ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Haucap, Justus; Kehder, Christiane

Working Paper

Welchen Ordnungsrahmen braucht die Sharing Economy?

DICE Ordnungspolitische Perspektiven, No. 94

Provided in Cooperation with:
Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Heinrich Heine University Düsseldorf

Suggested Citation: Haucap, Justus; Kehder, Christiane (2018) : Welchen Ordnungsrahmen braucht die Sharing Economy?, DICE Ordnungspolitische Perspektiven, No. 94, ISBN 978-3-86304-694-1, Heinrich Heine University Düsseldorf, Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Düsseldorf

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/174508

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.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Düsseldorfer Institut
für Wettbewerbsökonomie

ORDNUNGSPOLITISCHE PERSPEKTIVEN

Nr 94

Welchen Ordnungsrahmen braucht die Sharing Economy?

Justus Haucap,
Christiane Kehder

Februar 2018

HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

d|u|p düsseldorf university press

IMPRESSUM

DICE ORDNUNGSPOLITISCHE PERSPEKTIVEN

Veröffentlicht durch:
düsseldorf university press (dup) im Auftrag der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät,
Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Universitätsstraße 1,
40225 Düsseldorf, Deutschland
www.dice.hhu.de

Herausgeber:

Prof. Dr. Justus Haucap
Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)
Tel: +49(0) 211-81-15125, E-Mail: haucap@dice.hhu.de

DICE ORDNUNGSPOLITISCHE PERSPEKTIVEN

Alle Rechte vorbehalten. Düsseldorf 2018

ISSN 2190-992X (online) - ISBN 978-3-86304-694-1

Welchen Ordnungsrahmen braucht die Sharing Economy?

Justus Haucap & Christiane Kehder

Februar 2018

(erscheint in: J. Dörr, N. Goldschmidt & F. Schorkopf (Hrsg.), *Share Economy: Institutionelle Grundlagen und gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen*, Mohr Siebeck: Tübingen 2018)

Zusammenfassung

Das private Teilen von Ressourcen durch die Möglichkeiten der sog. Sharing Economy ist ökonomisch prinzipiell sehr sinnvoll. Durch eine auch von den betroffenen Branchen betriebene Lobbyarbeit unterstützte Politik wird das private Teilen in Deutschland jedoch erheblich erschwert, obgleich prinzipielle erhebliche Verbraucher- und Effizienzvorteile generiert werden können. Wir plädieren in diesem Beitrag für einen offeneren Regulierungsrahmen, der folgende Charakteristika aufweisen sollte: (1) Erstens erscheint die Verwendung von Schwellenwerten sinnvoll, um gewerbliche und private Anbieter zu unterscheiden. Solange bestimmte Grenzen der Tätigkeit nicht erreicht werden, sollte eine Tätigkeit als privat gelten, während bei Erreichen der Schwellenwerte Anbieter als gewerblich eingestuft werden, solange sie nicht das Gegenteil darlegen können. Für private Anbieter sollten weniger strikte Anforderungen gelten als für gewerbliche Anbieter. (2) Zweitens sollten Plattformen transparent machen, ob ein von ihnen vermittelte Anbieter privat oder gewerblich agiert, so wie etwa bei *eBay* zwischen privaten und gewerblichen Verkäufen unterschieden wird, sodass Nutzer ihre entsprechenden Rechte ex ante erkennen können. (3) Drittens sollten der bisherige Regelungsrahmen für die betroffenen Branchen – wie etwa das Personenbeförderungsgesetz für das Taxi- und Mietwagengewerbe – regelmäßig, evidenzbasiert evaluiert und novelliert werden, um Deregulierungspotenziale zu erkennen. (4) Viertens ist eine Anzeigepflicht auch für private Personen zumindest ab einer gewissen Regelmäßigkeit der privaten Bereitstellung von Ressourcen (wie etwa der eigenen Wohnung) denkbar, um Behörden die Überprüfung und Rechtsdurchsetzung zu erleichtern. (5) Fünftens könnten die Plattformen mit Informationsübermittlungspflichten etwa an die Finanzbehörden belegt werden, um Steuerhinterziehung zu erschweren. Ein solcher Rechtsrahmen ermöglicht das private Teilen von Ressourcen in begrenztem Umfang und kann zugleich den gravierendsten Bedenken der Kritiker, wie etwa der sog. Zweckentfremdung von Wohnraum, wirkungsvoll entgegenwirken.

Schlüsselwörter: Sharing Economy, AirBnB, Uber, Ride Sharing, Digitalisierung, Zweckentfremdung

1. Einleitung

Digitale Plattformen sind nicht nur ein zentraler Trend des digitalen Wandels, sondern auch ein öffentlich und politisch heiß diskutiertes Thema. Im Grunde funktionieren digitale Plattformen ähnlich wie physische Marktplätze: Der Plattformbetreiber vermittelt Anbieter und Nachfrager einer Dienstleistung/eines Produktes und erhält dafür eine Vermittlungsgebühr. Immer mehr digitale Plattformen entstehen inzwischen in allen möglichen Wirtschaftssektoren. Das Betätigungsfeld digitaler Plattformen erstreckt sich über elektronische Handelsplätze wie eBay und Amazon Marketplace, Reiseportale wie Expedia, Hotelbuchungsportale und HRS, Vermittlungsportale für Handwerks- und Haushaltsdienstleistungen wie MyHammer und Helpling, die Immobilienvermittlung (etwa bei Immoscout24) bis hin zu neuen Finanzintermediären auf Crowdfunding-Plattformen. Auch Suchmaschinen und soziale Netze funktionieren als Plattformen.

Besondere Aufmerksamkeit haben in jüngerer Zeit Plattformen erfahren, auf denen (auch) Privatleute Dinge entgeltlich oder unentgeltlich teilen können. Häufig ist hier auch von der „Sharing Economy“ und der „Ökonomie des Teilens“ die Rede (Benkler, 2004; Belk, 2010; Rifkin, 2014; Demary, 2015a; Theurl, 2015; Levering und Icks, 2016). In der Regel geht es aber nicht um gemeinschaftliches Teilen unter “Brüdern und Schwestern“ aus altruistischen Motiven, sondern um kommerzielle Geschäftsmodelle zur Vermittlung von Produkten oder Dienstleistungen 8vgl. etwa Einav, Farronato und Levin, 2016). Dabei gibt es keine einheitliche Abgrenzung des Begriffs der „Sharing Economy“.[1] Teils wird der Begriff – in ziemliche irreführender Weise – synonym mit dem Begriff der Plattformökonomie benutzt, wenngleich es bei zahlreichen Plattformen wie etwa eBay, Helpling, diversen Crowdfunding- und FinTech-Plattformen, Online-Reise- und Hotelvermittlern wie Expedia, Booking, HRS etc. oder auch Immobilienplattformen wie immoscout oder elektronischen Gebrauchtwagenmärkten wie mobile.de überhaupt nicht um das Teilen irgendwelcher Ressourcen geht, sondern um die Vermittlung diverser Produkte und Dienstleistungen. Richtig ist zwar, dass die Intermediation in der „Sharing Economy“ über Plattformen (wie etwa AirBnb) erfolgt, gleichwohl sind die allermeisten Plattformen nicht Teil der Sharing Economy. Ein Gleichsetzen von Sharing Economy und Plattformökonomie ist daher völlig irreführend. Hinter den Begriffen Plattformökonomie und „Sharing Economy“ verbergen sich vielmehr eine Vielzahl von völlig unterschiedlichen Geschäftsmodellen, die auch differenziert zu betrachten sind.

Das eigentliche Geschäftsmodell der sog. Sharing Economy beruht immer auf dem Prinzip des Teilens von Ressourcen, dennoch gibt es auch Unterschiede zwischen den verschiedenen Sharing-Angeboten. So bieten beim eigentlichen Sharing-Ansatz im engeren Sinne Privatleute ihre Besitztümer wie Wohnungen, Autos oder Geräte anderen Privatleuten zur gemeinsamen Nutzung an (Peer-to-Peer - P2P). Als Sharing Economy im engeren Sinne sollen daher in diesem Beitrag solche Modelle verstanden, bei denen Privatleute bestimmte Besitztümer regelmäßig anderen Privatleuten über eine Plattform zur Verfügung stellen. Wenn gewerbliche Anbieter bestimmte Gegenstände Privatleuten zur kurzfristigen Nutzung entgeltlich überlassen, soll dies nicht als Teil der Sharing Economy erfasst werden. Das kommerzielle Überlassen von

[1] Zum Begriff und zur Entwicklung vgl. Benkler (2004), Bardhi und Eckhardt (2012), Allen und Berg (2014), Belk (2014), Haucap (2015), Demary (2015a), Codagnone und Martens (2016), Dittmann und Kuchinke (2016) sowie zur Begriffsklärung insbesondere Schreiner und Kenning (2018).

Hotelbetten, Ferienwohnungen, Autos, Baumaschinen etc. begreifen wir somit nicht als Teil der Sharing Economy, auch wenn umgangssprachlich etwa Car Sharing, Bike Sharing etc. oft zur Sharing Economy gezählt werden. Letztlich ist aber Car Sharing in der Regel nichts Anderes als eine Autovermietung, auch wenn die Preismodelle etwas anders sind, die Standorte der PKWs nicht fix und die Mietdauer oftmals kürzer ist als bei traditionellen Autovermietungen. Diese Entwicklungen werden durch den technischen Fortschritt, die Digitalisierung, begünstigt, jedoch findet beim Car Sharing typischerweise – auch wenn es Ausnahmen gibt – kein Teilen der Autos im P2P-Bereich statt. Vielmehr geht es hier um klassische B2C-Vermietungen, die aufgrund des technischen Fortschritts anders abgewickelt werden als bei klassischen Autovermietungen.

Parallel zum Aufkommen der Sharing Economy im Sinne der P2P-Vermittlung von Ressourcen zur kollektiven Nutzung hat sich auch ein Trend entwickelt, den man eher als „Mieten-statt-Besitzen“ bezeichnen könnte und auf den sich große Unternehmen wie etwa die Deutsche Bahn oder Automobilkonzerne konzentrieren, um ihren Kunden Autos, Fahrräder oder ähnliches zu vermieten (Business-to-Consumer - B2C). Car-Sharing ist ein prominentes Beispiel hierfür und bezeichnet eine organisierte gemeinschaftliche Nutzung von Autos, die entweder von festen Mietstationen aus oder innerhalb des öffentlichen Parkraums zur Verfügung gestellt werden (vgl. auch Shaheen und Cohen, 2013).

Wesentliches Merkmal des Sharing-Ansatzes im engeren Sinne ist, dass die vermittelnden Plattformen die nachgefragten Dienstleistungen nicht mehr selbst produzieren oder einkaufen, sondern diese eben „lediglich“ über Plattformen vermitteln, d. h. sie konzentrieren sich nur auf einen Teil der Wertschöpfung. Auch dies trifft auf die meisten Car Sharing-Modelle nicht zu, bei denen Plattformen wie Car2Go, DriveNow, etc. auch Eigentümer der verliehenen Automobile sind. Die Kernidee der eigentlichen Sharing Economy im engeren Sinne ist jedoch, dass viele Ressourcen (wie etwa PKWs oder Wohnungen) einen beträchtlichen Teil der Zeit vom Eigentümer gar nicht genutzt werden, über intelligente Plattformen aber an eine bestehende Nachfrage vermittelt werden können, so dass deren Auslastung verbessert wird. Aus volkswirtschaftlicher Sicht können so erhebliche Effizienzpotenziale gehoben werden, da weniger Verschwendung stattfindet, Fixkosten eingespart und Skaleneffekte realisiert werden. Diese Kernidee steckte auch immer schon hinter dem „Mieten-statt-Besitzen“-Ansatz, auch hier beruht die Kernidee darauf, dass bestimmte Ressourcen temporär vermietet werden und so die Auslastung verbessert wird.

Teils werden auch andere Dienstleistungsangebote, welche über Plattformen gebucht werden können, wie z. B. Reinigungsdienste über Helpling, Online-Kurse über Diplomero oder Unterhaltungsangebote über Netflix der Sharing Economy zugerechnet. Gleichwohl sind diese Dienste untypisch für die Sharing Economy. Es werden zwar Plattformen zur Vermittlung genutzt, wie auch bei AirBnB und Uber oder bei ebay, MyHammer oder Amazon Marketplace, jedoch werden bei Helpling, Diplomero oder Netflix nicht von privat zu privat Ressourcen mit freien Kapazitäten geteilt. Vielmehr werden einfach Anbieter und Nachfrager von Gütern und Dienstleistungen über digitale Plattformen zusammengebracht, ein „Teilen“ ansonsten ungenutzter Ressourcen findet jedoch nicht statt.

Im Gegensatz dazu beruht die Idee bei den wohl prominentesten Beispielen der Sharing Economy im engeren Sinne, nämlich beim Wohnungs-Sharing und auch beim Ride Sharing, auf dem Verfügbarmachen ansonsten ungenutzter Ressourcen und der Reduktion von Fixkosten, wenngleich es beim Ride Sharing teils auch „nur“ um die Vermittlung von Fahrdienstleistungen zu gehen scheint (wie etwa bei CleverShuttle, das selbst die für die Fahrten benutzten Fahrzeuge besitzt), teils aber auch um die stärkere Auslastung von ansonsten ungenutzten Privatautos (wie etwa bei Uber), wenn auch in Kombination (gebündelt) mit der Vermittlung von Fahrdienstleistungen. Unser Beitrag konzentriert sich im Folgenden auf die Beispiele des Wohnungs-Sharings und des Ride Sharings, da hier tatsächlich Ressourcen von Privatleuten geteilt werden.

Im B2C- und B2B-Bereich ist das „Teilen“ von Ressourcen im Übrigen nichts Neues.[2] Autovermietungen und Hotels etwa, aber auch viele andere Angebote (etwa der bekannte Maschinenring[3]) existieren schon lange ebenso wie Vermittlungsagenturen dafür (etwa Reisebüros). Dasselbe gilt prinzipiell für Bibliotheken, Videotheken, Fitnessstudios und zahlreiche andere Anbieter – wie etwa auch Hotels und Pensionen – bei denen Ressourcen zur temporären Nutzung gewerbsmäßig zur Verfügung gestellt werden. Neu ist vor Allem das *Ausmaß*, mit dem das Teilen von Ressourcen im P2P-Bereich möglich ist. Auch hier ist das Teilen von Ressourcen zwar prinzipiell nichts Neues: Mitfahrzentralen, Wohngemeinschaften und Mitwohnzentralen sind schon immer der Idee gefolgt, Ressourcen und Fixkosten zu teilen. Vor dem Aufkommen professioneller Online-Vermittlungsplattformen war die Konkurrenz für die klassischen B2C-Anbieter durch P2P-Plattformen aber sehr überschaubar und auch vernachlässigbar, sodass in Politik und Öffentlichkeit kaum eine Diskussion über diese Angebote entstand. Die Konkurrenz für gewerbliche Anbieter wie Bahn und Taxis sowie Hotels und Pensionen durch Mitfahr- bzw. Mitwohnzentralen war überschaubar. Erst durch die Digitalisierung und die damit einhergehenden technischen Möglichkeiten ist das rasante Wachstum der Sharing Economy, also des Teilens von Ressourcen im P2P-Bereich, ausgelöst worden.

Zwei Gründe sind für den (wachsenden) Erfolg der Sharing Economy im Wesentlichen maßgeblich: Erstens reduziert das Internet die Suchkosten in ganz erheblicher Weise, das „Matching“ von Anbietern und Nachfragern auch für kleine Transaktionen (wie eine kurze Stadtfahrt oder eine Übernachtung) wird durch Online-Plattformen wesentlich einfacher. Und zweitens lösen die Plattformen das Problem fehlenden Vertrauens zwischen ehemals weitgehend anonymen Anbietern und Nachfragern. In der Vergangenheit war es aufgrund zahlreicher Informationsprobleme riskant, die eigene Wohnung Fremden zu überlassen oder diese im Auto mitzunehmen bzw. bei diesen mitzufahren (etwa beim Trampen), so dass zahlreiche Transaktionen einfach unterblieben. Über Bewertungs- und Reputationsmechanismen kann die Anonymität des Marktes heute jedoch überwunden werden (vgl. etwa Tadelis, 2016). Vertrauen wird durch Reputationsmechanismen induziert. Nicht zufällig ist etwa bei Uber oder AirBnB wie schon bei eBay das gegenseitige Bewerten nach einer Transaktion ein zentraler Punkt für das Funktionieren der Plattformen (vgl. Horton und Zeckhauser,

[2] Schreiner und Kenning (2018, S. 357) führen – unter Verweis auf Belk und Llamas (2012) – sogar nomadische Jäger und Sammler als frühe Formen der Sharing Economy an, auch wenn es wohl eher um einen nicht preisgesteuerten Tausch im Sinne von Malinowski (1922) oder Mauss (1925) ging (vgl. dazu auch Sahlins, 1965, 1972, North, 1977, sowie Haucap, 2017) als um das Teilen freier Kapazitäten bei Investitionsgütern.

[3] Zur Historie des Maschinenrings vgl. Geiersberger (1974).

2016: Bolton, Greiner und Ockenfels, 2013; Einav, Farronato und Levin, 2016, Haucap, 2015, S.92).

Durch das vermehrte Angebot von Übernachtungsmöglichkeiten, Fahrdienstleistungen und anderen Dingen durch echte und vermeintliche Privatpersonen ergeben sich jedoch auch eine ganze Reihe von gesellschaftlich wichtigen Fragen: Werden etwa soziale Standards und gesetzliche Regulierungen durch vermeintliche Privatleute umgangen und wird so ein unfairer Wettbewerb zwischen gewerblichen und privaten Anbietern ausgelöst? Werden also etwa im Taxi- oder im Übernachtungsgewerbe gewerbliche Anbieter künstlich benachteiligt? Anders ausgedrückt: Haben private Anbieter nur deshalb einen Wettbewerbsvorteil gegenüber gewerblichen Anbietern, weil sich erstere nicht an Regeln (Steuern, Regulierung etc.) halten? Ist etwa der gesamte Wettbewerbsvorteil der Anbieter in der Sharing Economy rein künstlich, weil diese Gesetze nicht einhalten? Hebelt somit die Umgehung bestehender Regulierungen durch neue Anbieter eigentlich sinnvolle Regelungen aus und entstehen so Nachteile für dann rechtlich weniger geschützte Marktteilnehmer wie etwa Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer sowie Verbraucherinnen und Verbraucher? Sind neue Besteuerungsverfahren nötig, wenn davon auszugehen ist, dass viele Transaktionen von privaten Personen in der sog. Sharing Economy i. d. R. nicht oder nur teilweise versteuert werden? Und was bedeuten die neuen Angebote für Verbraucherinnen und Verbraucher? (vgl. Edelman und Geradin, 2016; Dittmann, 2016; Codagnone und Martens, 2016; Haucap, 2015, S.92).

Angesichts dieser Fragen ist eine erste Reaktion vieler Politiker auf die neue digitale Konkurrenz in Europa – auch im Interesse der etablierten Anbieter, die sich nur ungern diesem neuen Wettbewerb stellen – abwehrend: Uber und AirBnB ganz verbieten, so manch drastischer Vorschlag. Diese Maßnahmen würden jedoch das Kind mit dem Bade ausschütten, sie würden die potenziellen Probleme nicht in verhältnismäßiger Weise lösen, sondern zugleich viele volkswirtschaftlich sinnvolle Transaktionen unterbinden, denn prinzipiell können sich durch ein gemeinsames Nutzen von Ressourcen auch im privaten Bereich sowohl ökonomische als auch ökologische Vorteile ergeben, auch wenn letzteres nicht eindeutig ist, da es – ähnlich wie in den Bereichen Energie und Verkehr – auch Rebound-Effekte geben dürfte.

Im Ergebnis betont dieser Beitrag jedoch die Chancen der Sharing Economy, gerade für Verbraucherinnen und Verbraucher, und plädiert daher für eine Regulierung mit Augenmaß. Einerseits gilt es bestehende Regulierungen – etwa des Personenbeförderungsgesetzes – ob ihrer Sinnhaftigkeit angesichts des technischen Fortschritts zu überprüfen. Andererseits gilt es, Wettbewerbsverzerrungen zwischen privaten und kommerziellen Anbietern möglichst in Grenzen zu halten. Sinn der Sharing Economy kann es selbstredend nicht sein, durch Umgehung von sinnvollen Regulierungen und Steuervorschriften Wettbewerbsvorteile zu erlangen. Um Bürokratiekosten gering zu halten und Lösungen praktikabel zu gestalten, plädieren wir zum einen für die Nutzung von Schwellenwerten, ab welchen Anbieter als gewerblich gelten sollten und dementsprechende Regeln zu befolgen haben. Anbieter unterhalb dieser Grenzwerte („Gelegenheitsanbieter“) sollten hingegen als privat gelten und weniger strikt reguliert werden. Zudem könnten an die Schwellenwerte ebenfalls Meldepflichten der Plattformen gegenüber Behörden geknüpft werden. Zum anderen plädieren wir auch für eine regelmäßige, evidenzbasierte Überprüfung des

Rechtsrahmens für gewerbliche Anbieter, um technologischen Entwicklungen gerecht zu werden.

2. Ökonomische Grundlagen der Sharing Economy

Dem Geschäftsmodell von Unternehmen der Sharing Economy unterliegt zentral das Prinzip des Teilens von Ressourcen. Charakteristisch für die Ökonomie des Teilens sind zum einen der Verzicht auf Eigentum zugunsten des Erwerbs von Nutzungsrechten auf Seite der Verbraucherinnen und Verbraucher (vgl. etwa Benkler, 2004; Belk, 2007, 2010; Bardhi und Eckhardt, 2012) sowie die Vermittlung der entsprechenden Ressource über Online-Plattformen (vgl. Eichhorst und Spermann, 2015, S.3 sowie Schwalbe, 2014, S.13). Die Kernidee ist dabei stets, dass viele Ressourcen (wie etwa PKWs oder Wohnungen) einen beträchtlichen Teil der Zeit ungenutzt bleiben. Über intelligente Online-Plattformen sollen diese ungenutzten Ressourcen an eine bestehende Nachfrage vermittelt werden, so dass deren Auslastung verbessert wird. Aus volkswirtschaftlicher Sicht können so erhebliche Effizienzpotenziale gehoben werden, da weniger Verschwendung stattfindet, Fixkosten eingespart und Skalenerträge realisiert werden. Wesentliches Merkmal der Sharing Economy ist dabei, dass die agierenden Unternehmen die nachgefragten Dienstleistungen nicht mehr selbst produzieren, sondern diese lediglich über Online-Plattformen vermitteln, d. h. sie konzentrieren sich nur auf einen Teil der Wertschöpfung.

2.1 Ursprung der Sharing Economy

Dass durch das Teilen von Ressourcen Effizienzpotenziale gehoben werden können, ist in der Ökonomie prinzipiell nichts Neues. So lässt sich das Teilen von Ressourcen insbesondere zwischen Unternehmen schon seit langem beobachten. In der Landwirtschaft schließen sich bspw. regelmäßig landwirtschaftliche Betriebe zu sog. „Maschinenringen“ zusammen, um Land- und Forstmaschinen gemeinsam zu nutzen und Arbeitskräfte bei vorliegenden Überkapazitäten zu vermitteln. Ein weiteres Beispiel für das Teilen von Ressourcen stellen Lesezirkel für Arztpraxen oder Friseursalons dar. Hierbei handelt es sich um eine Art Abonnement, bei dem Zeitschriften nicht gekauft, sondern für einen gewissen Zeitraum für wartende Patienten und Kunden ausgeliehen oder gemietet werden (vgl. Deppe, 2008). Auch in anderen Wirtschaftsbereichen finden sich Formen des Teilens von Ressourcen, wie etwa die gemeinsame Nutzung von Infrastrukturen oder Frequenzspektrum in der Telekommunikation oder das gemeinsame Betreiben von Kraftwerken im Energiesektor. Ein modernes Beispiel ist das Cloud Computing, d.h. die gemeinsame Nutzung von IT-Kapazitäten (vgl. Bräuninger et al., 2012). Durch das Einsparen von Fixkosten auf Seite der Unternehmen und der besseren Auslastung von Ressourcen werden hierdurch Effizienzpotenziale generiert.

Aber nicht nur zwischen Unternehmen im B2B-Bereich sondern auch bei Privatpersonen ist das Teilen von Ressourcen prinzipiell nicht neu. Im B2C-Bereich etwa wären Videotheken und Fitnessstudios zu nennen, und auch Hotels und Autovermietungen basieren auf dieser Idee. Weil die Anschaffung der Ressourcen individuell im Verhältnis zur Nutzung zu kostspielig ist, entstehen Anbieter, die das

„Teilen“ der Ressourcen organisieren. Und selbst im P2P-Bereich, der aktuell besonders im Fokus der gesellschaftlichen Debatten steht, folgen Mitfahrzentralen, Wohngemeinschaften oder auch Mitwohnzentralen schon lange der Idee, Ressourcen und Fixkosten zu teilen.

Insbesondere private Initiativen, die auf das direkte (selbstlose) Teilen zwischen Privatleuten abzielen, wie bspw. das Ausleihen von Werkzeug oder Heimwerkermaschinen (frents.com), der Tausch oder der Verkauf von gebrauchter Kleidung (kleiderkreisel.de) oder die Vermittlung von übriggebliebenen Lebensmitteln (foodsharing.de), werden nicht selten als Ursprung der jetzigen Sharing Economy angesehen (vgl. etwa Codagnone und Martens, 2016; Scholl et al., 2015). Eigentlich hat der Verkauf oder auch die unentgeltliche Weitergabe gebrauchter Kleidung oder das Überlassen von Essensresten kaum etwas mit dem Teilen bzw. der gemeinsamen Nutzung von Ressourcen zu tun hat. Die Plattformen, mit deren Hilfe der jeweilige Austausch organisiert wird, ersetzen konventionelle Vermittlungstechniken wie etwa Schwarze Bretter, Kleiderkammern oder auch Kleinanzeigen. Die Initiatoren bzw. Organisatoren der Plattformen arbeiten i. d. R. nicht vorrangig gewinnorientiert, sondern handeln vielmehr aus idealistischen oder auch aus ehrenamtlichen Motiven heraus. Die Nutzung der Plattformen ist teilweise unentgeltlich, teilweise sind geringe Gebühren oder Nutzungsbeiträge zu entrichten (vgl. Wedde und Wedde, 2015, S.1f.).

2.2 Kommerzialisierung der Sharing Economy

Die vorstehend beschriebenen Formen des „Teilens“ haben jedoch ansonsten wenig mit den professionellen Vermittlungsplattformen zu tun, die sich im Zuge des rasanten Wachstums der Sharing Economy entwickelt und sich als tatsächliche Konkurrenz zu traditionellen Gewerben wie dem Taxi- oder dem Übernachtungsgewerbe etabliert haben. Diese professionellen Vermittlungsplattformen haben sich zunehmend kommerzialisiert, die Vermittlung erfolgt nicht mehr in erster Linie aus idealistischen Motiven, sondern mit klaren Gewinnabsichten der Plattformbetreiber (vgl. Wedde und Wedde, 2015, S.2). Hinter den Plattformen stehen nicht selten weltweit agierende, Unternehmen. Gewinne werden erzielt, weil die Plattformbetreiber von ihren Nutzern Gebühren oder eine Provision verlangen.

2.3 Wachstum der Sharing Economy

Das Teilen von Ressourcen ist zwar wie gesagt nicht neu, jedoch war die Konkurrenz durch Mitfahr- und Mitwohnzentralen vor dem Aufkommen professioneller Online-Vermittlungen für die Bahn und Taxis bzw. Hotels und Pensionen überschaubar. Erst durch die Digitalisierung und die damit einhergehenden technischen Möglichkeiten ist das rasante Wachstum der Sharing Economy ausgelöst worden (vgl. hierzu auch Stephany, 2015, Demary, 2015a, S.96, Yaraghi und Ravi, 2016, oder Eichhorst und Spermann, 2015). Hierfür sind insbesondere zwei Gründe maßgeblich. So ist es durch die Digitalisierung und der damit einhergehenden technischen Möglichkeiten gelungen, zwei in der Ökonomie wohlbekannte Probleme zu überwinden, die in der Vergangenheit häufig für das Scheitern von privaten Transaktion ursächlich waren (vgl. Haucap, 2015, S.92).

1. Senkung von Suchkosten

Das Internet mit seinen fast unbegrenzten Möglichkeiten Informationen zu erhalten, reduziert Suchkosten in ganz erheblicher Weise (vgl. bereits Bakos, 1997). Durch Online-Plattformen wird das „Matching“ von Anbietern und Nachfragern wesentlich einfacher, insbesondere auch für kleine Transaktionen wie eine kurze Stadtfahrt oder eine Übernachtung (vgl. z. B. Benjafaar et al., 2015).

2. Reduktion von Vertrauensproblemen

Die Vermittlungsplattformen reduzieren das Problem fehlenden Vertrauens zwischen ehemals weitgehend anonymen Anbietern und Nachfragern ganz erheblich. Fehlendes Vertrauen zwischen anonymen Anbietern und Nachfragern kann ursächlich dafür sein, dass Transaktionen erst gar nicht zustande kommen. So war es in der Vergangenheit aufgrund zahlreicher Informationsprobleme riskant, die eigene Wohnung Fremden zu überlassen oder diese im Auto mitzunehmen bzw. bei diesen mitzufahren, so dass zahlreiche Transaktionen einfach unterblieben. Dieses Informations- bzw. Vertrauensproblem wird durch die Plattformen gemindert. Über Bewertungs- und Reputationsmechanismen kann die Anonymität des Marktes nahezu überwunden werden. Bewertungsmechanismen professioneller Vermittlungsplattformen leisten einen großen Beitrag, die Anonymität zwischen Anbietern und Nachfragern zu überwinden. Reputationsmechanismen sorgen dafür, dass Vertrauen geschaffen wird. Nicht zufällig ist bei Uber und AirBnB wie schon bei eBay das gegenseitige Bewerten nach einer Transaktion ein zentraler Punkt für das Funktionieren und den Erfolg der Plattform (vgl. Horton und Zeckhauser, 2016: Bolton, Greiner und Ockenfels, 2013; Einav, Farronato und Levin, 2016; Haucap, 2015, S.92 sowie Schwalbe, 2014, S.13). Natürlich sind auch die Bewertungsmechanismen keineswegs perfekt, jedoch sind sie mindestens so gut, dass Nutzerinnen und Nutzer der Plattformen in zunehmenden Maße – denn die Plattformen wachsen durchaus schnell – den Mechanismen vertrauen.

Hinzu kommt, dass über etwaige Missstände der bekannten Plattformen oder Fehlverhalten medial regelmäßig berichtet wird. Während etwa über Fehlverhalten von Uber-Fahrern in Indien, Südafrika oder den USA selbst in deutschen Medien regelmäßig berichtet wird, gibt es eine solche Berichterstattung in deutschen Medien so gut wie gar nicht, wenn es zu Fehlverhalten von Taxifahrern in denselben Ländern kommt. Dasselbe gilt für die Medienaufmerksamkeit gegenüber AirBnB-Gastgebern und Gästen, bei denen Fehlverhalten schnell medial aufgegriffen wird, während dies bei traditionellen Ferienwohnungen kaum der Fall ist. Durch die Größe der Plattform ist eine mediale Berichterstattung über Probleme deutlich interessanter, sodass auch die Kontrolle der Plattformen durch die Medien ungleich viel intensiver ist als bei traditionellen, oftmals sehr kleinen Anbietern, deren Fehlverhalten nicht berichtenswert ist. Der (globale) Markenname von AirBnB und Uber etwa führt zu einer stärkeren Medienaufmerksamkeit und somit auch zu einer intensiveren „Qualitätskontrolle“ durch die Öffentlichkeit als dies bei kleinen, lokalen Anbietern der Fall ist.

Online-Plattformen führen somit dazu, dass erstens die Suchkosten reduziert werden und das Matching von Anbietern und Nachfragern erheblich vereinfacht wird und zweitens die Problematik fehlenden Vertrauens deutlich abgemildert werden kann. Daher werden private Transaktionen realisiert, die in der Vergangenheit an eben diesen Transaktionskosten gescheitert sind (vgl. Haucap, 2015, S.92, Allen und Berg, 2014; Codagnone und Martens, 2016, oder Demary, 2015a, S.96).

2.4 Hebung von Effizienzpotenzialen

Die Kernidee der Sharing Economy im engeren Sinne besteht darin, vorhandene aber ungenutzte Ressourcen (typischerweise langlebige Verbrauchsgüter wie PKWs oder Wohnungen) an eine bestehende Nachfrage zu vermitteln und so deren Auslastung zu verbessern. Aus volkswirtschaftlicher Sicht können so erhebliche Effizienzpotenziale gehoben werden, da zum einen weniger Verschwendung stattfindet. Außerdem sind zum Aufbau der Plattform sowie für das Marketing im Wesentlichen Anfangs-investitionen erforderlich, die Grenzkosten eines zusätzlichen Nutzers sind jedoch nahezu Null. Hierdurch wird die Realisierung von Skalenerträgen und ein hohes Wachstum ermöglicht, je stärker sich das Geschäftsmodell (weltweit) etabliert (vgl. Eichhorst und Spermann, 2015, S.5). Durch eine bessere Nutzung von Ressourcen können darüber hinaus auch ökologische Vorteile realisiert werden. Dies lässt sich am Beispiel von Ride Sharing illustrieren. Je günstiger das Ride Sharing ist, desto weniger lohnt die Anschaffung eines eigenen PKW, zumindest bei Zweitwagen Auf Seite der Verbraucherinnen und Verbraucher können hierdurch (nicht unerhebliche) Fixkosten eingespart werden, die mit der Anschaffung von Autos verbunden sind.[4]

3. Prominente Beispiel der Sharing Economy

In der Sharing Economy haben sich mittlerweile eine ganze Reihe von Unternehmen etabliert, deren Geschäftsmodell auf dem Grundprinzip des Teilens von Ressourcen beruht. Diese Unternehmen unterscheiden sich jedoch teilweise erheblich im Hinblick auf das, was geteilt wird. In der Fachliteratur gibt es unterschiedliche Definitionen zur Sharing Economy, die an dieser Stelle nicht alle aufgezählt werden sollen (vgl. hierzu bspw. Demary, 2015, Rifkin, 2014 oder Weber, 2014). Typischerweise wird hierbei zwischen den Kategorien Peer-to-Peer (P2P)- Business-to-Consumer (B2C) und Business-to-Business (B2B) unterschieden, wobei die P2P-Modelle die eigentlich innovativen und interessantesten Modelle in der Sharing Economy darstellen (vgl. Eichhorst und Spermann, 2015, S.4), vor allem was den etwaigen (de-)regulatorischen Handlungsbedarf angeht. Privatpersonen bieten ihre Besitztümer wie Wohnungen, PKWs oder Geräte zur gemeinsamen Nutzung an. Nachfrager erwerben ein Nutzungsrecht an der jeweiligen Ressource (oder auch einer damit verbundenen Dienstleistung) und können im Gegenzug darauf verzichten, diese selbst zu besitzen bzw. sich anzuschaffen.

Sharing-Modelle gibt es mittlerweile in sämtlichen Bereichen der Wirtschaft. Bei Autos, sowie bei Übernachtungen erfreuen sich die Angebote gerade auch im P2P-Bereich einer besonderen Popularität, da es sich bei Autos und Immobilen um relativ hochwertige Wirtschaftsgüter handelt, sodass die – noch immer vorhandenen – Transaktionskosten der Nutzung von Sharing Plattformen in einem günstigen Verhältnis zu den erzielbaren Erlösen aus Sicht der Anbieter bzw. Einsparungen aus Sicht der Nachfrager stehen. Je geringwertiger die betreffenden Wirtschaftsgüter sind, desto weniger attraktiv und somit auch populär werden Sharing-Angebote. So haben

[4] Dies gilt natürlich auch für das Car Sharing. Hier gibt es bereits Belege dafür, dass Car Sharing-Modelle zu einer Reduktion das privaten Automobilbestandes führen (vgl. Cervero et al., 2007, sowie Martin et al., 2010).

etwa Sharing-Plattformen für Handwerkszeug oder Gartengeräte bisher lange nicht dieselbe Popularität wie Sharing-Angebote im Bereich Mobilität und Übernachtungen.

Abbildung 1 liefert einen Überblick über Plattformen, die in der Literatur – oft etwas undifferenziert und beliebig – der Sharing Economy zugeordnet werden[5], wenngleich sie unserem Verständnis folgend nicht auf dem Teilen von physischen Ressourcen im P2P-Bereich beruhen und somit eigentlich nicht alle Sharing-Angebot im engere Sinne darstellen:

Tabelle 1: Sharing-Modelle in verschiedenen Wirtschaftsbereichen

Transport	**Unterkunft**	**Güter**	**Dienstleistungen**	**Finanzen**	**Medien**
Uber	AirBnB	Kleiderkreisel	Helpling	auxmoney	Spotify
Car-Sharing	Instant Offices	Patagonia	Book-a-Tiger	Cashare	Netflix
Nearly New Car	Housetrip	Kleiderkorb	TaskRabbit	Bondora	Amazon Prime
Shared Parking		Preloved	AlleNachbarn		Aldi Life
BlaBla Car					

Quellen: Eichhorst und Spermann (2015, S.4) sowie PricewaterhouseCoopers (2015).

Eine noch ausführlichere Liste findet sich bei Scholl et al. (2015, Anhang). Im Folgenden werden wir uns jedoch in der Betrachtung auf die zum einen erfolgreichsten, zum anderen in der Öffentlichkeit am stärksten kontrovers diskutierten Modelle des Wohnungs-Sharing und des Ride Sharing von privat zu privat (P2P) beschränken.

3.1. Wohnungs-Sharing

Die größte P2P-Vermittlungsplattform für Übernachtungsmöglichkeiten ist AirBnB, doch auch andere Plattformen wie etwa 9flats und wimdu sind auf diesem Markt aktiv. Als Vorreiter von AirBnB, wimdu, 9flats und Co. kann das sog. „Couchsurfing“ gesehen werden: eine Vermittlungsplattform, die dazu dient, einen unentgeltlichen Schlafplatz auf Reisen zu finden oder selbst eine Unterkunft für Reisende anzubieten. Während beim Couchsurfing zentral der soziale Gedanke im Vordergrund steht, geht es bei AirBnB, wimdu oder 9flats jedoch in erster Linie darum, als Privatanbieter Geld zu verdienen.

Private Vermieter können über die Online-Plattform ihre Wohnung oder auch nur einen Teil der Wohnung (etwa ein Zimmer) kurzfristig vermieten, wobei die Plattformen den

[5] Vgl. auch http://www.deutsche-startups.de/2013/07/02/sharing-economy-alle-konzepte/.

Kontakt zwischen Vermieter und Gast herstellen und für die Abwicklung der Buchung verantwortlich sind. Für die Qualität des Übernachtungsangebots haften die Plattformen selbst nicht, die Transaktionen werden über die Plattform lediglich vermittelt und abgewickelt. Die Plattformen arbeiten somit rechtlich gesehen nicht wie ein Reiseanbieter oder gar ein Hotel, sondern wie andere Agenturen und Plattformen, die Zimmer oder Ferienwohnungen vermitteln. Der fällige Betrag für die Übernachtung wird vom Gast elektronisch, etwa über eine Kreditkarte oder via PayPal o.ä. vom Gast bezahlt. Für die Vermittlung berechnet etwa AirBnB den Gästen eine Gebühr von 5-15 % des Übernachtungsbetrags, von Vermietern werden bis zu 3% Provision erhoben.[6] Sowohl Vermieter als auch Gast stellen sich auf der Plattform mit einer Profilseite dar, dabei wird die Unterkunft textuell und i. d. R. auch mit Fotos beschrieben. Ein Bewertungsmechanismus erlaubt die gegenseitige Bewertung von Vermieter und Gast nach Beendigung der Vermietung.

3.2 Ride Sharing

Unter den Ride-Sharing Diensten ist Uber wohl eines der prominentesten als auch umstrittensten Beispiele der Sharing Economy, nicht zuletzt reflektiert in den diversen Gerichtsverfahren gegen Uber, die das Unternehmen in Deutschland und anderenorts immer wieder in die Medien brachten. Uber ist ein P2P-Online-Vermittlungsdienst für Fahrdienstleistungen. Über die Plattform können Fahrgäste an private Fahrer mit eigenem PKW vermittelt werden (UberPop), aber auch an Mietwagen mit Fahrer (UberX und UberBlack) oder an reguläre Taxis (UberTaxi).

Im Gegensatz zur klassischen Mitfahrzentrale, bei der es primär um die Vermittlung von Fahrten geht, bei denen Fahrerin bzw. Fahrer und Fahrgast in dieselbe Richtung wollen, unterliegen kommerzielle Ride Sharing Dienste wie Uber zentral dem Gedanken, eine (Zu-)Verdienstmöglichkeit für Fahrerinnen und Fahrer zu schaffen. Dies hat zur Folge, dass nicht mehr nur Fahrten vermittelt werden, bei denen Fahrerin bzw. Fahrer und Fahrgast in dieselbe Richtung fahren wollen, sondern tatsächlich Fahrdienste dezidiert für die Gäste erbracht werden. Damit geht es bei Uber – anders als etwa bei AirBnB – nicht nur um die Nutzung ansonsten ungenutzter Ressourcen, sondern es werden dezidiert auch zusätzliche (Fahr-)Dienstleistungen angeboten. Bei UberPop wird somit nicht nur das Auto einer Privatperson geteilt, sondern zusätzlich ein Fahrer mitgebucht. In der Realität dürfte es eher selten der Fall sein, dass ein Uber-Fahrer einen Uber-Fahrgast mitnimmt, weil dieser zufällig in dieselbe Richtung fahren will wie der Fahrer selbst (wie es etwa für klassische Mitfahrzentralen oder beim Trampen typisch ist). Vielmehr wird der Fahrer eher wie ein Taxi den Fahrgast ganz gezielt in die gewünschte Richtung bringen und nur deshalb ein Ziel ansteuern, um den Fahrgast dorthin zu transportieren. Auch wenn es bei Uber somit nicht um das Teilen ohnehin getätigter Transporte geht, dürfte es dennoch zu einer höheren Auslastung privater PKW führen, sodass Uber in diesem Sinne der Sharing Economy im engeren Sinne zuzurechnen ist, auch wenn die PKWs nicht getrennt von Fahrdienstleistungen geteilt werden.

Ein Dienst, der den Begriff Ride Sharing in dieser Hinsicht eher verdient, ist CleverShuttle, das 2014 gegründet wurde und heute in diversen deutschen Großstädten operiert.[7] Im Jahr 2017 war CleverShuttle in Berlin, Leipzig, Hamburg und

[6] Vgl. www.airbnb.de/help/article/104.
[7] http://clevershuttle.org/ueber-uns/

München aktiv, für 2018 ist eine Ausweitung des Angebots in Frankfurt, Dresden und Stuttgart geplant. Kunden werden bei CleverShuttle gemeinsam mit anderen Fahrgästen von professionellen Fahrern befördert, d.h. es findet ein echtes Ride Sharing statt. Ein Algorithmus erkennt ähnliche Routen und bündelt sie zu einer Fahrt. Diese kostet laut CleverShuttle pro Person im etwa 40 Prozent weniger als ein Taxi.[8] Die Fahrer sind bei CleverShuttle angestellt, das rechtlich als Mietwagen mit Chauffeur agiert. Damit ist CleverShuttle keine P2P-Plattform, sondern ein klassischer B2C-Anbieter, ähnlich wie Anbieter von Limousinendiensten. Als Mietwagenbetrieb müssen die Fahrzeuge von CleverShuttle gemäß Personenbeförderungsgesetz nach jeder Fahrt zunächst zum Betriebssitz zurückkehren. Daher stehen die Fahrzeuge auf dem Betriebssitz, anstatt über die Stadt optimiert verteilt auf Kunden zu warten. Der Shuttle-Betrieb ist zudem nur per Sondergenehmigung möglich

Zur Buchung von Fahrten muss bei Uber, CleverShuttle und anderen Ride Sharing-Diensten die jeweilige App auf dem Smartphone installiert werden. Zudem müssen regelmäßig Kreditkartendaten hinterlegt werden. Die App erlaubt eine Vorabkalkulation des Fahrpreises, wobei der tatsächlich zu zahlende Preis je nach Anbieter auch vom aktuellen Verkehr, möglichen Staus oder anderen Faktoren wie bspw. dem Wetter abhängen kann. Nach Beendigung der Fahrt kann der Fahrgast bei Uber den Fahrer bewerten. Die Bezahlung des Fahrpreises erfolgt grundsätzlich elektronisch, wovon Uber im Falle von UberPop 20-25% als Vermittlungsprovision einbehält.

Insbesondere das Geschäftsmodell von Uber als P2P-Plattform bereitet dem klassischen Taxi-Gewerbe Sorgen und hat in Deutschland zu massiver Gegenwehr des Taxigewerbes geführt, das unlauteren Wettbewerb befürchtet, da sich Uber nicht an die Regeln des Personenbeförderungsgesetzes (PBefG) halte. Besonders umstritten war der Mitfahrdienst UberPop, bei dem private Fahrer mit eigenem PKW an Fahrgäste vermittelt werden und damit eine ähnliche Leistung anbieten wie klassische Taxis. Im Zuge der juristischen Verfahren gegen Uber in Deutschland und angesichts des Widerstands seitens der Behörden und der Taxibranche wurde UberPop in Deutschland (vorerst) eingestellt. Auch gegen Dienste wie CleverShuttle hat die Taxibranche Bedenken, jedoch operiert der Dienst – so wie im Übrigen auch UberBlack – legal als Mietwagenverkehr.

4. Vorteile für Verbraucherinnen und Verbraucher

Insbesondere für Verbraucherinnen und Verbraucher sind die potenziellen Vorteile durch die neuen Angebote der Sharing Economy groß. Durch das Wachstum der Sharing Economy sind in vielen Bereichen der Wirtschaft neue Anbieter auf den Markt gedrängt, was zu einer Intensivierung des Wettbewerbs, einer größeren Angebotsauswahl, Innovationen und sinkenden Preisen geführt hat (vgl. OCU, 2016, S.12). Im Folgenden wird gezeigt, welche potenziellen Vorteile für Verbraucherinnen und Verbraucher aus der Sharing Economy erwachsen können. Anschließend werden in Abschnitt 5 mögliche Risiken und Gefahren diskutiert, die für Verbraucherinnen und Verbraucher und andere Gesellschaftsgruppen einhergehen können.

[8] http://bizzenergytoday.com/geteilte_fahrt_mit_hindernissen

4.1. Wohnungs-Sharing

Verbraucher profitieren bei Wohnungs-Sharing-Angeboten wie AirBnB, Wimdu und 9flats zunächst insbesondere von geringeren Preisen im Vergleich zu Hotels, vor allem wenn sie sich in begehrten Innenstadtlagen befinden. So lag der Durchschnittspreis einer AirBnB-Unterkunft in Berlin mit 55 Euro pro Nacht im Jahr 2015 deutlich unter dem durchschnittlichen Preis für ein Hotelzimmer von 80 Euro pro Nacht.[9] Eine Auswertung der AirBnB-Unterkünfte in Berlin ergab außerdem, dass knapp 60% aller angebotenen Inserate weniger als 55 Euro kosten. Ein vergleichbares Ergebnis lässt sich auch für die deutschen Großstädte Hamburg, Köln und Frankfurt finden.[10] Somit dürften vor allem die Bevölkerungsgruppen von geringeren Preisen profitieren, die weniger gut betucht sind.

Hinzu kommt, dass man beim Mieten von Wohnungen im Gegensatz zum Hotelzimmer deutlich mehr Platz hat und i. d. R. auch eine Küche nutzen kann. Hierdurch können prinzipiell weitere Kosten eingespart werden, da eine Selbstversorgung möglich ist. Oftmals fängt das schon beim Frühstück an, da das Frühstück bei vielen Hotels nicht im Übernachtungspreis enthalten ist. Darüber hinaus erwachsen sicherlich für viele Nutzer auch Vorteile in Bezug auf eine höhere Flexibilität. So muss man sich bspw. nicht an feste Frühstückszeiten halten. Wie stark diese Vorteile gegen diesbezügliche Vorteile eines Hotels wiegen, wie etwa ein Zimmerservice oder ein Frühstücksbuffet, kann individuell sehr unterschiedlich sein.

Vor dem Aufkommen von Plattformen wie AirBnB waren Hostels und Pensionen preisgünstige Alternativen zu Hotels, zudem in der Vergangenheit auch sog. Fremdenzimmer, die als Ur-Form des Wohnungs-Sharings von privat zu privat gelten können. In Bezug auf die Verbrauchervorteile hat das Mieten privater Wohnungen im Vergleich zu Hostels und Pensionen jedoch den Vorteil einer deutlich größeren Privatsphäre und mehr Ruhe – vergleichbar mit einem Hotel. Zwar besteht in den meisten Hostels i. d. R. auch die Möglichkeit Einzelzimmer zu buchen, eine wirklich preisgünstige Alternative zum Hotel stellen jedoch meist die Mehrbettzimmer dar.

Bei AirBnB spielen Bewertungs- und Reputationsmechanismen eine große Rolle für das Funktionieren der Plattform. Vorteile für die Verbraucherinnen und Verbraucher erwachsen hierdurch, weil diese Mechanismen einen erheblichen Effekt auf die Transparenz haben und damit die Sicherheit der Nutzer erhöhen. Nicht nur Gäste haben die Möglichkeit die Unterkunft oder den Vermieter zu bewerten, sondern auch Vermieter können ihre Gäste bewerten. Dies schafft Vertrauen auf beiden Seiten – für die Vermieter, da angenehme Gäste leicht von unangenehmen Gästen unterschieden werden können, etwa solche, die Dreck hinterlassen, unachtsam mit dem Mobiliar umgehen oder laut sind, aber auch für Gäste, die über Bewertungsmechanismen genaue Informationen darüber erhalten, was sie bei der Buchung einer bestimmten Unterkunft erwarten können.

Für manche Nutzer spielen sicherlich auch soziale Aspekte beim Mieten einer privaten Unterkunft eine gewisse Rolle. Dies gilt insbesondere für den Fall, wenn lediglich

---

[9] Vgl. http://airbnbvsberlin.de/#price-nav-indicator. Eine Studie über die Motive von Nutzern von Übernachtungsvermittlungsportalen wie AirBnB zeigt darüber hinaus, dass der Hauptgrund der Nutzung darin liegt, Geld einzusparen. Diesen Grund gaben 48% der Befragten an (vgl. OCU et al., 2016, S.25).
[10] Vgl. http://airbnbvsberlin.de/#price-nav-indicator.

einzelne Zimmer vermietet werden und dadurch die Möglichkeit besteht, die Vermieter kennenzulernen und sich über die Stadt, Freizeitaktivitäten oder Ausgehtipps auszutauschen. Aber auch bei der Vermietung ganzer Wohnungen können soziale Aspekte eine Rolle spielen, da das Wohnen in einer privaten Wohnung meist als persönlicher empfunden wird als in einem Hotel.[11]

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass das Wohnungs-Sharing von privat zu privat den Verbrauchern klare Vorteile preislicher Natur bietet. Darüber hinaus dürften Verbraucher auch den Komfort privater (Ferien-)Wohnungen schätzen, anders lässt sich die Popularität von Plattformen wie AirBnB bei Verbrauchern kaum erklären.

4.2 Ride Sharing

Der Taximarkt in Deutschland ist streng reguliert (vgl. Monopolkommission, 2014). Neben dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) im engeren Sinne, der vornehmlich in Ballungszentren gut ausgebaut ist, ist Taxifahren neben der Nutzung des eigenen PKWs oft die einzige Möglichkeit, sich schnell und komfortabel fortzubewegen.

Die strikte Regulierung des Taximarktes in Deutschland mit festen Preisen und einer quantitativen Beschränkung der Lizenzen in fast allen deutschen Kommunen hat zur Folge, dass Taxifahren zum einen relativ teuer ist und für viele ein Luxus darstellt (wenn nicht die Firma, die Krankenkasse oder sonst jemand anderes zahlt). Die Tarife unterliegen einer Festpreisregulierung, d. h. die Tarifhöhe wird behördlich festgesetzt und darf (zumindest im Pflichtfahrbereich) nicht nur nicht überschritten werden, sondern auch nicht unterboten werden, nicht einmal temporär etwa als „Happy Hour“ in Zeiten schwacher Nachfrage oder durch günstigere Tarife für Studierende oder Rentnerinnen und Rentner. Taxiunternehmen ist es aufgrund dessen nicht möglich, einen geringeren Tarif anzubieten als es die Preisregulierung vorsieht, selbst wenn dies aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten möglich wäre.

Darüber hinaus wird der Zugang zum Taximarkt – mit Ausnahme der Städte Hamburg und Berlin – durch eine quantitative Zugangsregulierung begrenzt. Dies bedeutet, dass nicht jeder, der ein Taxiunternehmen gründen will, dies auch ohne weiteres tun kann, es bedarf hierfür einer Konzession, die nicht allein nach Qualifikation und Fähigkeit, sondern auch nach Taxidichte und anderen Faktoren erteilt wird oder auch nicht. Folge der quantitativen Zugangsbeschränkung ist eine teilweise resultierende Knappheit von Taxis, die sich durch zumindest temporär längere Wartezeiten manifestieren kann und in hohen Schwarz- bzw. Graumarktpreisen für Taxilizenzen resultiert. Die nicht selten fünfstelligen Euro-Preise für eine Taxilizenz auf dem grauen Markt spiegeln die erwarteten Gewinne der Taxiunternehmen aus der Lizenz wider – Kosten, die letztlich die Verbraucher zahlen. Zusätzliche Elemente der Regulierung sind für die Fahrer eine verpflichtende Ortskundeprüfung, eine Obergrenze an Verkehrsverstößen (gemessen durch Punkte in der Flensburger Verkehrssünderdatei) und ein Gesundheitszeugnis.

Die strikte Regulierung ist nach Ansicht der allermeisten Experten in weiten Teilen nicht mehr zeitgerecht und zum Schaden der Verbraucher als auch der Taxifahrer, während etablierte Taxi-Unternehmen davon profitieren. So ist etwa die verpflichtende

[11] Evidenz für soziale Motive bei der Nutzung von AirBnB liefern OCU et al. (2015) sowie PricewaterhouseCoopers (2015).

Ortskundeprüfung in Zeiten mobiler Navigations-Apps wie Google Maps sicher überholt. Schädlicher für Verbraucher ist jedoch zum einen das Verbot, auch günstiger anzubieten, zum anderen die Beschränkung der Lizenzzahl. Die erheblichen Nachteile für Verbraucherinnen und Verbraucher können prinzipiell durch die neuen Mobilitätsangebote der Sharing Economy aufgebrochen werden und zu Nutzenzuwächsen auf Seite der Verbraucherinnen und Verbraucher führen. Durch den Markteintritt neuer Mobilitätsanbieter kommt es zunächst zu einer Intensivierung des Wettbewerbs im Bereich der Personenbeförderung, die eine Ausweitung des Angebots und geringere Preise erwarten lässt (vgl. OCU, 2016, S.12). Insbesondere in Bezug auf den Preis können Verbraucherinnen und Verbraucher von diesen neuen Diensten profitieren. [12]

Eine Studie über die potenziellen Verbrauchervorteile durch die Digitalisierung auf Märkten für urbane Mobilität zeigt, dass Preiseinsparungen von bis zu 50% realisiert werden könnten (vgl. hierzu Haucap et al., 2017).[13] Haupttreiber für die Kosteneinsparung ist dabei nicht die Umgehung der Regulierung, sondern die bessere Auslastung der Fahrer und der Autos. Währen z. B. Hamburger Taxifahrer im Durchschnitt nur 28% der Zeit mit Fahrgästen verbringen (somit in 72% der Zeit keine Fahrgäste haben), schafft Uber es in den meisten Städten aufgrund der eingesetzten Technologie und der flexiblen Preise die Auslastung auf über 50% zu steigern. Ähnliche Zahlen haben Cramer und Krueger (2016) für verschiedene amerikanischer Städte ermittelt (vgl. hierzu Haucap et al., 2017)

Vorteile würden aus dem Ride Sharing insbesondere für die Bevölkerungsgruppen erwachsen, die sich vor dem Markteintritt dieser günstigen Alternativen kein Taxi leisten konnten. Darüber hinaus kann durch ein vergrößertes Angebot an (günstigen) Fahrdienstleistungen die Mobilität in Randbezirken verbessert werden, in denen das öffentliche Transportwesen aufgrund eines hohen Kostenaufwandes nur schlecht ausgebaut ist. Eine Intensivierung des Wettbewerbs wirkt außerdem der durch die quantitative Zugangsregulierung teilweise resultierenden Knappheit von Taxis entgegen, die sich vor allem in (zumindest temporär) längeren Wartezeiten manifestiert.

Eine wichtige Bedeutung im Hinblick auf die Generierung von Verbrauchervorteilen nehmen die in die Apps integrierten Bewertungssysteme ein. Mit der Möglichkeit, Fahrerinnen und Fahrer nach Beendigung einer Fahrt zu bewerten, geht ein starker Effekt auf die Transparenz des gesamten Gewerbes ein. Es ist davon auszugehen, dass Bewertungsmechanismen einen nicht unerheblichen Effekt auf die Reputation der Fahrerinnen und Fahrer haben können und diese vor ganz neue Herausforderungen bzgl. des angebotenen Service stellt. Erhöhte Anreize zum Aufbau von Reputation wirken sich positiv auf den Qualitätswettbewerb aus und können insbesondere kleinen Unternehmen eine Möglichkeit bieten, in den Markt einzutreten, was wiederum das Angebot erhöht. Damit profitieren nicht nur die Fahrgäste, sondern auch diejenigen Fahrerinnen und Fahrer, die guten Service anbieten und einen angenehmen Fahrstil haben. Qualitätsverbesserungen sind im Bereich der Sicherheit der Fahrerinnen und Fahrer bzw. der Fahrzeuge zu erwarten, was sich insgesamt

[12] In einer Studie über die Motive der Nutzer von neuen Mobilitätsangeboten wie Uber und Co. gaben 54% aller Befragten an, dass der Hauptgrund der Nutzung darin liegt, Geld zu sparen (vgl. OCU et al., 2016, S.25). Dass die Preise beim Ride Sharing regelmäßig deutlich unter den Taxi-Preisen liegen, belegen Yaraghi und Ravi (2016).

[13] Vgl. auch www.businessinsider.com/uber-vs-taxi-pricing-by-city-2014-10

positiv auf die Verkehrssicherheit auswirkt. Aber auch im Hinblick auf banalere Aspekte wie Sauberkeit, Freundlichkeit oder Umwege fahrende Fahrerinnen und Fahrer, die nun einfach identifiziert werden können, sind Qualitätsverbesserungen zu erwarten (vgl. Haucap et al., 2017). Eine gute Reputation kann darüber hinaus auf Seite der Fahrer die Beschäftigungsstabilität und das Einkommen erhöhen (vgl. Eichhorst und Spermann, 2015, S.9).

Eine Nutzung der Apps ermöglicht außerdem eine Vorabkalkulation des Fahrpreises. Dadurch wird verhindert, dass Gäste einen überhöhten Fahrpreis bezahlen. Außerdem werden Vergleiche verschiedener Anbieter sehr schnell und einfach verfügbar, wodurch die Suchkosten sowie die Opportunitätskosten der Zeit erheblich reduziert werden. Dies wiederum führt zu geringeren Preisstreuungen und Preisen. Grundsätzlich ist eine hinreichende Markttransparenz von entscheidender Bedeutung für einen funktionierenden Preiswettbewerb (vgl. Monopolkommission, 2014; Haucap et al., 2017).

Die technologischen Neuerungen können insgesamt erheblich dazu beitragen, Informations- und Transaktionskosten zu reduzieren, aufgrund derer eine Vielzahl von Transaktionen früher unterblieben sind (vgl. auch Schwalbe, 2014, S.13). Insbesondere in Bezug auf eine erhöhte Sicherheit im Personenbeförderungswesen ist der Effekt der technischen Innovationen hervorzuheben. So wirkt die Fahrerbewertung disziplinierend auf Fahrer und schafft Anreize sich an Verkehrsregeln zu halten und Fahrgäste sicher an ihr Ziel zu bringen. Die nachträgliche Überprüfung des Streckenverlaufs setzt bei den Fahrern außerdem Anreize, keine unnötigen Umwege zu fahren, um den Fahrpreis künstlich in die Höhe zu treiben. Derartiges Verhalten könnte schnell durch eine entsprechend schlechte Bewertung kommuniziert werden (vgl. Haucap et al., 2017).

In Bezug auf die technologischen Neuerungen, die durch die Sharing Economy und deren Innovationsgeist erst möglich wurden, haben Verbraucherinnen und Verbraucher auch von einem gestiegenen Innovationsdruck der klassischen Gewerbe profitieren können, die traditionell eher wenig Sinn für Innovationen hatten. Ein Beispiel hierfür sind die Taxivermittlungs-Apps, die den in vielen Regionen Deutschlands monopolistisch bis oligopolistisch geprägten Taxivermittlungsmarkt und die teilweise marktbeherrschende Stellung vieler Taxizentralen aufgebrochen haben, weil sie den Taxifahrern (endlich) eine Möglichkeit bieten, der von den Zentralen veranschlagten (meist nicht unerheblichen) monatlichen Vermittlungsgebühr zu entgehen (vgl. Haucap et al., 2017).

Neben den bereits angesprochenen Vorteilen können Verbraucherinnen und Verbraucher darüber hinaus Nutzenzuwächse erwarten, die zunächst weniger offensichtlich sind. So führt eine Intensivierung des Wettbewerbs bspw. auch zu besseren Möglichkeiten der Produktdifferenzierung, wodurch sich langfristig verschiedene Preis-Qualitäts-Niveaus beim Angebot von Beförderungsleistungen herausbilden können, die durch die Bewertungsmechanismen schnell und effizient kommuniziert werden. Hierbei sind Aspekte wie umweltbewusstes Befördern denkbar aber auch banalere Dinge wie die Bereitstellung eines Internetzugangs oder einer Tageszeitung während der Fahrt. Verbraucherinnen und Verbraucher profitieren außerdem durch die globale Präsenz vieler Plattformen. Da ein und dieselbe App in Städten im In- und Ausland genutzt werden kann, werden sprachliche Hürden leicht

überwunden. Insbesondere für touristische und ortsunkundige Nutzer erwachsen weitere Vorteile in Bezug auf die Vermeidung überhöhter Fahrpreise und die Verfolgung des Streckenverlaufs. Mit der Etablierung neuer Angebote im Personenbeförderungswesen können außerdem positive Effekte auf die Einnahmen für bestimmte Bevölkerungsgruppen einhergehen. So kann das Angebot von Fahrdiensten eine Möglichkeit der Einkommenserhöhung für Geringverdiener oder Studierende darstellen und damit einen positiven Effekt auf deren wirtschaftliche Unabhängigkeit entfalten (vgl. auch Peitz, 2014, S.7).[14]

In Bezug auf den urbanen Personennahverkehr wird außerdem schnell klar, dass sich mit den neuen Angeboten aus der Sharing Economy nicht nur Verbraucherwünsche besser erfüllen lassen, sondern zumindest potenziell auch ökologische Vorteile realisiert werden können (vgl. auch Heinrichs, 2013, 2014). Je einfacher und günstiger es ist, sich fahren zu lassen statt selbst zu fahren, desto weniger ist es notwendig, selbst ein Auto zu besitzen. Während Taxifahren für viele ein Luxus ist, könnten günstigere Preise Leute dazu bewegen, das eigene Auto häufiger stehen zu lassen oder sogar ganz darauf zu verzichten (zumindest auf den Zweitwagen).[15] Inwieweit daraus positive oder negative Klimaeffekte resultieren, hängt jedoch von einer Vielzahl von Faktoren ab und kann nicht ohne weiteres pauschal beantwortet werden.

Verhindert werden diese aus Verbrauchersicht sehr positiven Entwicklungen jedoch momentan durch die nicht mehr zeitgemäße Regulierung des Taximarktes in Deutschland (vgl. Monopolkommission, 2014). Wie bereits erwähnt, wurde der Fahrdienst UberPop aufgrund der Gegenwehr von Politik und Taxigewerbe in Deutschland eingestellt. Für eine Beurteilung der potenziellen Verbrauchervorteile ist daher anzumerken, dass die heutige Regulierung des Taximarktes antiquiert ist und weder die Fahrgäste noch die Taxifahrer adäquat schützt, sondern einzig und allein dem Schutz der Taxiunternehmen dient. Dies zeigt sich bspw. deutlich an der Begrenzung der Lizenzen. In erster Linie schadet diese Begrenzung den Fahrern, die nicht einfach eine Fahrerlizenz bekommen können, selbst wenn ein erhöhter Bedarf an Fahrern besteht, aber auch den Fahrgästen, für die hierdurch das Angebot verknappt wird. Darüber hinaus benachteiligt die Festpreisregulierung die Verbraucherinnen und Verbraucher erheblich, da Taxiunternehmen nicht unter den Festpreisen anbieten können, selbst wenn es ihnen aus Kostengesichtspunkten möglich wäre.

Wie groß die Nutzenzuwächse auf Seite der Verbraucherinnen und Verbraucher durch neue Mobilitätsangebote wie Uber und Co. sein werden, hängt zum einen stark davon ab, wie gut es neuen Anbietern gelingen wird, eine zum Taxigewerbe vergleichbare (oder bessere) Qualität zu günstigeren Preisen anzubieten. Zunächst wird jedoch entscheidend sein, wie die Politik auf den Markteintritt neuer Mobilitätsanbieter reagiert. Sollte es zu einer Reform der Regulierung bzw. einer Anpassung des Rechtsrahmens für den Taxi- und den Gelegenheitsverkehr kommen, sodass es dem Taxigewerbe künftig möglich sein wird, im Preiswettbewerb mit den neuen Anbietern zu konkurrieren, dann sind weitaus größere Wohlfahrtsgewinne zu erwarten. Denn in

[14] Laut einer Studie von PricewaterhouseCoopers sehen auf Anbieterseite 31% der Befragten das zusätzliche Einkommen als größten Vorteil aus der Teilnahme an der Sharing Economy (vgl. PricewaterhouseCoopers, 2015).
[15] Evidenz dafür, dass auch ökologische Motive hinter der Teilnahme an der Sharing Economy stehen, liefern OCU et al. (2015).

diesem Falle können selbst Fahrgäste von gesunkenen Preisen (bzw. einer höheren Qualität) profitieren, die diese alternativen Mobilitätsanbieter nicht nutzen wollen oder können, da sie bspw. kein Smartphone besitzen (vgl. Haucap et al., 2017).

5. Risiken der Sharing Economy

Die mit der Sharing Economy einhergehenden Verbrauchervorteile sind zunächst relativ eindeutig. Durch das vermehrte Teilen von Ressourcen ergeben sich jedoch auch eine ganze Reihe von gesellschaftlich wichtigen Fragen, die den potenziellen Vorteilen gegenübergestellt werden bzw. in Bezug auf eine adäquate Lösung diskutiert werden müssen, damit die potenziellen Vorteile nicht durch negative Effekte untergraben werden.[16]

Risiken für Verbraucherinnen und Verbraucher werden insbesondere gesehen, wenn die neuen Anbieter gesetzliche Regulierungen oder soziale Standards umgehen und Verbraucherinnen und Verbraucher hierdurch benachteiligt oder gar gefährdet werden. So besteht die Gefahr, dass durch derartige Verhaltensweisen sinnvolle Regelungen ausgehebelt und so Nachteile für dann rechtlich weniger geschützte Marktteilnehmer wie etwa Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer sowie Verbraucherinnen und Verbraucher entstehen.[17]

5.1 Wohnungs-Sharing

In Bezug auf Wohnungsvermittlungsportale wie AirBnB werden drei Risiken diskutiert: Erstens ist dies die Frage, ob Portale wie AirBnB der sog. Zweckentfremdung von privatem Wohneigentum Vorschub leisten (vgl. etwa Schäfer und Braun, 2016). Zweitens geht es um externe Effekte, die ggf. dadurch entstehen, dass sich Kurzzeitmieter weniger rücksichtsvoll gegenüber ihren Nachbarn verhalten als Langzeitmieter oder Eigentümer. Und drittens werden teils auch Verbraucher-schutzfragen thematisiert wie etwa Sicherheitsstandards.

Die in der Öffentlichkeit am intensivsten erörterte Frage ist die, ob aufgrund von AirBnB und ähnlichen Plattformen Langzeitmieter durch Touristen verdrängt werden, denn AirBnB wird nicht ausschließlich von Personen genutzt, die gelegentlich ihre eigene Wohnung vermieten wollen und die somit dem Grundgedanken der Plattform – dem Teilen von nicht genutztem Wohnraum – entsprechen. Vielmehr bestehen – je nach Stadt und Wohnung – durchaus Anreize, bisherige Mietwohnungen in Ferienwohnungen umzuwandeln. Dadurch würden klassische Mieter „verdrängt“ und populäre Stadtteile drohten ihren Charakter zu verlieren. Die Rechnung ist aus Sicht der Eigentümer einfach: Wenn es gelingt, eine Wohnung hinreichend oft an Kurzzeitmieter wie etwa Touristen zu vermieten, kann ggf. mehr Geld verdient werden

[16] Für eine skeptische und eher ablehnende Sicht der Modelle der Sharing Economy siehe etwa Dittmann und Kuchinke (2015) oder Peitz (2014), für eine eher optimistische Sicht siehe etwa Brühn und Götz (2014) sowie Einav, Farronato und Levin (2016).

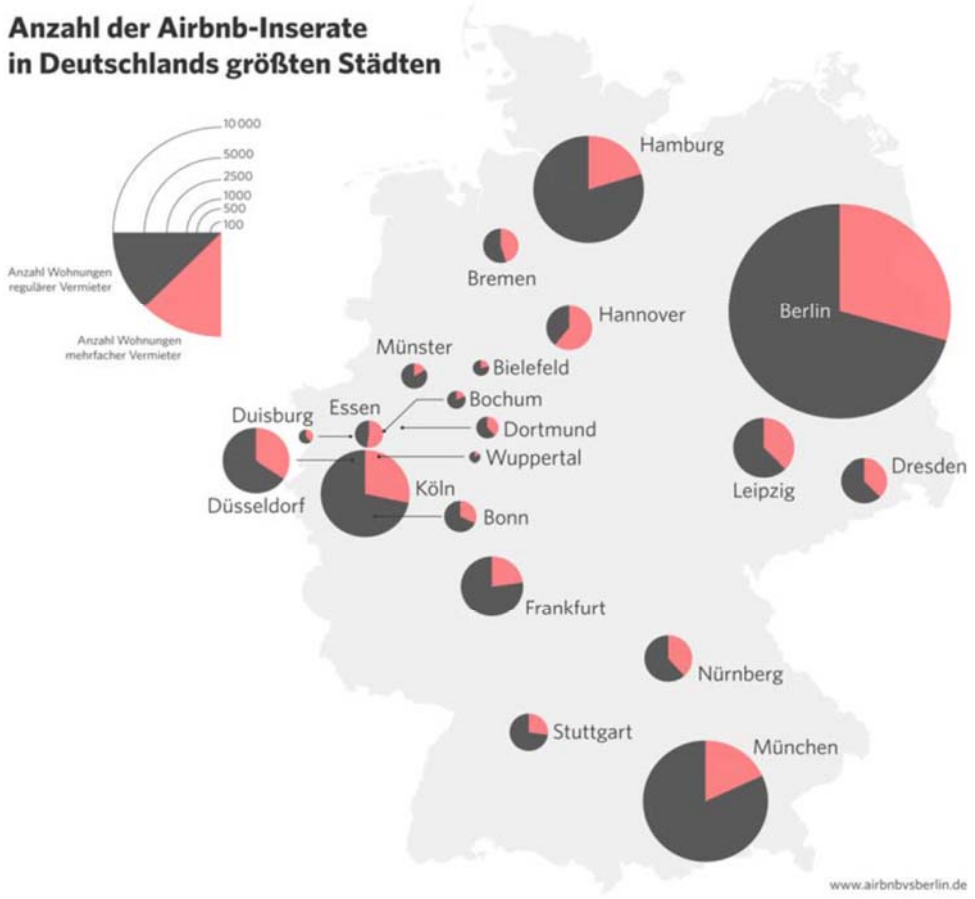
[17] Im Zusammenhang mit den diskutierten Chancen und Risiken der Sharing Economy für die Gesellschaft haben sich in den letzten Jahren zwei extreme Lager herausgebildet. Die Befürworter erwarten teilweise eine sehr optimistische Entwicklung in Bezug auf Effizienz, Wohlstand und Nachhaltigkeit, wohingegen Kritiker vermehrt auf Monopolisierungstendenzen und soziale Gefahren hinweisen (vgl. OCU et al., 2016, S.11).

als mit Langzeitmietern. Hinweise auf eine solche gewerbliche Nutzung von AirBnB liefern eine Studie, die u. a. die Charakteristika von Vermietern bei AirBnB untersucht,[18] sowie Schäfer und BraunDabei wird die Anzahl an Wohnungen, die durch eine Person vermietet wird, als ein Indiz für eine gewerbliche Nutzung der Plattform gewertet. So ist stark anzunehmen, dass die Vermietung mehrerer Wohnungen durch eine Person allein aus Geschäftsinteresse erfolgt und es weniger um die Überlassung eigenen Wohnraums in Zeiten eigener Abwesenheit geht. Die Auswertung für Berlin etwa ergab, dass im Jahr 2015 rund 10% aller Anbieter mehr als eine Wohnung zur Vermietung einstellten. Für Berlin konnten sogar Anbieter identifiziert werden, die über die Stadt verteilt über 40 Wohnungen bei AirBnB angeboten haben. Die kommerzielle Absicht ist in derartigen Fällen offensichtlich. Insgesamt wurden im Jahr 2015 29% der AirBnB-Wohnungen von Gastgerbern angeboten, die mehr als eine Wohnung inserieren.[19] Sehr ähnliche Zahlen liefern Schäfer und Braun (2016).

Die folgende Abbildung illustriert die Anteile der Wohnungen, die von Gastgebern mit mehr als einer Wohnung angeboten werden, am Gesamtangebot bei AirBnB für verschiedene deutsche Städte im Jahr 2015. Wie sich zeigt, wird die Mehrheit der Wohnungen in den meisten deutschen Städten von Gastgebern angeboten, die nur eine Wohnung anbieten, sodass nicht unmittelbar ersichtlich ist, dass hier ein gewerbliches Angebot besteht.

[18] Vgl. http://airbnbvsberlin.de/#price-nav-indicator.

[19] Weitere Indizien für eine kommerzielle Nutzung der Plattform liefern laut der Studie auch die Namen der Anbieter wie „Berlin Aspire“, hinter denen sich mit großer Wahrscheinlichkeit keine Privatpersonen, sondern Unternehmen verbergen. Darüber hinaus gibt es Angebote, bei denen mehr als 10 Schlafplätze offeriert werden. Dies wird als Notwendigkeit interpretiert, eine möglichst starke Auslastung pro Fläche anzustreben und so höhere Gewinne zu erwirtschaften – ein weiterer Hinweis für das kommerzielle Interesse der Anbieter.



Quelle: http://airbnbvsberlin.de

Weiterhin zeigt die Studie, dass der Großteil der AirBnB Wohnungen der Top-Nutzer in den touristisch attraktiven Szenebezirken liegt, wie auch Schäfer und Braun (2016) belegen. Gerade in diesen Gegenden ist Wohnraum erfahrungsgemäß ohnehin schon begehrt. Es stellt sich somit die berechtigte Frage, ob Portale wie AirBnB dazu beitragen, den Wohnraum in diesen Bezirken weiter zu verknappen. Ökonomisch betrachtet könnte die Umwandlung von Mietwohnungen und Ferienwohnungen somit Externalitäten erzeugen, sofern der Charakter eines Stadtbezirks eine Art öffentliches Gut darstellt. Während jede einzelne Ferienwohnung den Charakter eines Bezirks nur marginal tangiert, ging ggf. bei eine „übermäßigen“ Verdrängung von dauerhaften Bewohnern der Charme bestimmter Stadtteile verloren. In solchen Situationen kann eine gewisse Begrenzung der Anzahl von Ferienwohnungen in einem Bezirk auch ökonomisch gerechtfertigt werden. Kaum zu begründen wäre jedoch ein vollständiges Verbot, Feriengäste aufzunehmen, da nicht davon auszugehen, dass bereits durch wenige Touristen erhebliche Externalitäten verursacht werden. Sollte dies so sein, müssten in solchen Bezirken auch die Ansiedlung von Hotels und Pensionen untersagt werden, was typischerweise nicht der Fall ist.

Neben dem Argument, dass Stadtteile durch zu viele Ferienwohnungen ihren eigentlichen Charakter verlieren, werden auch externe Effekte auf Nachbarn befürchtet, weil Feriengäste sich ggf. systematisch weniger respektvoll verhalten und weniger Rücksicht auf Nachbarn nehmen als Dauermieter. Prinzipiell sind jedoch Feriengäste ebenso verpflichtet, Regeln etwa zur Nachtruhe einzuhalten und Ruhestörungen zu vermeiden wie Dauermieter. Ebenso sind Feriengäste zur

Einhaltung von Hausordnungen verpflichtet, für deren Einhaltung die Vermieter bzw. Eigentümer Sorge zu tragen haben. Bei wiederholten Verstößen etwa durch Ruhestörungen sollte hier mit Ordnungsgeldern gearbeitet werden. Durch Vermittlungsplattformen wie AirBnB und deren Bewertungssysteme können Vermieter sich prinzipiell einen Eindruck über das Verhalten der Feriengäste in der Vergangenheit verschaffen, sodass eine sinnvolle Regelung darin bestünde, die Gastgeber für das Einhalten von Regeln durch ihre Gäste haftbar zu machen.

Drittens werden diverse Verbraucherschutzthemen diskutiert. So stellt sich bei der Vermietung der eigenen Wohnung insbesondere die Frage, ob Sicherheitsstandards umgangen werden und Verbraucherinnen und Verbraucher hierdurch prinzipiell höheren Sicherheitsrisiken ausgesetzt werden. Hotels müssen strikte Regeln einhalten was die Sicherheit der Hotelgäste bspw. in Bezug auf Brandschutz oder Hygienevorgaben betrifft. Derartige Sicherheitsvorschriften müssen Vermieter bei AirBnB nicht einhalten, wodurch die berechtigte Frage im Raum steht, ob Verbraucherinnen und Verbraucher bei einer über AirBnB gebuchten Übernachtung ein erhöhtes Sicherheitsrisiko eingehen. Gleichwohl gelten auch bei über Plattformen vermittelte Wohnungen dieselben Standards wie für Wohnungen, die langfristig vermietet werden, oder für Wohnungen, die Gästen (etwa Freunden, Verwandten, etc.) unentgeltlich oder zumindest nicht gewerblich überlassen werden. Die Sicherheitsrisiken scheinen daher prinzipiell eher weniger bedeutsam zu sein, zumindest stehen sie nicht im Zentrum der öffentlichen Debatte.

5.2 Ride Sharing

Auch wenn Verbraucherinnen und Verbraucher durch den Markteintritt neuer Mobilitätsanbieter von vielen Vorteilen profitieren können, ist nicht völlig von der Hand zu weisen, dass sich aus den neuen Angeboten auch gewisse Risiken für Verbraucherinnen und Verbraucher ergeben können. Kritisch diskutiert werden im Hinblick auf die neuen Angebote im Bereich Mobilität insbesondere Sicherheitsrisiken, die mit den eingesetzten PKWs als auch mit den Fahrern zusammenhängen, etwa hinsichtlich deren gesundheitlichen Zustandes, Vorstrafen oder Punkten in der Verkehrssünderdatei. Zwar kann die Regulierung des Taximarktes in Deutschland als insgesamt zu strikt und im Zeitalter der Digitalisierung als antiquiert angesehen werden (vgl. schon Monopolkommission, 2014). Dennoch kann ein gewisses Mindestmaß an Regulierung, insbesondere im Hinblick auf verschiedene Sicherheitsaspekte, durchaus sinnvoll sein, um ein hinreichendes Vertrauen in neue Mobilitätsangebote zu erzeugen.

Beim Angebot von Fahrdienstleistungen handelt es sich ökonomisch um ein sog. Erfahrungs- bzw. Vertrauensgut. Charakteristisch für derartige Güter ist, dass Nachfrager die Qualität des Produktes (bspw. die Verkehrssicherheit des PKWs, die Ortskenntnis oder die Ehrlichkeit des Fahrers) nur schwer im Voraus einschätzen können. Der Anbieter hat auf diesen Märkten typischerweise einen Informationsvorsprung gegenüber dem Nachfrager. Informationsasymmetrien sind umso größer, je seltener das Gut nachgefragt wird.[20] Asymmetrische Informationsverteilungen können zu den in der Ökonomie wohlbekannten Problemen

[20] Bezogen auf den Taximarkt ist dieses Problem somit insbesondere relevant, wenn ein Taxi am Taxistand nachgefragt oder auf der Straße angehalten wird, weniger dagegen, wenn man regelmäßig ein Fahrer bei einem Taxiunternehmen bestellt.

der Negativauslese und des sog. Moral Hazards führen und damit Marktversagen begründen. So kann die mangelnde Möglichkeit, die Qualität im Voraus einzuschätzen, darin resultieren, dass die Nachfrager sich mit ihrer Zahlungsbereitschaft an der durchschnittlich zu erwartenden Qualität orientieren. Für Anbieter lohnt es sich in diesem Falle ggf. nicht mehr, hohe Qualitäten anzubieten, da die Nachfrager dies nicht erkennen und somit auch nicht honorieren. Dies kann zur Folge haben, dass hierdurch die Qualität eines Produktes solange sinkt, bis nur noch schlechte Qualität gehandelt wird. In diesem Falle kann der Markt für gute Qualität zusammenbrechen (vgl. Akerlof, 1970). Bezogen auf den Taxi- bzw. generell auf den Markt für Mobilität kann dies bedeuten, dass bei einem vollständig deregulierten Markt die Gefahr besteht, dass seriös kalkulierende Fahrer durch unseriöse verdrängt werden, was sich wiederum negativ auf die Verkehrssicherheit und andere Standards auswirkt. Ein regulatorischer Eingriff im Sinne einer Durchsetzung gewisser Mindestqualitätsstandards kann daher – zumindest zu Beginn eines Liberalisierungsprozesses – durchaus hilfreich sein, um ein angemessenes Sicherheitsniveau für die Fahrgäste und die Verkehrssicherheit insgesamt zu gewährleisten und Vertrauen in neue Angebote zu schaffen.[21] Bemerkenswert ist in diesem Kontext allerdings, dass die Verdrängung seriöser Taxifahrer durch unseriöse Anbieter heute im Taxigewerbe faktisch Realität ist, wie eine vom Berliner Senat beauftragte Studie im Jahr 2016 klar beschreibt: „Die übergroße Mehrheit der Berliner Taxis (ca. 77%) werden von irregulär arbeitenden Unternehmen betrieben. (…) Die wenigen noch regulär arbeitenden Taxibetriebe sind einem dramatischen Verdrängungswettbewerb ausgesetzt“ (Linne + Krause, 2016, S. 99).

Problematisch für Verbraucherinnen und Verbraucher wird die Nutzung derart neuer Mobilitätskonzepte, wenn Fahrer bzw. Fahrzeuge nicht gewissen Sicherheitsstandards unterliegen und geprüft werden, dies für die Fahrgäste aber nicht transparent erkennbar ist. So ist etwa durchaus bekannt, dass das Portal mitfahrgelegenheit.de mittlerweile auch von privaten Fahrern aus kommerziellem Interesse genutzt wird und organisierte Fahrten mit Kleinbussen von Großstadt zu Großstadt angeboten werden. Weder Fahrer noch Fahrzeuge werden hier überprüft – ob die Fahrgäste dies wissen, dürfte bestenfalls unklar sein. Vergleicht man das Portal mitfahrgelegenheit.de mit dem Fahrdienstvermittler Uber, so zeigt sich, dass bei Uber sowohl Fahrer als auch Fahrzeuge gewissen Sicherheitsüberprüfungen durch die Plattform unterliegen. So müssen Fahrer etwa ein polizeiliches Führungszeugnis und ein Auszug aus der Verkehrssünderdatei vorweisen, die eingesetzten Fahrzeuges müssen bestimmte Sicherheitsstandards bspw. in Bezug auf das Alter des Fahrzeugs erfüllen, das zehn Jahre nicht überschreiten darf.[22] Dass weniger sichere Angebote zulässig sind, weil die Anbieter (angeblich) kein Gewinninteresse verfolgen, während Angebote mit höheren Sicherheitsstandards untersagt werden, weil diese kommerziell sind, ist aus Verbrauchersicht zumindest unglücklich. Vor allem zeigt sich hier der regulatorische Reformbedarf aus Verbraucherschutzsicht.

---

[21] In Bezug auf die adäquaten Regeln muss jedoch zwischen verschiedenen Marktsegmenten unterschieden werden. So ist das angesprochene Problem bspw. im Funktaximarkt aufgrund von Wiederholungskäufen und der damit einhergehenden Möglichkeit einer besseren Qualitätsüberprüfung nicht derart gravierend. Informationsprobleme können hier durch marktbasierte Lösungen adäquat reduziert werden, da hochwertige Taxiunternehmen stets ein Eigeninteresse besitzen gute Qualität anzubieten und sich so Reputation aufzubauen (vgl. Monopolkommission, 2014, Tz. 243f.).

[22] Vgl. http://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/uber-im-test-kann-mein-auto-auch-ein-taxi-werden-13139363.html.

Ein anderer Aspekt, der in der öffentlichen Diskussion immer wieder moniert wird, bezieht sich auf die Frage nach Versicherungspflichten. Für Verbraucherinnen und Verbraucher kann sich hieraus sicherlich ein großes Risiko ergeben, wenn versicherungsrechtliche Fragen nicht geklärt sind. Zum einen betrifft dies die Fahrer selbst, wenn die Versicherung im Schadensfall nicht haftet, weil es sich um einen Fahrdienst mit kommerziellem Hintergrund handelt und dies bei der Versicherung im Vorfeld hätte angegeben werden müssen. Zum anderen sind auch die Fahrgäste selbst versicherungsrechtlich nicht abgesichert, wenn derartige Fragen im Vorfeld nicht geklärt wurden. Auch diesbezüglich ist zu sagen, dass der Fahrdienstvermittler Uber etwa hierzu durchaus Vorschriften macht, um die eigene Reputation zu schützen. So muss angeblich ein Nachweis erbracht werden, ob die Versicherung Uber-Fahrten erlaubt und im Schadensfall haftet.[23] Anders hingegen verhält es sich wiederum bei den traditionellen Mitfahrportalen, bei denen Fahrer derartige Nachweise i. d. R. nicht erbringen müssen. Zwar steht auf der Internetseite von mitfahrgelegenheit.de, dass die Mitfahrer über die Haftpflicht-/ Sozialversicherung des Fahrers mitversichert sind,[24] jedoch ist unklar, ob dies tatsächlich so zutrifft. Insbesondere bei kommerziell organisierten Fahrten ist stark davon auszugehen, dass die Versicherung nicht greift. Einen Nachweis darüber, dass die Versicherung haftet, müssen die Fahrer jedenfalls nicht erbringen, wodurch dieser Aspekt nicht abschließend geklärt werden kann. Auch an diesem Punkt zeigt sich, dass die neuen Anbieter weitaus sicherer sind und gerade verbraucherschutzrechtliche Fragen stärker adressieren als traditionelle Anbieter.

Das oben bereits angesprochene Problem des Moral Hazards wird mittlerweile zumindest teilweise durch die Digitalisierung und die damit einhergehenden technischen Neuerungen weitgehend behoben. Unter Moral Hazard versteht man die Möglichkeit des besser informierten Marktteilnehmers, während der Leistungserbringung die Qualität zu verschlechtern. Der Fahrer hat i. d. R. bessere Kenntnis über die Fahrstrecke und die Tarifstruktur, sodass der Kunde – ohne technische Hilfsmittel – nicht immer überprüfen kann, ob tatsächlich die kürzeste bzw. die günstigste Strecke gefahren wird. Für Fahrer kann damit ein latenter Anreiz bestehen, Umwege zu fahren, um die Einnahmen zu erhöhen. Für Fahrgäste war es in der Vergangenheit ohne Ortskenntnis schwierig, ehrliche von weniger ehrlichen Fahrern zu unterscheiden. In der Tat haben Feldexperimente ergeben, dass dieses Unwissen von Taxifahrern nicht selten ausgenutzt wurde (vgl. Belafoutas et al., 2013). Durch die Digitalisierung sind jedoch technologische Möglichkeiten entstanden, welche die durch Moral Hazard hervorgerufenen Risiken für Verbraucherinnen und Verbraucher erheblich reduzieren und die Sicherheit des Fahrgastes erhöhen. So erlauben etwa bei Uber oder MyTaxi die Apps eine Vorabkalkulation des Fahrpreises, eine nachträgliche Streckenverfolgung sowie eine nachträgliche Bewertung des Fahrers, was Fahrer grundsätzlich in ihrem Verhalten disziplinieren sollte. Auch Google Map erlaubt eine Nachverfolgung der Fahrstrecke, wodurch es für die Fahrgäste einfacher wird zu kontrollieren, ob ein Fahrer Umwege fährt. Im Übrigen machen diese Apps eine detaillierte Ortskunde des Taxifahrers auch überflüssig. Sollten Fahrgäste dennoch die Ortskunde des Fahrers besonders schätzen, so könnten Fahrer auch bei einer Abschaffung einer verpflichtenden Ortskundeprüfung sich freiwillig einer Ortskundeprüfung unterziehen und dann damit um eben diese Kunden werben.

[23] Vgl. http://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/uber-im-test-kann-mein-auto-auch-ein-taxi-werden-13139363.html.
[24] Vgl. http://www.mitfahrgelegenheit.de/help/faqs/passenger/.

Dennoch sind gewisse Gefahren und Risiken sind in Bezug auf die neuen Mobilitätskonzepte zwar nicht völlig in Abrede zu stellen. Dennoch zeigt sich, dass diese Gefahren teilweise durch technische Neuerungen behoben werden können, teilweise jedoch auch von den Unternehmen selbst adressiert werden. Unklarheit bzgl. gewisser Sicherheitsstandards besteht, wie gezeigt wurde, vielmehr bei den traditionelleren Konzepten wie mitfahrgelegenheit.de und weniger bei großen Plattformen wie Uber, auch weil diese viel stärker durch die mediale Öffentlichkeit beobachtet werden. Damit scheint ein pauschales Verbot, das letztlich vor allem den Verbraucherinnen und Verbrauchern schadet und den Taxifahrern selbst kaum hilft (wohl aber den traditionellen Taxiunternehmen), einmal mehr als denkbar schlechteste Antwort auf die Digitalisierung.

6. Ein Ordnungsrahmen für die Sharing Economy

Die in der Sharing Economy entstandenen Geschäftsmodelle stehen regelmäßig in Wettbewerb zu traditionellen Branchen, wie dem Taxi- oder dem Übernachtungsgewerbe. Die Tatsache, dass die neuen Unternehmen nicht selten Regelungslücken zum Angebot ihrer Leistung nutzen und branchenspezifische Vorschriften und Regulierungen häufig übergehen, kann dazu führen, dass sich deutlich unterschiedliche Wettbewerbsbedingungen zwischen neuen und konventionellen Anbietern ergeben, die zu Wettbewerbsnachteilen der alten Anbieter führen. Dies gilt insbesondere dann, wenn es sich eben nicht nur um eine gelegentliche Nutzung der Plattform handelt mit dem Ziel sich eine Nebeneinkunft zu verdienen, sondern tatsächlich kommerzielle Interessen im Vordergrund stehen. Für solche Anbieter müssen zum Schutz eines unverzerrten Wettbewerbs dieselben Vorschriften gelten, wie für Gewerbetreibenden der betroffenen Branche. Sinn und Zweck der Sharing Modelle kann es selbstredend nicht sein, Steuerhinterziehung oder Schwarzarbeit zu erleichtern und/oder sinnvolle Vorschriften und Regulierungen zu umgehen.

Dies bedeutet im Umkehrschluss zwar nicht, dass alle bestehenden Regulierungen sinnvoll sind und 1:1 auf die neuen Anbieter übertragen werden sollten bzw. müssen. Dennoch muss die Frage nach dem angemessenen Regulierungsrahmen für die Sharing Economy gestellt werden. Ziel muss dabei sein, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen angemessen zu schützen und gleichzeitig die Vorzüge eines unverzerrten Wettbewerbs zu entfalten. In diesem Zusammenhang ist zum einen zu prüfen, welche Regulierungen sinnvoll und zeitgemäß, d. h. im Zeitalter der Digitalisierung angemessen und auch für die Sharing Economy anzuwenden sind und welche Regulierung reformiert bzw. ganz abgeschafft werden sollte. So kann zumindest für manche der betroffenen Branchen gesagt werden, dass deren Regulierung im Zuge der Digitalisierung gerade nicht mehr angemessen und deshalb neu zu überdenken bzw. an die neuen Gegebenheiten anzupassen ist. Ein prominentes Beispiel hierfür liefert die Regulierung des Taximarktes (vgl. hierzu Monopolkommission, 2014).

So fasst auch die Monopolkommission (2015) in ihrem Sondergutachten zu wettbewerbspolitischen Herausforderungen auf digitalen Märkten ihre Analyse wie folgt zusammen: „Aus Sicht der Monopolkommission ist es notwendig, im Einzelfall zu

analysieren, ob vor dem Hintergrund der technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen die Regulierung der etablierten Geschäftsmodelle jeweils weiterhin notwendig ist und welcher Regulierung die neuen Geschäftsmodelle ggf. zu unterwerfen sind, um ein level playing field zu schaffen.“ (Monopolkommission, 2015, Tz.542).

Es müssen daher klare Regeln gefunden werden, ab wann Anbieter den in einer Branche geltenden Vorschriften und Regulierungen unterworfen werden sollten. So ist klar, dass zwischen Gelegenheitstätigkeit und gewerblicher Tätigkeit unterschieden werden muss und beide Tätigkeiten in Bezug auf Vorschriften und Regulierung nicht gleichermaßen behandelt werden können. Findet tatsächlich nur ein gelegentlicher, gemeinschaftlicher Austausch zwischen privaten Individuen statt, so sollte die Frage nach der angemessenen Regulierung und auch bzgl. wichtiger Verbraucherschutz-themen unbürokratischer gehandhabt werden als wenn es sich um Angebote von professionellen Anbietern handelt. In diesem Fall sind Regulierung sowie die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen und Verbraucherschutzvorgaben von grundlegender Bedeutung, um faire Wettbewerbsbedingungen für alle Anbieter zu gewährleisten. Auch stellt sich für diesen Fall die Frage, inwieweit die Plattformen selbst und nicht nur die (professionellen) Anbieter verpflichtet werden sollten, dass Regulierungsvorschriften und Gesetze eingehalten und durchgesetzt werden (vgl. OCU et al., 2016).

Eine etwaige Verpflichtung für die Plattformen, die Einhaltung aller Rechtsvorschriften durch alle Marktteilnehmer durchzusetzen und dafür die Verantwortung zu tragen, dürfte viele Plattformen regelmäßig überfordern. So dürften etwa Informationen darüber, ob Anbieter ihre Einkünfte ordnungsgemäß versteuern, für die Plattformen kaum verfügbar sein. Als besser handhabbare Alternative könnten daher Meldepflichten für die Plattformen in Frage kommen. So könnten Plattformen verpflichtet werden, Informationen über Anbieter ab einer bestimmten Umsatzschwelle an Finanz- und andere Aufsichtsbehörden zu melden. Zwar könnten sich Anbieter einer solchen Meldung „entziehen“, indem sie ihre Umsätze auf verschiedene Plattformen aufteilen. Solchem strategischen Verhalten sind jedoch insofern Grenzen gesetzt, als dass ein „Multihoming“, also die parallele Betätigung auf mehreren Plattformen, nicht immer praktikabel ist und in jedem Fall zusätzliche Transaktionskosten induziert. Somit könnte durch eine an Umsatzschwellen geknüpfte Meldepflicht der Umgehung von Regulierungs- und Steuervorschriften bereits eine Grenze gesetzt werden. Verbunden werden sollte dies mit einer Kennzeichnung, ob ein Anbieter gewerblich oder privat tätig ist. Bei *eBay* etwa werden Privatverkäufe und gewerbliche Verkäufer klar gekennzeichnet, sodass Käufer wissen, welche Rechte sie bei einem Kauf haben. Eine ähnliche Kennzeichnung wäre auch bei AirBnB und Uber und damit konkurrierenden Plattformen denkbar.

6.1 Regelungsoptionen

Die Digitalisierung und die damit einhergehenden technischen Möglichkeiten haben dazu geführt, dass die Regulierung vieler Branchen heute hinterfragt werden muss. Dies zeigt sich besonders eindrücklich am Beispiel des Taximarktes. Die momentane Regulierung der Taximärkte stammt zu größten Teilen aus den Zeiten vor der Digitalisierung. Die ökonomische Rechtfertigung für diese Regulierungen, insbesondere für die Festpreisregulierung (Tarifpflicht), die quantitative Begrenzung

der Konzessionen sowie die Ortskundeprüfung, ist heute jedoch hinfällig (vgl. Monopolkommission, 2014). Konnten Fahrgäste in der Vergangenheit die Qualität von Taxifahrern im Voraus kaum einschätzen, geht dies heute über elektronische Bewertungssysteme und Reputationsmechanismen recht gut. Die Ortskundeprüfung scheint in Zeiten von Navigationssystemen hinfällig und auch die quantitative Beschränkung der Taxikonzessionen in den meisten deutschen Kommunen ist überholt (vgl. Monopolkommission, 2015, Tz.543). Wer viel Taxi fährt, der weiß, dass der Besitz eines Personenbeförderungsscheins nicht die Kenntnis des Weges garantiert, was in Zeiten von Google Maps und Navigationssystemen jedoch auch überflüssig ist. Auch Schwarzarbeit ist in der Branche seit Jahren ein bekanntes Problem. Ein Regelsystem mit solch gravierenden Defiziten erscheint nichts besonders schützenswert.

Diese kritische Betrachtung impliziert jedoch nicht, dass alle Regeln überflüssig sind und eine völlige Deregulierung des Marktes angestrebt werden sollte. Da es sich bei einer Taxifahrt um ein sog. Vertrauens- bzw. Erfahrungsgut handelt (vgl. Abschnitt 4.1), kann ein regulatorischer Eingriff im Sinne einer Durchsetzung gewisser Qualitätsstandards durchaus sinnvoll sein (vgl. auch Schwalbe, 2014, S.14f.). Dies betrifft insbesondere Aspekte wie die Sicherheit der eingesetzten PKWs als auch die der Fahrer betreffend. Auch über Versicherungspflichten sollte nachgedacht werden, sobald ein gewisses Ausmaß an Personenbeförderungen erreicht wird. Hieran schließt sich sogleich die zweite zu klärende Frage: Wie hoch ist dieses gewisse Ausmaß an Personenbeförderung, ab dem sich Anbieter denselben Regulierungsvorschriften unterziehen müssen, wie Taxifahrer? Wird eine einmalige Fahrt angeboten, bspw. rein aus Interesse an der neuen Geschäftsidee, dann ist es sicherlich nicht sinnvoll, dass im Vorfeld eine ausführliche Sicherheitsüberprüfung des eingesetzten PKWs durchgeführt werden muss. Hierfür sollten Standardüberprüfungen ausreichend sein, denen generell alle Autos unterzogen werden müssen, wie die zweijährige Überprüfung durch den TÜV.

Die Frage, ab wann Anbieter branchenüblichen Vorschriften und Gesetzen unterzogen werden sollten, stellt sich nicht nur für die neuen Mobilitätsangebote der Sharing Economy, sondern muss für alle Geschäftsmodelle beantwortet werden. So stellt sich bei AirBnB die Frage, ab welcher Vermietungshäufigkeit nicht mehr von einer gelegentlichen Vermietung ausgegangen werden kann, sondern vielmehr ein kommerzielles Interesse hinter der Vermietung einer Wohnung steckt. In diesem Fall müssen im Übernachtungsgewerbe bestimmte Sicherheits- und Hygienevorschriften sowie gewisse soziale Standards eingehalten werden, die von Hotels, Hostels oder Pensionen auch erfüllt werden. Wichtig ist hierbei, mit Augenmaß vorzugehen, um nicht etablierte Hotels auf Kosten der Verbraucherinnen und Verbraucher zu schützen.

6.2 Einführung von Schwellenwerten

Die Frage, ab wann Anbieter der Sharing Economy sinnvollen branchenüblichen Vorschriften und Gesetzen unterworfen werden müssen, sollte durch die Einführung von Schwellenwerten beantwortet werden. Diese Schwellenwerte können umsatzbezogen sein, denkbar wären aber auch Schwellenwerte, die sich auf die Anzahl der angebotenen Fahrten, die Zahl der Arbeitstage oder -stunden oder die Anzahl der vermieteten Übernachtungen pro Monat oder Jahr beziehen. Sobald bestimmte Schwellenwerte überschritten werden, müssen sich Anbieter dann

denselben Vorschriften und Regularien unterwerfen, wie alle Gewerbetreibenden der betroffenen Branche. Ähnliche schwellenwertbezogenen Regelungen haben wir heute bereits, wenn zwischen Minijobs und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten unterschieden wird. Auch bei der Umsatzsteuerpflicht wird mit jährlichen Schwellenwerten (von 17.500 Euro) gearbeitet. Ebenso sind im Kartellrecht und in anderen Rechtsbereichen De-Minimis-Klauseln bekannt, unterhalb derer viele Pflichten keine Anwendung finden. Das Arbeiten mit umsatzbezogenen Schwellenwerten könnte somit auch ein Vorbild für die Sharing Economy sein, denn die Digitalisierung bietet gerade durch kleinste Transaktionen und Umsätze erhebliche Chancen, die Nutzung von Ressourcen erheblich effizienter zu gestalten und damit auch Verbrauchervorteile zu generieren.

Ein Beispiel für eine derartige Regelung liefert die Stadt Amsterdam. In Amsterdam gibt es mittlerweile ein sog. „Shared-City-Programm“ mit AirBnB. Wohnungsinhabern ist es prinzipiell gestattet, ihre Wohnung für 60 Tage im Jahr für kurze Zeiträume privat zu vermieten, sofern der eigene Mietvertrag dies zulässt. Hierbei müssen jedoch gewisse Regeln eingehalten werden. So ist bei gemieteten Wohnungen eine Einverständniserklärung des Vermieters Voraussetzung für eine kurzfristige Vermietung der eigenen Wohnung. AirBnB behält von den Mietern eine Touristentaxe ein und führt diese an die Stadt ab. Außerdem werden verschärfte Kontrollen gegen „illegale“ Ferienwohnungen durchgeführt.[25] In Berlin ist aktuell ein ähnlicher Ansatz geplant, da das aktuell geltende fast vollständige Verbot der Kurzfristvermietung von Privatwohnungen offenbar verfassungsrechtlich als auch europarechtlich problematisch ist, die Berliner Bezirksämter bisher jedoch systematisch und mit großer Härte ein Gesetz durchsetzen, das gegen verfassungsrechtlich garantierte Eigentumsrechte von Wohnungseigentümern verstößt.

Insbesondere im Übernachtungsgewerbe könnte durch das Arbeiten mit Schwellenwerten auch gleichzeitig der bereits angesprochenen Gefahr der Zweckentfremdung entgegenwirkt werden, die daraus resultiert, dass Portale wie AirBnB immer stärker von gewerblichen Anbietern genutzt werden. Um dieses Problem zu adressieren, müssen sinnvolle Regelungen bzgl. einer zugelassenen Nutzung getroffenen werden. Ein grundsätzliches Verbot für die Vermietung von privaten Wohnungen ist nicht angemessen, da hierdurch sinnvolles Teilen verhindert würde, selbst wenn keine „Zweckentfremdung“ droht.[26] Die Festlegung von Schwellenwerten, ab derer die Vermietung von Wohnungen nicht mehr als Gelegenheits-Vermietung angesehen wird, schafft auch für dieses Problem eine sinnvolle Lösung.

Darüber hinaus hat der Staat immer Möglichkeiten, die Konditionen, zu denen bestimmte Dienstleistungen erbracht werden, zu beeinflussen (vgl. Peitz, 2014, S.8). So könnte das Problem, dass in einer Stadt bzw. einem bestimmten Stadtteil zu viele Wohnungen regelmäßig nur kurzzeitig und zu wenig Wohnungen dauerhaft vermietet werden bspw. durch eine Übernachtungspauschale für Kurzzeitgäste behoben werden – diese würde anfallen, egal ob es sich um ein Hotel oder eine AirBnB-Vermietung

[25] Vgl. https://www.airbnb.de/press/news/amsterdam-and-airbnb-sign-agreement-on-home-sharing-and-tourist-tax.

[26] Dass ein grundsätzliches Verbot der Geschäftsmodelle der Sharing Economy sicherlich nicht im Sinne der Nutzer liegt, zeigen auch Studien, die u. a. auch die hohe Akzeptanz der Sharing Economy in der Gesellschaft und damit deren Potenzial für die Zukunft verdeutlichen (vgl. etwa OCU et al., 2015; PricewaterhouseCoopers, 2015).

handelt. Eine derartige Vorgehensweise würde eine marktkonforme Lösung zur Realisierung gesamtwirtschaftlicher Ziele darstellen. Ähnliches wäre bei der Personenbeförderung denkbar in Form einer Abgabe, die von allen gleichermaßen zu entrichten ist.

6.3 Schwarzarbeit und Steuerhinterziehung

Die Sharing Economy steht bei Kritikern häufig in Verruf, Steuerhinterziehung und Schwarzarbeit zu erleichtern. Jedoch bietet die Digitalisierung und die damit einhergehenden technischen Möglichkeiten auch prinzipiell ein großes Potenzial, Probleme wie Schwarzarbeit und Steuerhinterziehung erheblich einzudämmen. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass es sich bei vielen Tätigkeiten der Sharing Economy um solche handelt, die schon lange kritische Bereiche in Bezug auf Schwarzarbeit und Steuerhinterziehung darstellen, wie das Taxi-, das Übernachtungs- oder das Reinigungsgewerbe. Im Gegensatz zur verbreiteten Barzahlung in diesen Bereichen vollziehen sich Transaktionen in der Sharing Economy oft bargeldlos und sind daher leichter festzustellen. Für eine effektive Bekämpfung von Schwarzarbeit und Steuerhinterziehung wäre jedoch die Einführung schwellenwertbezogener Meldepflichten für die Plattformen zu empfehlen.

Durch eine automatische Datenübertragung an die Finanz- und Aufsichtsbehörden, die durch die Digitalisierung prinzipiell möglich ist, könnten alle Leistungen ausnahmslos erfasst werden. Bei Uber, AirBnB und Co. werden ohnehin alle Fahrten elektronisch erfasst und abgerechnet. Die Unternehmen müssten jedoch verpflichtet werden, die Daten an die entsprechenden Behörden weiterzugeben.

Im Übrigen sind heute im real existierenden Taxigewerbe Schwarzarbeit und Steuerhinterziehung äußerst verbreitet (vgl. Linne + Krause, 2016) – die Folge eines dramatischen Politikversagens. Die oben schon zitierte Studie des Berliner Taxigewerbes im Auftrag des Berliner Senats etwa kam zu folgenden Ergebnissen: „Die übergroße Mehrheit der Berliner Taxis (ca. 77%) werden von irregulär arbeitenden Unternehmen betrieben. (…) Die wenigen noch regulär arbeitenden Taxibetriebe sind einem dramatischen Verdrängungswettbewerb ausgesetzt, der in erster Linie um die Ressource „Fahrpersonal“ ausgetragen wird. Zugang zu Fahrpersonal hat derjenige Unternehmer, der seinen Fahrern Zugriff auf Schwarzeinnahmen und – mit Hilfe unzutreffender Lohnnachweise – Zugriff auf staatliche Transferleistungen verschafft. (…) Aus der u. a. personell bedingten unzulänglichen Aufsicht konnte sich flächendeckend ein Milieu entwickeln, das mittels Steuerhinterziehung und Sozialbetrug die öffentlichen Kassen in hohem Maße schädigt und eine beispiellose Wettbewerbsverzerrung hervorgebracht hat.“ (Linne + Krause, 2016, S. 99 f.). Die Vorstellung, im Taxigewerbe würden sozialversicherte Angestellte zu Mindestlöhnen oder höherer Entlohnung geregelter Arbeit nachgehen, muss ins Reich der romantischen Träumereien verbannt werden. Gleichwohl unterliegen selbst Ökonomen diesem Trugschluss, wenn sie etwa die Realität der Uber-Fahrer mit einem hypothetischen, vom Gesetzgeber erträumten Taxigewerbe vergleichen, das jedoch in der Realität nicht existiert. Diese Art der Analyse ist von Demsetz (1969) vor fast 50 Jahren als Nirwana-Ansatz gebrandmarkt worden. Was also läuft falsch auf dem Taxi-Markt?

Auf dem Markt für wenig qualifizierte Arbeitskräfte herrscht intensiver Wettbewerb. Neben der Gastronomie sowie Reinigungs- und Sicherheitsdiensten ist das Taxigewerbe ein wichtiger Arbeitgeber für wenig qualifizierte Arbeitnehmer mit ungewöhnlichen Berufswegen. Die künstliche Verknappung der Lizenzen führt nun dazu, dass viele Arbeitnehmer um wenige Jobs konkurrieren, da jede Taxi-Lizenz nur 24 Stunden am Tag im Einsatz sein kann und nicht mehr als ein Fahrer pro Taxi simultan benötig wird. Die Folge: Die potenziellen Fahrer konkurrieren sich im Lohn massiv nach unten. Durch den Mindestlohn ist dies vorerst scheinbar gestoppt, aber der Konkurrenzdruck bleibt. Die Folge dürfte sein, dass die Fahrer sich durchsetzen, die die wenigstens Skrupel haben, Regeln zu umgehen. Die Erfahrungen aus Berlin (vgl. Linne + Krause, 2016) lassen andere Schlüsse jedenfalls als naiv erscheinen.

Mit der Digitalisierung hat dies im Übrigen jedoch rein gar nichts zu tun – im Gegenteil: Die Digitalisierung bringt plötzlich Konkurrenz in das Geschäft der oft monopolistisch organisierten Funkzentralen. Taxifahrer sind viel weniger von einer einzigen Funkzentrale abhängig, wenn sie auf MyTaxi, Uber etc. ausweichen können. Durch den Markteintritt von Uber Taxi, die aktuell etwa 5% Kommission verlangen, hat MyTaxi die Kommission von zuvor maximal 12% auf 7% gesenkt. Der Wettbewerb wirkt also – und zwar zugunsten der Fahrer! Dass den ehemals monopolistischen Funkzentralen sowie den großen Taxiunternehmen, die oft an den Funkzentralen beteiligt sind, dies nicht gefällt, ist klar. Mit der Sorge um die Verbraucher haben die Proteste jedoch nichts zu tun.

Unabhängig von der Sharing Economy stellt sich jedoch zumindest mittelfristig die Frage, ob nicht selbständig Arbeitenden, die unterhalb bestimmter Einkommen bleiben, eine gesetzliche Sozialversicherungspflicht auferlegt werden sollte, um Wettbewerbsverzerrungen durch Scheinselbstständigkeiten zu vermeiden. Diese Frage mag zwar durch das Aufkommen von Plattformen wie etwa Helpling noch einmal an Bedeutung gewonnen haben, ist jedoch auch jenseits digitaler Plattformen bedeutsam und kein originäres Thema der Sharing Economy. Vielmehr gilt es hier für digital wie analoge vermittelte Aufträge gleichsam eine Lösung zu finden.

7. Fazit

Unter dem Begriff der Sharing Economy werden oft sehr unterschiedliche Geschäftsmodelle zusammengefasst, bei denen das Teilen oder gemeinsame Nutzen von Ressourcen nicht immer Gegenstand der Plattform ist. Im vorliegenden Beitrag haben wir uns daher auf Geschäftsmodelle konzentriert, bei denen über Plattformen vermittelt private Ressourcen von privat zu privat geteilt werden. Dies betrifft vor allem das sogenannte Wohnungs-Sharing und das Ride Sharing, bei denen die Kapazitätsauslastung privater Wohnungen und privater Autos gesteigert wird. Das Car Sharing hingegen betrifft regelmäßig die gewerbliche Vermietung von Autos in Unternehmenseigentum an Privat- und Geschäftskunden und ist daher eher mit dem Modell einer klassischen Autovermietung vergleichbar, wenn auch neue Technologien genutzt werden, um Autos auch über sehr kurze Fristen zu vermieten. Ebenso geht es bei Plattformen wie eBay und Amazon Marketplace, Helpling und vielen anderen nicht um das Teilen privater Ressourcen, sondern „lediglich“ um die moderne Vermittlung von Gütern und Dienstleistungen.

Das private Teilen von Ressourcen durch die Möglichkeiten der sog. Sharing Economy ist ökonomisch prinzipiell sehr sinnvoll. Durch eine auch von den betroffenen Branchen betriebene Lobbyarbeit unterstützte Politik wird das private Teilen in Deutschland jedoch erheblich erschwert, obgleich prinzipielle erhebliche Verbraucher- und Effizienzvorteile generiert werden können. Wir plädieren in diesem Beitrag für einen offeneren Regulierungsrahmen, der folgende Charakteristika aufweisen sollte:

Erstens erscheint die Verwendung von Schwellenwerten sinnvoll, um gewerbliche und private Anbieter zu unterscheiden. Solange bestimmte Grenzen der Tätigkeit nicht erreicht werden, sollte eine Tätigkeit als privat gelten, während bei Erreichen der Schwellenwerte Anbieter als gewerblich eingestuft werden, solange sie nicht das Gegenteil darlegen können. Für private Anbieter sollten weniger strikte Anforderungen gelten als für gewerbliche Anbieter

Zweitens sollten Plattformen transparent machen, ob ein von ihnen vermittelte Anbieter privat oder gewerblich agiert, so wie etwa bei *eBay* zwischen privaten und gewerblichen Verkäufen unterschieden wird, sodass Nutzer ihre entsprechenden Rechte ex ante erkennen können.

Drittens sollten der bisherige Regelungsrahmen für die betroffenen Branchen – wie etwa das Personenbeförderungsgesetz für das Taxi- und Mietwagengewerbe – regelmäßig, evidenzbasiert evaluiert und novelliert werden, um Deregulierungspotenziale zu erkennen.

Viertens ist eine Anzeigepflicht auch für private Personen zumindest ab einer gewissen Regelmäßigkeit der privaten Bereitstellung von Ressourcen (wie etwa der eigenen Wohnung) denkbar, um Behörden die Überprüfung und Rechtsdurchsetzung zu erleichtern.

Fünftens könnten die Plattformen mit Informationsübermittlungspflichten etwa an die Finanzbehörden belegt werden, um Steuerhinterziehung zu erschweren.

Ein solcher Rechtsrahmen ermöglicht das private Teilen von Ressourcen in begrenztem Umfang und kann zugleich den gravierendsten Bedenken der Kritiker, wie etwa der sog. Zweckentfremdung von Wohnraum, wirkungsvoll entgegenwirken.

Literatur

Akerlof, G.A. (1970), The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism, *Quarterly Journal of Economics* 84, 488-500.

Allen, D. und C. Berg (2014), The Sharing Economy: How Over-regulation Could Destroy an Economic Revolution, Institute of Public Affairs.

Bakos, J. Y. (1997), Reducing Buyer Search Costs: Implications for Electronic Marketplaces, *Management Science* 43, 1676-1692.

Balafoutas, L., A. Beck, R. Kerschbamer und M. Sutter (2013), What Drives Taxi Drivers? A Field Experiment on Fraud in a Market for Credence Goods, *Review of Economic Studies* 80, 876-891.

Bardhi, F. und G.M. Eckhardt (2012), Access-Based Consumption: The Case for Car Sharing, *Journal of Consumer Research* 39, 881-898.

Belk, R. (2010), Sharing, *Journal of Consumer Research* 36, 715-734.

Belk, R. (2014), You are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online, *Journal of Business Research* 67, 1595-1600.

Belk, R. und R. Llamas (2012), The Nature and Effects of Sharing in Consumer Behavior, S. 625-646 in: D. G. Mick et al. (Hrsg.), Transformative Consumer Research for Personal and Collective Well-being, Routledge: New York.

Benjafaar, S., D. Kong, X. Li und C. Courcoubetis (2015), Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage and Social Welfare in the Sharing Economy, verfügbar unter: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2669823

Benkler, Y. (2004), Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production, *Yale Law Journal* 114, 273-358.

Botsman, R. und R. Rogers (2010), *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption,* Harper Collins: New York.

Bräuninger, M., J. Haucap, K. Stepping und T. Stühmeier (2012), Cloud Computing als Instrument für effiziente IT-Lösungen: Betriebs- und volkswirtschaftliche Potenziale und Hemmnisse, *List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik* 38, 172-202.

Brühn, T. und G. Götz (2014), Die Markteintritte von Uber und AirBnB: Wettbewerbsgefährdung oder Effizienzsteigerung?, *ifo Schnelldienst* 67 (21), 3-6.

Cervero, R., A. Golub und B. Nee (2007), City CarShare: Longer-term Travel-Demand and Car Ownership Impacts, *Transportation Research Record: Journal of Transportation Research Board* 199, 70-80.

Codagnone, C. und B. Martens (2016), Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues, Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper 2016/01. JRC100369, Brüssel.

Cramer, J. und A.B. Krueger (2016), Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber, *American Economic Review*, 106, 177-182.

Deppe, R. (2008), *100 Jahre Verband Deutscher Lesezirkel: 1908 bis 2008*. Festschrift aus Anlass des 100-jährigen Jubiläums des Verbandes Deutscher Lesezirkel e.V., Presse Fachverlag: Hamburg.

Demary, V. (2015a), Mehr als das Teilen unter Freunden – Was die Sharing Economy ausmacht, *Wirtschaftsdienst* 95, 95-98.

Demary, V. (2015b), Competition in the Sharing Economy, IW Policy Paper Nr. 19/2015, Institut der deutschen Wirtschaft, Köln.

Demsetz, H. (1969), Information and Efficiency: Another Viewpoint, *Journal of Law and Economics* 12, S. 1-22.

Dittmann, H. (2016), Der Streitfall Uber: Eine ökonomische Analyse der Probleme und Lösungsansätze, *Wirtschaft und Wettbewerb*, 66, 466-472.

Dittmann, H. und B. Kuchinke (2015), Ordnungsökonomische Aspekte der Sharing Economy, *ORDO: Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft*, 66, 243-262.

Edelman, B.G. und D. Geradin (2016), Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies like Airbnb and Uber?, *Stanford Technology Law Review* 19, S. 293-328.

Eichhorst, W. und A. Spermann (2015), Sharing Economy – Chancen, Risiken und Gestaltungsoptionen für den Arbeitsmarkt, IZA Research Report Nr. 69.

Einav, L., C. Farronato und J. Levin (2016), Peer-to-Peer Markets, *Annual Review of Economics* 8, 615-635.

Geiersberger, E. (1974), *Die dritte Bauernbefreiung durch den Maschinenring*, Olzog: München.

Haucap, J. und U. Heimeshoff (2014), Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet Driving Competition or Market Monopolization?, *International Economics and Economic Policy* 11, 49-61.

Haucap, J. (2015), Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen, *Wirtschaftsdienst* 95, 91-95.

Haucap, J., F. Pavel, R. Aigner, M. Arnold, M. Hottenrott und C. Kehder (2017), Chancen der Digitalisierung auf Märkten für urbane Mobilität: Das Beispiel Uber, *List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik* 43, 139-183.

Haucap, J. (2017), The Rule of Law and the Emergence of Market Exchange: A New Institutional Economic Perspective, S. 143-172 in von Alemann, U., D. Briesen & L. Q. Khanh (Hrsg.), *The State of Law: Comparative Perspectives on the Rule of Law*, Düsseldorf University Press: Düsseldorf.

Heinrichs, H. (2013), Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability, i*GAIA: Ecological Perspectives for Science & Society* 22, 228-231.

Heinrichs, H. (2014), Sharing Economy: Potenzial für eine nachhaltige Wirtschaft, *ifo Schnelldienst* 67 (21), 15-17.

Horton, J.J. und R.J. Zeckhauser (2016), Owning, Using and Renting: Some Simple Economics of the 'Sharing Economy', NBER Working Paper No. 22029.

Levering, B. und A. Icks (2016), Sharing Economy und Mittelstand: Chancen und Herausforderungen, Institut für Mittelstandsforschung Bonn, Denkpapier 01/16, IfM: Bonn.

Linne + Krause (2016), Untersuchung zur Wirtschaftlichkeit des Taxigewerbes in der Bundeshauptstadt Berlin, Studie erstellt für die Berliner Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt.

Loske, R. (2014), Politische Gestaltungsbedarfe in der Ökonomie des Teilens: Eine Betrachtung aus sozial-ökologischer Perspektive, *ifo Schnelldienst* 67 (21), 21-24.

Malinowski, B. (1922/1953), *Argonauts of the Western Pacific*, London: Routledge & Kegan Paul.

Martin, E., S.A. Shaheen und J. Lidicker (2010), Impact of Carsharing on Household Vehicle Holdings, *Transportation Research Record: Journal of Transportation Research Board* 2143, 150-158.

Mauss, M. (1925/1967), *The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies*, übersetzt von I. Cunnison, New York: W.W. Norton.

Monopolkommission (2014), Eine Wettbewerbsordnung für die Finanzmärkte, 20. Hauptgutachten 2012/2013, Bonn.

Monopolkommission (2015), Wettbewerbspolitik: Herausforderung digitale Märkte, Sondergutachten Nr. 68, Bonn.

North, D.C. (1977), Markets and Other Allocation Systems in History: The Challenge of Karl Polanyi, *Journal of European Economic History* 6, 703-716.

OCU, Altroconsumo, Deco Proteste und Test-Achats (2016), Collaboration or Business? Collaborative Consumption: From Value for Users to a Society with Values, verfügbar unter: http://www.consumerchampion.eu/news/study-how-improve-sharing-economy-consumers.

Peitz, M. (2014), Die Entzauberung von AirBnB und Uber, *Ifo Schnelldienst* 67 (21), 6-8.

PricewaterhouseCoopers (2015), Share Economy – Repräsentative Bevölkerungsbefragung, verfügbar unter: http://www.pwc.de/de/digitale-transformation/pwc-studie-share-economy.html.

Rebler, A. (2014), Unmoderne Regelungswut oder berechtigte Kontrolle: Genehmigungen nach PBefG in Zeiten von Uber und Wundercar, *Ifo Schnelldienst* 67 (21), 8-12.

Rifkin, J. (2014), Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus, Frankfurt a.M./New York.

Rogers, B. (2014), The Social Costs of Uber, verfügbar unter: https://lawreview.uchicago.edu/sites/ lawreview.uchicago.edu/files/uploads/Dialogue/Rogers_Dialogue.pdf.

Sahlins, M.D. (1965), On the Sociology of Primitive Exchange, S. 139-236 in M. Banton (Hrsg), *The Relevance of Models for Social Anthropology*, Tavistock: Association of Social Anthropologists.

Sahlins, M. (1972), *Stone Age Economics*. Chicago: Aldine-Atherton.

Santi P., G. Resta, M. Szell, S. Sobolevsky, S.H. Strogatz und C. Ratti (2014), Quantifying the Benefits of Vehicle Pooling with Shareability Networks, *Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)* 111(37), 13290-13294.

Schäfer, P. und N. Braun (2016), Misuse through Short-term Rentals on the Berlin Housing Market, *International Journal of Housing Markets and Analysis* 9, 287-311.

Scholl, G., S. Behrendt, C. Flick, M. Gossen, C. Henseling und L. Richter (2015), *Peer-to-Peer Sharing: Definition und Bestandsaufnahme*, PeerSharing Arbeitsbericht 1, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW): Berlin.

Schreiner, N. und P. Kenning (2018), Teilen statt Besitzen: Disruption im Rahmen der Sharing Economy, S. 355-379 in: F. Keuper et al. (Hrsg.), *Disruption und Transformation Management*, Springer Fachmedien: Wiesbaden

Schwalbe, U. (2014), Uber und AirBnB: Zur Mikroökonomik der Sharing Economy, *Ifo Schnelldienst* 67 (21), 12-15.

Shaheen, S.A, und A. P. Cohen (2013), Carsharing and Personal Vehicle Services: Worldwide Market Developments and Emerging Trends, *International Journal of Sustainable Transportation* 7, 5-34,

Stephany, A. (2015), *The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy*, Palgrave Macmillan: New York.

Stiftung Warentest (2012), Für wen sich das Autoteilen lohnt, verfügbar unter: https:/www.test.de/presse /pressemitteilungen/Carsharing-Fuer-wen-sich-das-Autoteilen-lohnt-4331325-0/.

Tadelis, S. (2016), Reputation and Feedback Systems in Online Platform Markets, *Annual Review of Economics* 8, 321-340.

Theurl, T. (2015), Ökonomie des Teilens: Governance konsequent zu Ende gedacht, *Wirtschaftsdienst* 95, 87-91.

Weber, T.A. (2014), Intermediation in a Sharing Economy: Insurance, Moral Hazard, and Rent Extraction, No. EPFL-Article-201840.

Wedde, P. und I. Wedde (2015), Schöne neue „share economy“, Friedrich-Ebert-Stiftung.

Yaraghi, N. und S. Ravi (2016), The Current and Future State of the Sharing Economy, Report, Brookings Institute, verfügbar unter: https://www.brookings.edu/research/the-current-and-future-state-of-the-sharing-economy/

BISHER ERSCHIENEN

94 Haucap, Justus und Kehder, Christiane, Welchen Ordnungsrahmen braucht die Sharing Economy?, Februar 2018.
Erscheint in: J. Dörr, N. Goldschmidt & F. Schorkopf (Hrsg.), Share Economy: Institutionelle Grundlagen und gesellschaftspolitische Rahmenbedingen, Mohr Siebeck: Tübingen 2018.

93 Haucap, Justus und Loebert, Ina, Wettbewerbssituation auf dem Markt für Wetterdienstleistungen, Januar 2018.

92 Coppik, Jürgen, Auswirkungen einer allgemeinen Diensteanbieterverpflichtung im Mobilfunk, Dezember 2017.

91 Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich, Kehder, Christiane, Odenkirchen, Johannes und Thorwarth, Susanne, Auswirkungen der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe (MTS-K): Änderungen im Anbieter- und Nachfragerverhalten, August 2017.

90 Haucap, Justus und Heimeshoff, Ulrich, Ordnungspolitik in der digitalen Welt, Juni 2017.
Erscheint in: J. Thieme & J. Haucap (Hrsg.), Wirtschaftspolitik im Wandel: Ordnungsdefizite und Lösungsansätze, De Gruyter Oldenbourg: München 2018.

89 Südekum, Jens, Dauth, Wolfgang und Findeisen, Sebastian, Verlierer-(regionen) der Globalisierung in Deutschland: Wer? Warum? Was tun?, Dezember 2016.
Erschienen in: Wirtschaftsdienst, 97 (2017), S. 24-31.

88 Wey, Christian, Verhandlungsmacht und Gewerkschaftswettbewerb, August 2016.
Erschienen in: Sozialer Fortschritt, 65 (2016), S. 247-253.

87 Haucap, Justus, Warum erlahmt die Innovationsdynamik in Deutschland? Was ist zu tun?, Juli 2016.
Erschienen in: Walter-Raymond-Stiftung (Hrsg.), Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft: Die technologische Zukunftsfähigkeit Deutschlands auf dem Prüfstand, GDA Verlag: Berlin 2016, S. 7-18.

86 Haucap, Justus, Loebert Ina, Spindler, Gerald und Thorwarth, Susanne, Ökonomische Auswirkungen einer Bildungs- und Wissenschaftsschranke im Urheberrecht, Juli 2016.

85 Böckers, Veit, Hardorp, Lilian, Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich, Gösser, Niklas und Thorwarth, Susanne, Wettbewerb in der Restmüllerfassung: Eine empirische Analyse der Anbieterstruktur, Juli 2016.
Erschienen in: List-Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 42 (2016), S. 423-440.

84 Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich und Lange, Mirjam, Gutachten zum Serious Doubts Letter der Europäischen Kommission zur Vectoring-Entscheidung der Bundesnetzagentur, Juni 2016.

83 Hottenrott, Moritz, Thorwarth, Susanne und Wey, Christian, Gegenstandsbereiche der Normung, März 2016.

82 Coenen, Michael und Watanabe, Kou, Institutionelle Ergänzungen für die wirtschaftspolitische Beratung, Februar 2016.
Erschienen in: ZPB Zeitschrift für Politikberatung, 7 (2015), S. 91-99.

81 Coenen, Michael, Haucap, Justus und Hottenrott, Moritz, Wettbewerb in der ambulanten onkologischen Versorgung – Analyse und Reformansätze, Januar 2016.

Ältere Ordnungspolitische Perspektiven finden Sie hier:
https://ideas.repec.org/s/zbw/diceop.html

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)

Universitätsstraße 1 _ 40225 Düsseldorf
www.dice.hhu.de

ISSN 2190-992X (online)
ISBN 978-3-86304-694-1