondern lediglich kurzzeitig mieten, was zu einem geringeren Ressourcenverbrauch führen würde. Allerdings ist auch der gegenteilige Effekt denkbar, da die Eigentümer dauerhafter Güter durch deren Vermietung Einnahmen erzielen und die Nachfrage insgesamt zunehmen kann. In vielen Fällen, wie beispielsweise bei Fahrdienstleistungen oder Übernachtungen konkurrieren Sharing-Plattformen mit herkömmlichen Unternehmen

---

<sup>41</sup> Zur Kampfpreisstrategie vgl. z.B. Bolton et al. (2000).

wie Taxibetrieben, Mietwagenfirmen oder Hotels. Dabei handelt es sich um Branchen, die einer erheblichen Regulierung unterliegen. Da diese Vorschriften auf Sharing-Plattformen keine Anwendung finden, haben sie geringere Kosten und können günstiger sein als die herkömmlichen Anbieter. Erste empirische Ergebnisse zeigen spürbare Auswirkungen sowohl auf Taxiunternehmen als auch Hotels.

Des Weiteren können Sharing-Plattformen, neben möglichen Umweltbelastungen weitere positive oder negative externe Effekte mit sich bringen. So kann durch Fahrdienstvermittler die Menge an verfügbaren Parkplätzen zunehmen und die Zahl der alkoholbedingten Unfälle verringert werden. Aber die Verkehrsdichte und die Zahl der Staus können steigen. Auch durch Vermittler von Unterkünften können externe Effekte hervorgerufen werden: Dauermieter können sich durch häufige Wechsel von Kurzzeitmietern und deren rücksichtsloses Verhalten belästigt fühlen, oder der Charakter eines Stadtviertels kann sich durch eine quasi kommerzielle Nutzung von Wohnraum verändern. Mietwohnungen werden dem Wohnungsmarkt entzogen, was zu einem geringeren Angebot und höheren Mieten für Dauermieter führen kann. Weitere Probleme könnten sich hinsichtlich des Datenschutzes ergeben, wenn Sharing-Plattformen Informationen über einzelne Nutzer sammeln und diese in einer Weise verwenden, die das Recht auf informationelle Selbstbestimmung verletzt. Aufgrund des Wettbewerbs mit regulierten Branchen und den externen Effekten stellt sich die Frage, inwieweit Sharing-Plattformen reguliert werden sollten. Dabei sollten vor allem bestehende rein protektionistische Regulierungen der herkömmlichen Anbieter, die lediglich die Funktion einer Marktzutrittsschranke oder Wettbewerbsbeschränkung haben, aufgehoben werden. Allerdings ist wegen eines Marktversagens aufgrund von Problemen asymmetrischer Information und externer Effekte auch keine vollständige Deregulierung der Sharing-Economy angezeigt. Vielmehr sollten branchenspezifische Regulierungsmaßnahmen ergriffen werden, die es ermöglichen, dass herkömmliche Unternehmen und Sharing-Plattformen auf einem „Level playing field“ miteinander im Wettbewerb stehen. Dies kann auch bedeuten, dass herkömmliche Unternehmen und Sharing-Plattformen unterschiedlich reguliert werden. Aufgrund der großen Dynamik der Sharing-Economy sollten möglichst flexible Konzepte gewählt werden, an denen Vertreter aller betroffenen Gruppen beteiligt sind, wie dies im Ansatz des „New governance“ vorgeschlagen wird.

Hinsichtlich des Wettbewerbs ist zu konstatieren, dass durch die Sharing-Economy keine spezifischen oder neuartigen Wettbewerbsprobleme aufgeworfen werden. Denkbare Probleme, wie der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung können mit dem vorhandenen Instrumentarium des Wettbewerbsrechts gelöst werden. Eine Änderung des bestehenden Wettbewerbsrechts scheint daher aus unserer Sicht nicht erforderlich zu sein.

Es ist davon auszugehen, dass die Sharing-Economy im Zeitablauf effizienter wird sich aufgrund technologische Neuerungen weiter ausdehnt.<sup>42</sup> So ist zu erwarten, dass durch weitere Reduzierung von Transaktionskosten – man denke beispielsweise an den Transport kleinerer dauerhafter Güter mittels Drohnen – neue Angebote entstehen. Aber auch bestehende Sharing-Plattformen wie Fahrdienstvermittler könnten ihre Geschäftsfelder ausweiten und zusätzliche Dienste anbieten, wie bei-

---

<sup>42</sup> Vgl. Fradkin (2015) zu höherer Effizienz von Sharing-Plattformen aufgrund der Vermeidung von Suchfraktionen.

spielsweise Kurierdienste oder einen Lieferservice für frische Lebensmittel, anbieten. Neue Entwicklungen können sich auch durch fahrerlose Autos ergeben, die nach einer Fahrt an den Ausgangspunkt zurückkehren oder in Gebiete fahren, in denen mit einer hohen Nachfrage gerechnet werden kann. Hierdurch können weitere Externalitäten ausgelöst werden, die regulierende Eingriffe erforderlich machen. Eine neue Art des Wirtschaftens, die eine neuartige Wirtschaftstheorie oder ein neues Wettbewerbsrecht notwendig machen würden, ist die Sharing-Economy jedoch nicht.

## Literatur

- Acquisti, A., C.R. Taylor und L. Wagman (2015), *The Economics of Privacy*, *Working Paper*, erhältlich bei SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2580411>.
- Allen, D. und C. Berg (2014), *The Sharing Economy – How Over-Regulation Could Destroy an Economic Revolution*, Institute of Public Affairs, Melbourne.
- Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) (2015), *The Sharing Economy and the Competition and Consumer Act*, Deloitte Access Economics, Sydney.
- Baker, D. (2015), *The Opportunities and Risks of the Sharing Economy*, Written Testimony for the Hearing on “The Disrupter Series: How the Sharing Economy Creates Jobs, Benefits Consumers, and Raises Policy Questions”, mimeo.
- Barbaschow, A. (2015), *Latest Funding Values Airbnb Above Hotel Giant Marriott*, erhältlich unter: <http://www.zdnet.com/article/latest-funding-values-airbnb-above-hotel-giant-marriott/>.
- Beck, U. (2015), *Risikogesellschaft*, 22. Aufl. Suhrkamp, Frankfurt/Main.
- Belleflamme, P., M. Peitz (2015), *Industrial Organization – Markets and Strategies*, 2. Auflage, Cambridge University Press, Cambridge.
- Benjaafar, S., C. Courcoubetis, G. Kong und L. Xiang (2015), *Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage and Social Welfare in the Sharing Economy*, University of Minnesota, Department of Industrial and Systems Engineering, *Working Paper*.
- Böll, S., M. Dettmer, P. Middelhoff, A.K. Nezik, T. Schulz und J. Tietz (2014), *Kalifornischer Kapitalismus*, *Der Spiegel*, 34, 58–65.
- Bolton, P., J.F. Brodley und M.H. Riordan (2001), *Predatory Pricing: Strategic Theory and Legal Policy*, *Georgetown Law Journal* 89(8), 2495–2529.
- Bolton, G., B. Greiner und A. Ockenfels (2013), *Engineering Trust: Reciprocity in the Production of Reputation Information*, *Management Science* 59(2), 265–285.
- Bond, A.T. (2015), *An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy*, *Notre Dame Law Review Online* 90, 77–96.
- Botsman, R. und R. Rogers (2011), *What’s Mine is Yours*, HarperCollins, New York.
- Botsman, R. (2013), *The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*, erhältlich unter: <http://www.collaborativeconsumption.com/2013/11/22/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition/>.
- Bovenberg, A.L. und L.H. Goulder (2002), *Environmental Taxation and Regulation*, in: Auerbach, A.J., M. Feldstein (Hrsg.) *Handbook of Public Economics* Bd. 3, 1109–1784.
- Branson, E. (2015), *Uber: How to Make Money With Uber: The Ultimate Beginner’s Guide to Making Money With Ridesharing, Specifically Uber*, Kindle Edition.

Brescia, R.H. (2016), Regulating the Sharing Economy: New and Old Insights into an Oversight Regime for the Peer-to-Peer Economy, *Nebraska Law Review* 95, 1–69.

Cabral, L. und A. Hortaçsu (2010), The Dynamics of Seller Reputation: Evidence from eBay, *Journal of Industrial Economics* 58(1), 54–78.

Corneo, G. und O. Jeanne (1997), Conspicuous Consumption, Snobbism and Conformism, *Journal of Public Economics*, 66, 55–71

Corneo, G. und O. Jeanne (1999), Segmented Communication and Fashionable Behavior, *Journal of Economic Behavior and Organization* 39, 371–385.

Cullen, Z. und C. Farronato (2014), Outsourcing Tasks Online: Matching Supply and Demand on Peer-to-Peer Internet Platforms, *Stanford University, Working Paper*.

Debreu, G. (1959), *Theory of Value*, Cowles Foundation Monograph 17, Yale University Press, New Haven.

Dellarocas, C. (2003), The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online-Feedback Mechanisms, *Management Science* 49(10), 1407–1424.

Dellarocas, C., M. Fan und C.A. Wood (2004), Self-Interest, Reciprocity, and Participation in Online Reputation Systems, MIT, *Sloane School of Management, Working Paper 205*.

Dellarocas, C. und R. Narayan (2006), A Statistical Measure of a Population's Propensity to Engage in Post-Purchase Online Word-of-Mouth, *Statistical Science* 21(2), 277–285.

Dellarocas, C. und C.A. Wood (2008), The Sound of Silence in Online Feedback: Estimating Trading Risks in the Presence of Reporting Bias, *Management Science* 54(3), 460–474.

Edelman, B. und D. Geradin (2015), Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies like Airbnb and Uber?, *Harvard Business School, Working Paper*.

Edelman, B. und M. Luca (2014) Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com, *Harvard Business School, Working Paper*.

Edelman, B., M. Luca und D. Svirsky (2016), Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment, *Harvard Business School, Working Paper*.

Einav, L., C. Farronato und J. Levin (2015), Peer-to-Peer Markets, *NBER Working Paper 21496*, Cambridge Mass.

Eiselt, E. (2014), Aribnb: Innovation and its Externalities, *Journal of Local Government Law* 55 (6), 6–33.

Fradkin, A. (2015), Search Frictions and the Design of Online Marketplaces, *MIT Sloan School of Management and Airbnb, Working Paper*.

Fradkin, A., E. Grewal, D. Holtz und M. Pearson (2016), Bias and Reciprocity in Online Reviews: Evidence From Field Experiments on Airbnb, *MIT Sloan School of Management and Airbnb, Working Paper*.

Fraiberger, S. und A. Sundararajan (2015), Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy, *New York University, Working Paper*.

Gansky, L. (2010), *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing*, Penguin Group, New York.

Greenwood, B.N. und S. Wattal (2015), Show Me The Way To Go Home: An Empirical Investigation of Ride Sharing and Alcohol Related Motor Vehicle Homicide, *Temple University, Fox School of Business, Working Paper*.

Gutt, D. und P. Herrmann (2015), Sharing Means Caring? Hosts' Price Reaction to Rating Visibility, *Universität Paderborn, Working Paper*.

Hall, J.V. und A.B. Krueger (2015), An Analysis of the Labor Market for Uber's Driver-Partners in the United States, *Princeton University, Department of Economics, Working Paper*.

Han, B. C. (2014), Warum heute keine Revolution möglich ist, *Süddeutsche Zeitung* 03.09.2014.

Hawkins, A.J. (2015), Uber and Lyft will be the subjects of an environmental impact study, *The Verge*, erhältlich unter: <http://www.theverge.com/2015/11/13/973-0458/uber-lyft-environment-impact-cost-NRDC-Berkeley-study>

Horton, J.J. (2015), The Tragedy of Your Upstairs Neighbors: Is the Airbnb Negative Externality Internalized?, *New York University, Stern School of Business, Working Paper*.

Horton, J.J. und J. Golden (2015), Reputation Inflation: Evidence from an Online Labor Market, *New York University, Stern School of Business, Working Paper*.

Horton, J.J. und R.J. Zeckhauser (2016), Owing, Using and Renting: Some Simple Economics of the Sharing Economy, *Working Paper*, erhältlich bei SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2730850>.

HR&R Advisors (2012), *Airbnb – Economic Impacts in San Francisco and its Neighborhoods*, Findings Report Preview.

Hu, N., P.A. Pavlou und J. Zhang. (2009), Overcoming the J-Shaped Distribution of Product Reviews, *Communications of the ACM* 52(10), 10.

Hui, X., M. Saeedi, Z. Shen und N. Sundaresan (2014), From Lemon Markets to Managed Markets: The Evolution of eBay's Reputation System, *University of Ohio and eBay Research Labs, Working Paper*.

Ikkala, T. und A. Lampinen (2015), Monetizing Network Hospitality: Hospitality and Sociability in the Context of Airbnb, *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing (CSCW15)*, 1033–1044.

Jiang, B. und L. Tian (2015), Collaborative Consumption: Strategic and Economic Implications of Product Sharing, *Working Paper*, erhältlich bei SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2561907>.

Jung, J., S. Yoon, S. Kim, S. Park, K.P. Lee und U. Lee (2016), Social or Financial Goals? Comparative Analysis of User Behaviors in Couchsurfing and Airbnb, *ACM CHI 2016 Extended Abstracts*, San Jose, CA.

Katz, V. (2015), Regulating the Sharing Economy, *Berkely Technology Law Journal* 30, 1067–1126.

Kennes, J. und A. Schiff (2008), Quality Infomediation in Search Markets, *International Journal of Industrial Organization* 26, 1191–1202.

Klein, T.J., C. Lambertz und K.O. Stahl (2013), Market Transparency, Adverse Selection, and Moral Hazard, *CESifo Working Paper Series No. 4552*, erhältlich bei SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2382441>.

Kloepfer, I. (2014), Airbnb verhökert Kreuzberg, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 13. 12. 2014.

Koopman, Ch., M. Mitchell und A. Thierer (2014), The Sharing Economy and Consumer Protection: The Case for Policy Change, *Mercatus Working Paper, Mercatus Center at George Mason University, Arlington, VA*.

Lavario, F. (2015), *Wie Sie mit airbnb RICHTIG viel Geld verdienen: So vervielfachen Sie die Buchungen für Ihre Unterkunft*, Kindle Edition, Lavario Ltda.

Liu, Q. (2011), Information Acquisition and Reputation Dynamics, *Review of Economic Studies* 78, 1400–1425.

- Lobel, O. (2012), New Governance as Regulatory Governance, *University of San Diego, Legal Studies Research Paper Series*, No. 12-101.
- Maung, A.S. (2016), Will Uber's Business Model Survive in the Next 10 Years?, erhältlich unter: <https://www.quora.com/Will-Ubers-business-model-survive-in-the-next-10-years>.
- Mayzlin, D., Y. Dover und J. Chevalier (2014), Promotional Reviews: An Empirical Investigation of Online Review Manipulation, *American Economic Review* 104(8), 2421–2455.
- Miller, S.R. (2015), First Principles for Regulating the Sharing Economy, *Working Paper*.
- Mühl, M. (2016), Ein Freund, ein falscher Freund, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12. 02. 2016.
- Nosko, C. und S. Tadelis (2015), The Limits of Reputation in Platform Markets: An Empirical Analysis and Field Experiment, *University of Chicago Booth School of Business and eBay Research Labs, Working Paper*.
- Ockenfels A. und P. Resnick (2012), Negotiating Reputations, in: Bolton, G., R. Croson (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Economic Conflict Resolution*, Oxford University Press, Oxford, 223–237.
- Peitz, M. (2006), Marktplätze und indirekte Netzwerkeffekte, *Perspektiven der Wirtschaftspolitik* 7, 317–333.
- Peitz, M. (2014), Die Entzauberung von Airbnb und Uber, *Ifo-Schnelldienst* 67(21), 6–8.
- Rauch, D.E. und Schleicher, D. (2015), Like Uber, but for Local Governmental Policy: The Future of Local Regulation of the “Sharing Economy”, *George Mason University Law and Economics Research Paper Series*, No. 15-01.
- Rogers, B. (2015), The Social Cost of Uber, *Temple University, Legal Studies Research Paper Series*, No. 2015-28.
- Resnick, P. und R. Zeckhauser (2002), Trust Among Strangers in Internet Transactions: Empirical analysis of eBay's Reputation System, *The Economics of the Internet and E-Commerce* 11(2), 23–25.
- Rifkin, J. (2007), *Access - Das Verschwinden des Eigentums: Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden*, Campus, Frankfurt am Main.
- Rifkin, J. (2014), *Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus*, Campus, Frankfurt am Main.
- Salamon, L. (2000), The New Governance and the Tools of Public Action: An Introduction, *Fordham Urban Law Journal*, 28(5), 1611–1674.
- Sandmo, A. (2008), Pigouvian Taxes, in: Durlauf, S.N., E. Blume (Hrsg.) *New Palgrave Dictionary of Economics*, 2. Aufl., Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Samaan, R. (2015), *Airbnb, Raising Rent, and the Housing Crisis*, Los Angeles, laane – A New Economy for All.
- Schlenker, D. (2014), Uber und die (angebliche) Revolution auf dem Beförderungsmarkt – Sharing Economy oder ungehemmte Profitgier?, *Ifo-Schnelldienst* 67(21), 18–20.
- Schor, J.B. (2014), Debating the Sharing Economy, *Great Transition Initiative*, 1–14.
- Schor, J.B. und C.J. Fitzmaurice (2015), Collaborating and Connecting: The Emergence of the Sharing Economy, forthcoming in: Reisch, L., J. Thøgersen (Hrsg.), *Handbook on Research on Sustainable Consumption*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Schwalbe, U. (2014), Uber und Airbnb: Zur Mikroökonomik der “Sharing Economy”, *Ifo-Schnelldienst* 67(21), 12–15.
- Slee, T. (2015), *What's Yours is Mine*, OR Books, New York.

Stevens, M. und M. Groves (2014), Malibu to Crack Down on Short-Term Rentals via Airbnb, other Websites, *Los Angeles Times* vom 27. 05. 2014.

Stigler, G.J. (1971), The Theory of Economic Regulation, *Bell Journal of Economics and Management Science* 3, 3–18.

Sundararajan, A. (2012), Why the Government Doesn't Need to Regulate the Sharing Economy, *Wired*.

Sundararajan, A. (2014), Peer-to-Peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues, *Written Testimony*.

Todisco, M. (2015). Share and Share Alike? Considering Racial Discrimination in the Nascent Room-Sharing Economy, *Stanford Law Review Online* 67, 121–129.

Wallsten, S. (2015), The Competitive Effects of the Sharing Economy: How is Uber Changing Taxis?, *Technology Policy Institute, Working Paper*.

Zervas, G., D. Proserpio, und J.W. Byers (2014), The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry, *Working Paper*, erhältlich bei SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2366898>.

Zervas, G., D. Proserpio und J.W. Byers (2015), A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay is Above Average, *Working Paper*, erhältlich bei SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2554500>.