ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Schreyer, Jasmin

Research Report

Sharing ≠ Sharing Economy: Ausprägungen der digitalen Sharing Economy im Lebensmittelsektor

SOI Discussion Paper, No. 2020-03

Provided in Cooperation with:
Institute for Social Sciences, Department of Organizational Sociology and Innovation Studies, University of Stuttgart

Suggested Citation: Schreyer, Jasmin (2020) : Sharing ≠ Sharing Economy: Ausprägungen der digitalen Sharing Economy im Lebensmittelsektor, SOI Discussion Paper, No. 2020-03, Universität Stuttgart, Institut für Sozialwissenschaften, Abteilung für Organisations- und Innovationssoziologie, Stuttgart

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/219992

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

STUTTGARTER BEITRÄGE ZUR ORGANISATIONS- UND INNOVATIONSSOZIOLOGIE

SOI Discussion Paper 2020-03

Sharing ≠ Sharing Economy

Ausprägungen der digitalen Sharing Economy im Lebensmittelsektor

Jasmin Schreyer

Universität Stuttgart
Institut für Sozialwissenschaften
Organisations- und Innovationssoziologie

Jasmin Schreyer

Sharing ≠ Sharing Economy. Ausprägungen der digitalen Sharing Economy im Lebensmittelsektor.

SOI Discussion Paper 2020-03
Universität Stuttgart
Institut für Sozialwissenschaften
Abteilung für Organisations- und Innovationsforschung
Seidenstr. 36
D-70174 Stuttgart

Herausgeber

Prof. Dr. Ulrich Dolata
Tel.: +49 711 / 685-81001
ulrich.dolata@sowi.uni-stuttgart.de

Redaktion

PD Dr. Jan-Felix Schrape
Tel.: +49 711 / 685-81004
jan-felix.schrape@sowi.uni-stuttgart.de

Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationssoziologie (SOI)
Discussion Paper 2020-03 (Juli 2020)
ISSN 2191-4990

© 2020 by the author(s)

Jasmin Schreyer ist akademische Mitarbeiterin am Institut für Sozialwissenschaften der Universität Stuttgart.

jasmin.schreyer@sowi.uni-stuttgart.de

Weitere Downloads der Abteilung für Organisations- und Innovationssoziologie am Institut für Sozialwissenschaften der Universität Stuttgart finden sich unter:

http://www.uni-stuttgart.de/soz/oi/publikationen/

Zusammenfassung

Das Phänomen Sharing Economy sorgte in den letzten Jahren für Kontroversen und ambivalente Bewertungen. Ursprünglich ging mit der Sharing Economy die Hoffnung einher, ein Gegenmodell zu der auf Eigentum basierenden Ökonomie zu etablieren. Sukzessive rückten dabei die Gefahren und Risiken wie etwa die Kommodifizierung aller Lebensbereiche durch die Sharing Economy in den Vordergrund. Daher soll zuerst die Pluralität und Heterogenität der Definitionen von Sharing Economy, die sich ideell wie auch empirisch in den unterschiedlichen Diskursen und Funktionsweisen der Sharing bzw. Plattformökonomie widerspiegelt aufgezeigt. Anschließend wird dann anhand einer empirischen Analyse diverser Organisationen aus dem Lebensmittelsektor eine Typologie der digitalen Sharing Economy vorgestellt um abschließend zu klären, inwiefern das Sharing der Sharing Economy nur partiell mit der sozialen Praktik des Teilens gleichgesetzt werden kann.

Abstract

In recent years, the phenomenon of the sharing economy has led to controversies and ambivalent valuations. Originally, the Sharing Economy was linked to the hope of establishing a counter-model to the property-based economy. In the meantime, however, the risks of commodification of all areas of life are increasingly coming to the surface. By means of the different narratives, the present contribution will examine the different discourses that also deal with the functioning of the sharing or platform economy. Subsequently, an empirical study of various sharing organizations in the food sector will visualize the digital sharing economy by means of a typology. This will help to finally clarify why the sharing of the sharing economy can only partially be equated with the social practice of sharing.

Inhalt

1 Einleitung 5

2 Das digitale Teilen 6

2.1 Narrative der digitalen Sharing Economy 7
2.2 Funktionsweisen der digitalen Sharing Economy 11
2.3 Arbeitsdefinition digitale Sharing Economy 12

3 Empirische Ausprägungen der digitalen Sharing Economy 14

3.1 Foodora – ‚Teilen' als Ausliefern? 15
3.2 Foodsharing – Teilen als Schenken 18
3.3 Hybrider Graubereich der digitalen Sharing Economy 21

4 Sharing ≠ Sharing Economy? 26

5 Bilanz 29

Literatur 32

1 Einleitung[1]

In den öffentlichen und sozialwissenschaftlichen Diskursen um die Digitalisierung der Gesellschaft wird das Phänomen der *Sharing Economy* mit ihren ambivalenten Effekten auf die Lebens- und Arbeitswelt kontrovers diskutiert. Durch das Social Web als Infrastrukturtechnologie werden interaktive Kollaborationen möglich, da nun jeder Mensch mit Internetanschluss selbst Inhalte (und Produkte) gestalten und teilen kann. Optimistische Einschätzungen dieser Technologie rekurrieren auf die darin enthaltenen Potentiale zur Demokratisierung durch Partizipation, zur Selbstbestimmung und zur ökologischen Nachhaltigkeit, die sich aus dem Teilen von Gütern ergebe, sowie der inhärenten Chance zur Überwindung des Kapitalismus (Botmann/Rogers 2010; 2011; Belk 2014; Rifkin 2014; Light/Miskelly 2015; Sundararajan 2016; Dörr 2017). Während in den sozialwissenschaftlichen Diskursen die Flexibilisierung und Effektivierung der Arbeits- und Lebensstrukturen durch algorithmische Koordinationsprozesse im Fokus steht, wird in den öffentlichen Diskursen oft die Hoffnung auf eine gesteigerte Transparenz in der Arbeitsverteilung und -vergütung betont. Aber auch die Befürchtung einer Zentralstellung privatwirtschaftlich betriebener Plattformen, die nicht nur ein höheres Maß an Leistungs- und Verhaltenskontrolle, sondern auch die Erosion traditioneller regulatorischer Strukturen von Erwerbsarbeit mit sich bringt, wird diskutiert (Hill 2016; Dolata 2017, 2018).

Das Phänomen, das im Folgenden unter dem Terminus ‚digitale Sharing Economy' verhandelt wird, beinhaltet somit ein weites Spektrum an heterogenen Gemeinschafts- und Geschäftsmodellen (Kenney/Zysman 2016; Srnicek 2017; Kirchner/Schüßler 2018). Der folgende Beitrag will diese heterogenen Diskurse soweit systematisieren, dass eine Ein- und Abgrenzung der digitalen Sharing Economy vorgenommen werden kann. Im ersten Abschnitt werden dazu die narrativen Attribute und Diskurse sowie die Funktionsweisen der digitalen Sharing Economy beleuchtet, um sodann zu einer Arbeitsdefinition des Terminus zu gelangen. Anschließend wird entlang empirischer Fallstudien (von *Foodora und Foodsharing* über *Sirplus, Too good to go, Solidarische Landwirtschaft* und *mundraub.org*) das Spektrum des digitalen Teilens anhand einer Betrachtung des Lebensmittelsektors analysiert. Abschließend soll anhand der forschungsleitenden Frage, inwiefern die soziale Praktik des Teilens in der digitalen Sharing Economy verortet werden kann, beantwortet werden. Dabei steht die Frage, inwieweit die soziale Praktik des Teilens mit dem *Sharing* innerhalb der digitalen Sharing Economy kongruent ist, im Fokus der Betrachtung.

[1] Die vorliegenden Forschungsergebnisse wurden in dem durch die Hans-Böckler-Stiftung geförderten Projekt ‚Digitale Projektgemeinschaften als Innovationsinkubatoren' gewonnen.

2 Das digitale Teilen

Soziale Praktiken des Teilens sind so alt wie die Menschheit selbst (Belk 2013). Sie gelten als kulturelle Grundlage von Gemeinschaften und finden sich in allen Gesellschaften (Eckhardt/Bardhi 2015; Celeta et al. 2017; Ströhl/Blaumer 2017). Praktiken des Teilens und Tauschens waren zunächst in lokal verankerten Familien und dann sukzessive in regionalen Bekanntenkreisen eingebettet (Mauss 2005; Belk 2017). Mit der Entwicklung und Verbreitung des Internets wird eine digital vermittelte Ko-Nutzung bzw. ein globaler wechselseitiger Austausch auch zwischen nicht persönlich bekannten Nutzenenden entlang digitaler Plattformen möglich (Schor/Fitzmaurice 2015; Schreyer/Schrape 2018a).

Die dezentralen und zeitlich unabhängigen Handlungskontexte sowie die inhärenten Vernetzungsmöglichkeiten ließen neue Formen der Zusammenarbeit entstehen und alte Formen wie der kollaborative Konsum (Felson/Spaeth 1978) und das Prinzip der Allmende erlebten eine globale Revitalisierung (Ostrom 2012). Die gemeinsame Nutzung geteilter Güter steht im Kontrast zu der auf Eigentum basierenden Ökonomie und rekurriert häufig auf die Idee der ‚commons-based peer production' (Benkler 2002). Diese Idee von kollaborativen Gemeingütern bezieht sich auf freiwillige Beiträge, die aus einer intrinsischen Motivation erfolgen und keine klassischen Eigentumsstrukturen aufweisen, sondern für alle verfügbar sind, die sie nutzen wollten. Die Kollaborationen und die Verstrickung von verschiedenen Ereignissen würden das Potential besitzen globale Gemeinschaften herauszubilden und zu verstetigen:

> „Weltweit experimentieren Menschen mit solidarischen, nachhaltigen und kooperativen Arbeits- Wirtschafts- und Lebensformen, die Alternativen zur ressourcen-intensiven und zunehmend sozial-ungerechten Wachstumswirtschaft bieten sollen. Sie engagieren sich in der solidarischen Landwirtschaft, in Urban-Gardening-Projekten, der Gemeinwohl- und Open-Source-Ökonomie, reparieren in offenen Werkstätten und experimentieren mit digitaler Technik und 3-D-Druck. Sie erobern sich langsam die Städte zurück, entwickeln regionale Währungen, erproben ein bedingungsloses Grundeinkommen, wohnen in gemeinschaftlichen Wohnprojekten und Ökodörfern, sie kooperieren, tauschen, teilen anstatt in Konkurrenz und Wettbewerb zueinander zu treten." (Postwachstum.de 2018)

Während der praktische Commons-Diskurs zu Beginn des 21. Jahrhunderts zumeist als ‚Nischenbewegung' wahrgenommen wurde, rückt die (sozial)wissenschaftliche Klassifizierung digitaler Formen des Teilens und Tauschens ab Mitte der 2000er Jahre sukzessive in den Fokus. Das Aufkommen der digitalen Sharing Economy fällt in die Zeit der Wirtschaft- und Finanzkrise von 2008/2009 (Cotrim 2016; Martin 2016). Ob aus ökonomischer Notwendigkeit, idealistischem Glauben an die (positive) Macht des Internets im Zusammenspiel mit dem kollaborativen Konsum oder aus rationalistischem Kalkül, die Krise des Globalkapitalismus wird in den Diskursen über die digitale Sharing Economy als Anfangspunkt gesetzt.

Im weiteren zeitlichen Verlauf wurde die digitale Sharing Economy häufig mit der Annahme der Welt als *laboratorium possibilis salutis* (Bloch 1985) verknüpft, in der phantasievolle Utopien eine ‚bessere' Zukunft antizipieren, indem sie mögliche Gegenstrategien zu den kritisierten Gegebenheiten konstruieren (Heller 2016). Eine praktische Utopie aus diesem Diskurs stellt etwa exemplarisch das Konzept ‚Postwachstumsgesellschaft' dar. Diese sieht ein nachhaltigeres Wirtschaften vor (Peach 2014; Weber 2017), das durch ein vermehrtes digitales Teilen forciert und dadurch sukzessive das kapitalistische Wachstumsparadigma überwinden könnte (vgl. Rifkin 2014; Muraca 2014).

> „Sharing makes a great deal of practical and economic sense for the consumer, the environment, and the community. It may also make a great deal of sense for businesses that are sufficiently flexible, innovative, and forward thinking […]. Shaking loose of the former wisdom that, "You are what you own" and converting to a new wisdom, 'You are what you share,' indicates that we just may be entering the postownership economy." (Belk 2013)

Die Grundlogik des Kapitalismus zu überwinden liegt laut Belk in dem Potential des Teilens begründet, eine Veränderung der Dispositionen der Beteiligten zu bewirken. Idealiter würde die partizipationsorientierte Vernetzung mittels des Internets ein Zusammenspiel von egalitär zusammenarbeitenden bottom-up-Projekten, einer besseren Auslastung bestehender Kapazitäten sowie einem reduzierten Ressourcenverbrauch etablieren. Diese Annahmen finden sich in einem ‚hoffnungsgeleiteten' Diskurs, der vor allem die emanzipatorischen Möglichkeiten der digitale Sharing Economy betont.

Die Absenz einer einheitlichen Definition des Gegenstandes wird in der sozialwissenschaftlichen Literatur zumeist dahingehend reflektiert, dass es sich bei der digitalen Sharing Economy um ein sogenanntes ‚umbrella concept' (Heinrichs 2013; Codagnone et al. 2016; Wruk et al. 2019) handle. In einem weiteren Schritt soll daher nun untersucht werden, an welchen Definitionen sich die verschiedenen Diskurse orientieren und ob diese in eine gemeinsame Definition überführt werden können.

2.1 Narrative der digitalen Sharing Economy

Die symbolische Ebene der Bedeutungszuweisungen verdeckt mit Schlagworten wie ‚Partizipation', ‚Egalität' und ‚Transparenz', dass es bisher keine allgemein akzeptierte Definition von *Sharing Economy* gibt (Schor 2014; Gobble 2017; Bruno/Faggini 2017; Hertwig/Papsdorf 2018; Maurer/Mair/Oberg 2020). Die Heterogenität der Definitionsversuche wird im Folgenden analytisch nach Narrativen sortiert:

Das erste Narrativ leitet sich aus dem hoffnungsgeleiteten Diskurs ab und lässt sich auf die Devise *Zugang statt Eigentum* bzw. *Nutzen statt Besitzen* bringen. Das zweite Narrativ spielt auf die Makroebene an und rekurriert auf den *Gemeinschafts*gedanken, der der Sharing Economy aufgrund des Teilens zugeschrieben wird. Dieses Narrativ fand zuerst in den praktischen Diskursen von gemeinwohlorientierten Organisationen Anwendung. Mit der Zeit haben sich aber auch kommerzielle Unternehmen der

Sharing Economy dieses Narrativ angeeignet. Das dritte Narrativ bezieht sich auf die Mesoebene und rekurriert auf die *Innovation Plattform* und deren *technologische Effektivierung*, die das Teilen ermöglicht:

Narrativ 1: Zugang statt Eigentum / Nutzen statt Besitzen

> „Sharing Economy is the collaborative consumption made by the activities of sharing, exchanging, and rental of resources without owning the good." (Lessig 2008)
>
> „The basic idea of the sharing economy is to own less and have access to more." (Ranchordás 2015)
>
> „Crowd-based capitalism involves large, disconnected groups of people pooling their assets, capital or labor on a shared platform, where consumers can find and utilize these resources." (Sundararajan 2016)
>
> „We define sharing economy as: consumers granting each other to temporary access to underutilized physical assets (idle capacity), possibly for money." (Frenken/Schor 2017)

Narrativ 2: Interessen- und Wertegemeinschaft / Communities:

> „The Sharing Economy is an economy built on distributed networks of connected individuals and communities versus centralized institutions, transforming how we can produce, consume, finance, and learn. […]. People with similar interests are banding together to share and exchange less tangible assets such as time, space, skills, and money." (Botsman/Rogers 2011)
>
> „[This community-based Economy] refers to initiatives coordinating through non-contractual, non-hierarchical or non-monetized forms of interaction (to perform work, participate in a project, or form exchange relationships)." (Acquier/Pinkse 2017)
>
> „[The local sharing economy is] looking outwards to the community, regarding sharing as a positive quality associated with caring and noting there are challenges involved. There is a strong emphasis on the social value." (Light/Miskelly 2019)

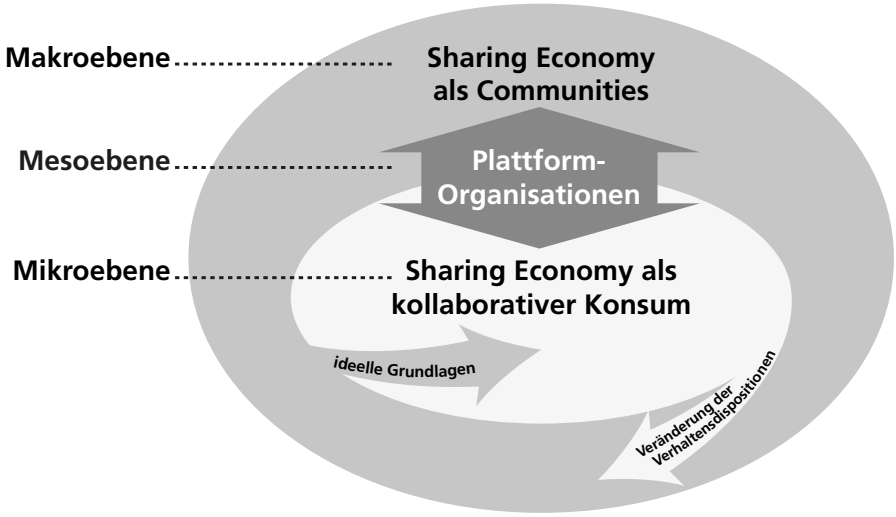
Narrativ 3: Technologische Effektivierung / intermediäre Innovation:

> „There are three important aspects to the platform economy. First, platforms provide an algorithm that allows for an effective matching of labour providers and users. Second, technology brings down transaction cost to the extent that platforms can also facilitate micro-transactions. Third, platforms prove service to reduce or manage risks involved in market transactions." (Drahokoupil/Fabo 2016)
>
> „The peers' advantage in the peer-to-peer market is not only in the success of intermediation, deriving from membership. It is a way to solve and reduce coordination, communication and general transaction costs. It is a way to exploit idling capacity. It is simply a commodification, the creation of new markets. The peer-to-peer vison exploits network externalities and or cross externalities. It is an evolution from a producer to consumer line to a consumer to producer line." (Bruno/Faggini 2017)
>
> „The ‚newness' of the sharing economy seems to stem from the use of technology to facilitates the efficient mediation or exchange between users and providers, creating a two- or multi-sided market. In tun, this reduces the transaction costs associated with sharing among strangers." (Curtis/ Lehner 2019)

Typisierend zusammengefasst kann konstatiert werden, dass die Idee des Teilens in den Diskursen auf ein modifiziertes Verständnis gegenüber Konsum, Besitz und Eigentum

rekurriert und in Bezug zu Nachhaltigkeit gesetzt wird (*Nutzen statt Besitzen*). Die Transaktionen enthalten dabei ein weites Verständnis von Kompensationsmöglichkeiten. Das Teilen bzw. der Zugang zu Ressourcen muss nicht zwangsläufig monetär abgegolten werden (Mair/Reisschauer 2017).

Abb. 1: Idealtypisches Mehrebenenmodell – Wechselwirkungen in der Sharing Economy



Quelle: Eigene Darstellung.

Auf der *Makroebene* werden die Plattformen der Sharing Economy häufig als Netz von Märkten charakterisiert. Diese wirken in und durch *Communities als Interessens- bzw. Wertegemeinschaft* (im Sinne einer Subkultur) auf die *Mikroebene* des sozialen Handelns und ermöglichen den kollaborativen Konsum mittels der Schaffung eines *Zugangs (zu Ressourcen) statt Eigentum*(serwerb*)*. Die Partizipation auf der Plattform soll eine Interessen- bzw. Wertegemeinschaft etablieren, die eine Art gemeinschaftlichen Lebensstil bzw. Subkultur herausbildet und gleichzeitig als Identifikationsmoment fungiert. Die *technische Koordinationsleistung der Vermittlung* des Teilens auf der *Mesoebene* garantiert die Skalierbarkeit, sorgt für Netzwerkeffekte und ist Kern der Markenbildung (Spermann 2017). Der Wachstumsimperativ von kommerziellen Plattformen geht einher mit dem Outsourcen aller Tätigkeiten und Ressourcen. Nur der Bereich Software und Datenanalyse (*technologische Effektivierung*) verbleibt dabei im Eigentum der Plattform.

Abbildung 1 visualisiert als idealtypisches Mehrebenenmodell die Wechselwirkungen der verschiedenen Ebenen. Der gemeinschaftliche kollaborative Konsum wird durch die ideellen Zielsetzungen der Sharing Organisation beeinflusst und prägt durch veränderte Dispositionen das Leben der Community. Die durch die digitale Plattform vergrößerte Reichweite ermöglicht das Teilen im globalen Maßstab. Dabei ist die digitale Plattform das wesentliche Element der technologischen Effektivierung:

> „[W]e defined a platform as a programmable architecture designed to organize interactions between users. Many people think of platforms simply as technological tools that allow them to do things online: chatting, sharing, commenting, dating, searching […]. But these online activities hide a system whose logic and logistics are about more than facilitating: they actually shape the way we live and how society is organized." (van Dijck/Poell/de Waal 2018)

In den kritischen Diskursen über die digitale Sharing Economy wird vor allem auf die Mesoebene und den Einsatz von Technik geblickt. Die technologische Effektivierung könne nicht neutral vorgestellt werden, da sie nicht ‚nur' einer Vermittlungstätigkeit nachgingen (Slee 2016; Wewer 2016). Die spezifische soziale Wirklichkeit, die durch die regelsetzende Macht der Algorithmen für die Nutzenden erzeugt werde, habe erhebliche Auswirkungen auf die jeweiligen Ausprägungen der Freiheits- und Kontrollgrade und wirke sowohl handlungsleitend als auch verhaltensprägend. Als *innovativer Intermediär* sammelt die Plattform stetig die anfallenden Daten der Nutzer*innen und wertet diese aus. Damit soll das Angebot für die Nutzer*innen optimiert und die Verweildauer gesteigert werden.

Weitere Diskurse verhandeln Narrative wie ‚Technologie als Lösung', ‚Veränderung durch Innovation', ‚Zugehörigkeit zu einer technologischen Avantgarde' oder etwa das Postulat der ‚Demokratisierung der Statussymbole' (Schor 2015; Stampfl 2015; Slee 2016; Arno/Arno 2016). Einige Plattformorganisationen reklamieren diese positiv konnotierten Narrationen des Teilens für sich, um dahinter ihren ökonomischen Eigennutz zu verstecken (Hertwig/Papsdorf 2018). Dieses „sharewashing" (Schor 2015) verdecke auch, dass diese Organisationen auf sogenannten „ultra-free markets" (ebd.) operieren, in denen gesetzliche Regulierungen oder Schutzrechte für Anbietende keine Rolle spielen. Weder die zugeschriebene Nachhaltigkeit finde sich in solchen Geschäftspraktiken noch den Ansatz, eine andere Art des Wirtschaftens zu etablieren. Vielmehr würden bisher noch nicht kommodifizierte Lebensbereiche nun auch kapitalistisch vereinnahmt werden (Bala/Schuldzinski 2016; Blühdorn 2017).

Die große Bandbreite und Heterogenität der Diskurse über die digitale Sharing Economy lässt keine einheitliche Definition zu. Das Fehlen einer einheitlichen und allgemein akzeptierten Definition erschwert jedoch den Umgang mit dem Untersuchungsgegenstand. Dieses Problem wird unterschiedlich angegangen. Entweder wird aus analytischen Gründen kein Definitionsvorschlag unterbreitet, da ein selbstverständlich geteiltes Verständnis des Phänomens ‚stillschweigend' vorausgesetzt wird (Haucap 2015). Auch werden zusätzliche Begriffe als Synonyme oder aber zur Abgrenzung etabliert (Gransky 2010; Bardhi/ Eckhardt 2012; Scholl et al. 2016; Botsman/ Rogers 2010; Hagen/Rückert-John 2016).

Um im Folgenden zu einer systematischen Klassifikation zu gelangen und eine eigenständige Arbeitsdefinition zu etablieren, soll nun in einem nächsten Schritt die Funktionsweisen der digitalen Sharing Economy in den Blick genommen werden.

2.2 Funktionsweisen der digitalen Sharing Economy

Kernelement vieler kommerzieller Sharing-Organisationen bleibt der Grundgedanke, dass viele Güter nicht effizient ausgelastet werden und durch das Teilen dieser einerseits eine Reduktion der Gesamtanzahl und anderseits eine Verschwendung vorhandener Güter verhindert werden kann. An diesem Punkt setzen die Plattformen als digitale Marktplätze mit ihren (mindestens) zweiseitigen Märkten an (Scholl et al. 2016: 10; kritisch dazu: Dittmann/Kuchinke 2017). Der Typus der ‚lean platform' (Srnicek 2017) als Intermediär koordiniert Angebot und Nachfrage, reduziert die Transaktionskosten des Austausches, schafft (vermeintlich) Informationssymmetrie und (egalitäre) soziale Beziehungen (Eichhorst/Spermann 2015b; kritisch dazu: Newlands et al. 2017). Digitale Plattformen sammeln dabei automatisch große Mengen an Daten:

> "[A] platform is fueled by data, automated and organized through algorithms and interfaces, formalized through ownership relations driven by business models, and governed through user agreements. […]. With each mouse click and cursor movement user data are generated, stored, automatically analyzed, and processed – not just Internet protocol addresses and geolocations but detailed information about interests, preferences, and tastes." (Dijck/Poell/de Waal 2018)

Die Partizipierenden bezahlen die Plattform zweifach: in Form von Geld und mit ihren Daten. Das algorithmische Regime der Plattform als zentrale Kontrollinstanz etabliert eine klare Machtasymmetrie von der Plattform als Intermediär, da nur sie die Datenströme aus den Transaktionsdetails und den Daten der Nutzenden überblicken und weiterverwerten kann (Slee 2016; Strube 2016; Frenzen/Schor 2017; Newlands et al. 2017; Kirchner 2018).

Die komplexen Auswertungen des Nutzungsverhaltens soll einerseits die Attraktivität des entsprechenden Dienstes und vor allem die schnelle Marktdurchdringung gewährleisten und andererseits die Quantität der Transaktionen steigern (Spermann 2017). Daher gehen aus dem volatilen Start-up-Bereich in der Regel einige wenige gut finanzierte exklusive technische Systeme als geschlossene Ökosysteme hervor, die durch Machkumulationen und Monopolbildung auffallen (Bala/Schulzinski 2016; Dolata 2017, 2018; Frenken/Schor 2017; Bradley/Pargman 2017; Schrape 2019).

Die plattformbasierte Sharing Economy hat zu einer Herausbildung heterogener Arbeitsmärkte geführt (Codagnone et al. 2016; Biegón et al. 2017), die entweder ortsunabhängig und virtuell vermitteln oder regional ausgerichtet sind. Dabei sind die allgemeine Geschäftsfähigkeit, das Anlegen eines Accounts sowie das Einbringen der benötigten Arbeitsmittel die einzigen Bedingungen, um eine (Neben-)Erwerbstätigkeit aufnehmen zu können (Srnicek 2017; Breidbach/Brodie 2017). Die Plattformen versprechen eine selbstbestimmte, eigenverantwortliche und flexible Arbeit, die keine spezifischen Qualifikationen erfordert, da der Arbeitsablauf in modularen Einheiten schrittweise algorithmisch koordiniert wird (Smith 2016, Schreyer/Schrape 2018b). Für Arbeitskraftanbietende bedeutet dies als ‚Soloselbstständige' von Auftrag zu Auftrag beschäftigt zu werden und über keinerlei Sicherheiten zu verfügen:

> „The advantage for a business of using such non-regular workers is obvious: It can lower labor costs dramatically […] since it is not responsible for health benefits, social security, unemployment or injured workers' compensation, paid sick or vacation leave and more. Contract workers, who are barred from forming unions and have no grievance procedure, can be dismissed without notice" (Hill 2016).

Die Expansion dieser Geschäftsmodelle verändert nicht nur ganze Branchen, sondern bringt auch erhebliche Veränderungen für die Definition und Ausgestaltung klassischer Erwerbsarbeit mit sich. Einerseits findet auf den Plattformen eine Entgrenzung von professionellen und amateurhaften Leistungen statt, die in einer Konkurrenzsituation zwischen ‚Profis' und ‚Laien' kulminieren kann (Sundararajan 2016; Surilas 2016). Die Konkurrenzsituation entsteht zwischen hauptberuflich Anbietenden und denjenigen, die dies in ihrer Freizeit praktizieren. Außerdem nutzen viele kommerzielle Sharing-Organisationen rechtliche Grauzonen für sich, indem sie rechtliche Normen – im Sinne von Schutz- und Partizipationsrechten für Anbietende – unterlaufen (Hagen/Rückert-John 2016; Stampfl 2016; Schmidt 2017; Dittmann/Kuchinke 2017; Hill 2018). Die Anbietenden als Mikrounternehmer*innen tragen die vollen unternehmerischen Risiken, da die Plattformen sich häufig auf die Position des ‚neutralen' Intermediär zurückziehen, dem keine Verantwortung für die Menschen, die ihre Arbeitskraft auf der Plattform anbieten, zukommen würde. Dadurch verwischt anderseits die Grenze zwischen einer sicheren Vollzeitbeschäftigung und einer Beschäftigung von Auftrag zu Auftrag (Arno/Arno 2015; Pragman et al. 2016; Ahsan 2018; Hagiu/Wright 2019).

Abschließend soll einschränkend angemerkt werden, dass die hier vorgestellten Funktionsweisen der digitalen Sharing Economy vor allem auf kommerzielle Geschäftsmodelle rekurrieren. In der nachfolgenden Arbeitsdefinition sollen die skizzierten Funktionsweisen soweit generalisiert werden, dass sie auch nicht-profit-orientierte Sharing-Organisationen beschreiben.

2.3 Arbeitsdefinition digitale Sharing Economy

Das Phänomen digitale Sharing Economy vereint diverse widerstreitende Positionen in sich. Als Spektrum oder Kontinuum beinhaltet die digitale Sharing Economy sowohl kommerzielle und (hyper-)kapitalistische Organisationskonzeptionen als auch nicht-profit-orientierte und gemeinwohlorientierte Alternativen. Diese Pluralität kann m.E. nur mit einem multiparadigmatischen Mehrebenen-Ansatz erfasst werden. Daher sollen nun drei allgemeine Funktionsprinzipien von Plattformorganisationen vorgestellt werden. Die sodann mit den oben diskutierten Narrative aus den verschiedenen Diskursen zusammengebracht werden, um abschließend eine Arbeitsdefinition des Untersuchungsgegenstandes zu generieren.

Die aus der obigen Diskussion der Funktionsweisen abgeleiteten drei analytischen Prinzipien von digitalen Plattformen können als charakteristische Grundelemente betrachtet werden und umfassen die Punkte Organisation, Partizipation und Technik.

- *Das Prinzip der Organisation*: Die allgemeine Verfasstheit anhand der Rechtsform sowie dem Geschäftsmodell, aber auch der Finanzierung im Zusammenspiel mit den Zielen und Anliegen der jeweiligen Organisation zu untersuchen, ist wesentlich um Aufschluss über die Beteiligungsintensität und spezifische Koordinationsweisen zu erlangen.
- *Das Prinzip der Partizipation*: Partizipation ist die Grundbedingung dafür, dass sich eine Plattform längerfristig etablieren kann. Daher gibt es zumeist nur niedrigschwellige Einstiegsbarrieren, wie etwa die allgemeine Geschäftsfähigkeit zur Eröffnung eines Accounts und in manchen Fällen das Einbringen der eigenen Arbeitsmittel.
- *Das Prinzip Technik*: Die Plattform als Infrastruktur ist vordergründig als optische Benutzeroberfläche auf Benutzerfreundlichkeit optimiert. Im Hintergrund strukturiert die algorithmische Infrastruktur die Interaktionen, etwa durch modulare Schritt-für-Schritt-Einheiten. Das lückenlose algorithmische Monitoring ermöglicht es der Plattform als zentralisierte Kontrollinstanz zu agieren.

Die drei hegemonialen Narrative (Nutzen statt Besitzen und Zugang statt Eigentum, technologische Effektivierung und intermediäre Innovation sowie die Bildung von Communities als Interessens- und Wertegemeinschaft) sollen nun gemeinsam mit den drei Plattformprinzipien in einem Mehrebenenmodell zusammengedacht werden:

- Das Narrativ *Nutzen statt Besitzen* verweist einerseits auf das *Prinzip der Partizipation* und die Mikroebene des sozialen Handelns. Andererseits rücken dadurch auch die Mesoebene und die Prinzipien Organisation und Technik in den Blick.
- Die Plattform als *technologische Effektivierung* übernimmt die Vermittlung der (unausgelasteten) Ressourcen zwischen den Anbietenden und Nachfragenden. Die algorithmische Infrastruktur als *intermediäre Innovation* ermöglicht, registriert, kuratiert und prozessiert je nach Organisationsprinzipien die Aktivitäten der Nutzenden.
- Das *Prinzip der Organisation* findet sich u.a. in der ideellen Ausrichtung auf der Makroebene wieder. Die formulierten Ziele und Anliegen im Zusammenspiel mit den veränderten Dispositionen der Partizipierenden begründen im Idealfall eine *Interessen- bzw. Wertegemeinschaft*, die den Nutzenden als Identifikationsmoment dient.

Zusammenfassend beschreibt der Terminus digitale Sharing Economy ein Hybridphänomen, das sowohl außerwirtschaftliche als auch marktbasierte Austauschformen umfasst. Eingrenzend soll der Begriff nun nur für diejenigen Plattformen gelten, die mittels des *Prinzips Technik* eine *technologische Effektivierung* der *Partizipation* und des *Nutzens statt Besitzens* (*Prinzip Partizipation*) übernehmen. Dabei kann die Ausrichtung einer Plattform von einer (eher) neutralen Vermittlungsposition, begrifflich gefasst als (ermöglichende) Infrastruktur, bis hin zu einer (eher) rigiden Ausgestaltung

der Kontrolldimension, von der Infrastruktur zu unterscheiden mit dem Terminus Intermediär, geprägt sein (siehe hierzu genauer Kapitel 3.3).

Somit ist ein weites Feld von digitalen Plattformen eingeschlossen, das von kommerziell / professionell über semiprofessionell bis hin zu nicht-profitorientierten Angeboten reicht und auch die Bereiche Erwerbsarbeit, freiwillige (Zusatz-)Arbeit und freizeitliches Ehrenamt umfasst. Mittels dieser Ein- und Abgrenzung soll nun das Phänomen digitale Sharing Economy empirisch am Beispiel des Sektors Lebensmittel beleuchtet werden.

3 Empirische Ausprägungen der digitalen Sharing Economy

Anhand rekonstruierender Fallstudien (Mayntz 2002, 2009) werden nun in einem ersten Schritt die empirischen ‚Extrempole' des Spektrums Sharing Economy – das von nicht kommerziellen Allmende-Organisationen bis hin zu profitorientierten Unternehmen der Plattformökonomie reicht – beleuchtet. Die Ergebnisse basieren auf einer eigenen qualitativen Erhebung, bestehend aus qualitativen Dokumentenanalysen (Websites, mediale Berichterstattung, Geschäftsberichte u.a.) und auf mehreren qualitativen problemzentrierten Experteninterviews (Hopf 1995; Lamnek 2010). Die Erhebung und die Auswertung der Empirie erfolgte mittels eines Zusammenspiels von Grounded Theory (Strauss/Corbin 1996; Equit/Hohage 2016) und qualitativer Inhaltsanalyse (Mayring 1989, 1995, 2015).

Zuerst wird der Fall Foodora vorgestellt, da das Logistik-Unternehmen sich einerseits in seiner Selbstbeschreibung aktiv der Sharing Economy zugerechnet hat. Andererseits wurde Foodora auch durch den öffentlich-medialen Diskurs – vor allem in den ersten Jahren nach der Gründung – in der digitalen Sharing Economy verortet. Diese Kategorisierung soll nun im Folgenden anhand der ausgeführten Arbeitsdefinition überprüft und revidiert werden. Anschließend wird der Verein Foodsharing als Allmende-Organisation par excellence diskutiert. Diese Organisation stellt das Komplement zu dem Logistik-Unternehmen Foodora dar, dass nicht mehr der Sharing Economy zuzuordnen ist, da dort nichts geteilt oder getauscht wird.

Der ausführlichen Betrachtung von Foodora und Foodsharing folgt eine komparative Betrachtung vier weiterer Sharing-Organisationen (Solidarische Landwirtschaften, Mundraub.org, Sirplus, Too Good To Go), die den Zwischenbereich des Kontinuums ausfüllen. Die sechs Fallstudien werden sodann in eine Typologie überführt, die das Phänomen Sharing Economy am Beispiel des Lebensmittelsektors verdichtet.

3.1 Foodora – ‚Teilen' als Ausliefern?

Der Fahrradlieferservice, ehemals ‚Volo', besser bekannt unter dem Namen Foodora, ist 2014 in München gegründet worden und stellt teilnehmenden Restaurants Kurierfahrer*innen – sogenannte Rider – zur Verfügung, die Essensbestellungen ausliefern (Scherkamp 2015). Foodora operiert dabei in einem Marktsegment, das durch das Outsourcing eigener Lieferdienste entstanden ist. Bereits 2015 wurde das Start-up zweimal verkauft, zuerst an Rocket Internet, dann an Delivery Hero (Wirminghaus 2015; Kyriasoglou 2017; Scherkamp 2017). Nach mehreren Kapitalisierungsrunden durch den Mutterkonzern, die das nicht profitable Tochterunternehmen konkurrenz- und marktfähig gehalten haben, bewertet Delivery Hero die Foodora GmbH 2017 mit 11,7 Millionen Euro (dabei machte das Unternehmen einen Verlust von ca. 58 Millionen Euro, bei einem Umsatz von ca. 45 Millionen) (ebd.).

Delivery Hero hatte mit Foodora erstmals einen Lieferdienst in sein Portfolio aufgenommen, der eigene Kurierfahrende beschäftigte und nicht auf Basis einer Selbstständigkeit operiert. Die Rider sind in verschiedenen Arbeitszeitmodellen festangestellt und können sogar zwei Hierarchiestufen aufsteigen – zur Position eines Teamleitenden (Rider Captain) und zur Abteilungsleitung (Senior Rider Captain). Dadurch unterschied sich Foodora von anderen Essensplattformen wie deliveroo, lieferando u.a. – zumindest in Deutschland –, indem es eine Zwischenposition zwischen plattformbetreibenden und klassischen Unternehmen innehatte.

2018 war Foodora laut eigenen Angaben in 22 Ländern und über 260 Städten präsent (Foodora 2018a). In Deutschland waren über 7.500 Restaurants auf der Vermittlungsplattform angemeldet. Im Herbst 2018 hat sich Foodora nach (langwierigen) Protesten aus Frankreich, Italien, den Niederlanden und Australien zurückgezogen (Wigand 2018; O.A. 2018b). Ende 2018 verkaufte Delivery Hero sein Deutschlandgeschäft (Lieferheld, Pizza.de und Foodora) für 930 Millionen Euro an den niederländischen Konkurrenten Takeaway (O.A 2018a). Seit April 2019 ist Foodora in Lieferando überführt worden. Die vorliegende Untersuchung zu Foodora beziehen sich im Folgenden ausschließlich auf die Zwischenposition, die Foodora in Deutschland bis April 2019 eingenommen hat:

> „We want to change the way people see and experience food delivery by bringing good food into their everyday. THAT'S WHY WE DON'T JUST DELIVER – WE BRING IT. We make food our passion and expertise, always going the extra mile to find the most dazzling dishes to share with our customers. It's about caring at every moment, from interpreting chefs' concepts to knocking on the customer's door and bringing the good food ourselves."“(foodora 2018b)

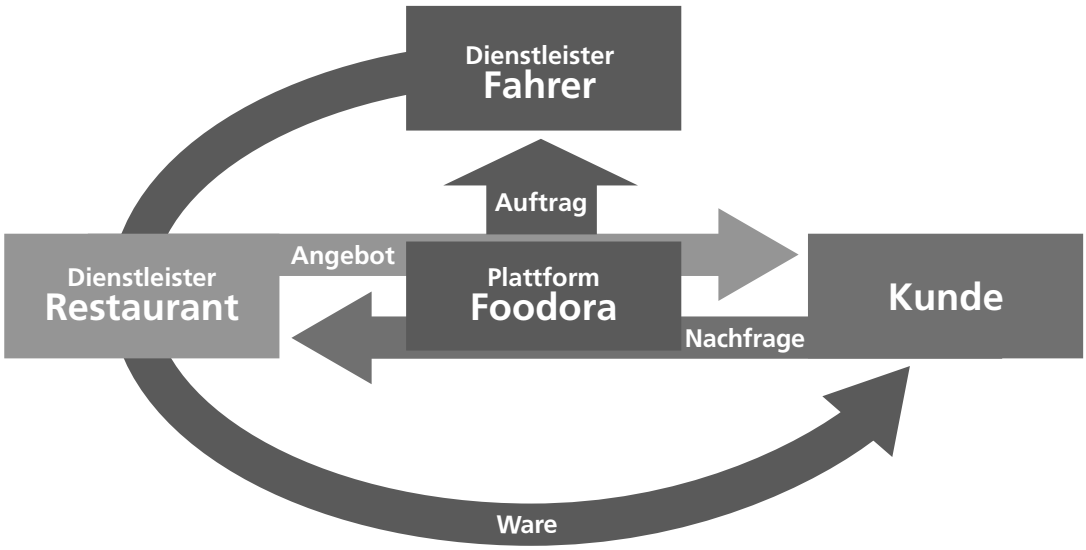
In ihrer Selbstdarstellung postulierte das Unternehmen, den Prozess der Auslieferung permanent zu revolutionieren und dies sowohl hinsichtlich technologischer, innovativer Aspekte als auch in Bezug auf die menschliche, interaktive Ebene. Die Adressierung einer Community, die aus Essensliebhaber*innen bestünde, bemüht die affektive Gemeinschaftsbindung als Teil der Marketingstrategie. Dies steht dabei konträr zu den

stetig optimierten Algorithmen hinter der Plattform, die die Interaktionen durch Automatisierung minimieren. Während rhetorisch alle Beteiligten als Gleichberechtigte mit denselben Interessen dargestellt werden, ist die Unternehmenskultur zweigeteilt. Es gibt diejenigen Beschäftigten, die *über* dem Algorithmus und sich als zugehörig zu der technologischen Avantgarde fühlen. Und es gibt diejenigen, die *unter* dem Algorithmus arbeiten, für die das unternehmensinterne hegemoniale Narrativ der technologischen Avantgarde (Foodora 2018b) nicht das zentrale Identifikationsmerkmal darstellt, wie alle Interviewpartner*innen betonten. Auch die Narrative Nachhaltigkeit und Flexibilität, mit denen das Unternehmen wirbt dienen eher der Prozessoptimierung. So stellt das Unternehmen die Arbeit der Fahrer*innen als Ergebnis ihres intrinsischen Interesses dar und verschleiert damit ihr ökonomisches Eigeninteresse durch eine ‚Feel-good Rhetorik', die auch mögliche Nachfragende gezielt mittels der ökologischen Auslieferung ansprechen will.

Als algorithmische Infrastruktur stellt Foodora für Restaurants, Fahrer*innen und Kund*innen eine Vermittlungsplattform dar, die auf einem mehrseitigen Arbeitsmarkt operiert. Sie ist gleichzeitig als technologische Effektivierung für die Koordination des gesamten Auslieferungsprozesses – mittels des Prinzips (Vereinfachung durch) Technik im Angebots- und Nachfrageprozess sowie im Bereich des Arbeitsablaufs der Fahrer*innen – zuständig. Restaurants bieten ihr Angebot auf dem digitalen Marktplatz von Foodora an und bezahlen Foodora nach erfolgreichem Matching 30 Prozent (seit der Übernahme durch Takeaway 15 Prozent) des Angebotspreises. Die konsumierende Kund*innen, die das gewünschte Essen über die Plattform nachfragen, mussten bis zur Überführung in Lieferando eine Liefergebühr von 2,50 Euro pro Bestellung entrichten (Schröder 2016; Voß 2019; Kluge 2019). Die Grundvoraussetzung, um für Foodora zu arbeiten ist der Besitz eines eigenen Fahrrads sowie eines neueren Smartphones und mobiles Internet.

Abbildung 2 zeigt, wie die Plattform Foodora Dreh- und Angelpunkt des Matching zwischen anbietendem Restaurant und Kund*in ist. Die plattforminternen algorithmischen Strukturen und Datenbanken distribuieren die Aufträge, legen das Bestellvolumen auf die verfügbaren Fahrenden einer Schicht um, berechnen und geben die zu fahrenden Strecken vor, schalten Schritt für Schritt die jeweiligen Adressen frei und speichern die Konsumwahlen der Kund*innen sowie die Leistungsdaten der Fahrer*innen. Das Prinzip Technik spiegelt sich in der proprietären Infrastruktur wider, die als technisch geschlossenes Ökosystem die Daten aller Interaktionen analysiert, um daraus einerseits die technische Infrastruktur weiterzuentwickeln und andererseits Bestehendes zu optimieren und neue Geschäftsfelder zu erschließen (Ivanova et al. 2018).

Abb. 1: Funktionsweise Foodora



Quelle: Eigene Darstellung.

Beispielsweise ist ein umfangreiches (Live-)Tracking Bestandteil des Arbeitsablaufs der Ausfahrenden. Dabei werden Leistungsdaten, wie Utility Rate (abgearbeitete Bestellungen pro Stunde), Reaktionszeit auf Bestellungen, Durchschnittsgeschwindigkeit etc. analysiert und als spielerische Anreizsysteme in der Form von Highscores und Ranglisten als Gamification-Elemente (Fuchs et al. 2014; Bendel 2019) an die Fahrer*innen zurückgespielt. Die aggregierten Datenmengen als soziales Wissen verschärfen einerseits den sozialen Druck und anderseits die soziale Kontrolle. Der Konkurrenzdruck wird dabei von oben nach unten gereicht und sorgt angesichts regionaler Begebenheiten, Wetterabhängigkeit und divergenten Bedingungen im Straßenverkehr für Unmut:

> „Das Ganze basiert auf so'ner Art Wettbewerbsgedanken. Das ist völliger Unfug, weil wir befinden uns ja im Straßenverkehr, man kann die Ampel eben nicht einfach mal auf grün stellen, wie man es braucht. Man muss die ganze Zeit achtsam sein, man muss schauen, wie das Wetter ist und wo die Leute wohnen, wohnen die im vierten Stock, da wird man halt auch mal müde, also erschöpft, während der Arbeit. Und da ist man halt vielleicht nicht mehr so konzentriert. Und da dann halt daraus so einen Wettbewerb zu fabrizieren, das fand ich schon sehr unverschämt." (Rider Captain 2018)

Das automatisierte Tracking ermöglicht eine detaillierte individuelle ‚Leistungsübersicht': Jede durch die Plattform registrierte Aktivität – auch jeder Unfall, jede Beschwerde, jeder Konflikt – kann zur Referenz und Prognose für die nächste Tätigkeit hergenommen werden. Die algorithmische Arbeitskoordination und die damit einhergehende Überwachung ist aus Sicht der interviewten Fahrer*innen aber nicht das vorrangige Problem, sondern die fehlenden Arbeitsmittel, unbezahlte Arbeitszeiten, schlechte Bezahlung und fehlende Ansprechpartner*innen.

> „Also der Arbeitgeber will nur bezahlen, was seiner Meinung nach ‚wirkliche' Arbeit ist, die man hier leistet. Und das ist immer nur die Auslieferung. Die Auslieferungsfahrten, das war's.

> Wir haben hier immer wieder Probleme mit Urlaubstagen, mit Krankheitstagen und sonstigen Leistungen, die man eigentlich als Arbeitnehmer kriegen müsste.“ (Rider 2018)

Dabei erweckte Foodora zumindest symbolisch den Eindruck sich sozialpartnerschaftlich zu verhalten, indem das Unternehmen in Deutschland auf der sektoralen Ebene Verhandlungen führte (FAU 2017; von Lieben 2017). Der Blick auf die betriebliche Ebene der einzelnen Standorte verdeutlicht, dass Foodora 2017 und 2018 mehrere Betriebsratsgründungen (bis auf einen) verhinderte (Labournet 2018), indem das Unternehmen die befristeten Verträge der sich engagierenden Fahrer*innen nicht verlängerte.

Insgesamt zeigt sich das volatile Feld der Liefer-Plattformen durch Konkurrenz und Marktdurchdringung bestimmt, die einer The-winner-takes-it-all Logik folgt und zu Marktkonzentration und Monopolstellung führt. Die digital vermittelte und ortsgebundene Arbeit schafft neue Arbeitsverhältnisse, die zusätzlich zu den prekären Arbeitsbedingungen (wie etwa der fehlenden Bereitstellung von Arbeitsmitteln oder der ausbleibenden Bezahlung im Krankheitsfall) durch die Verlagerung der unternehmerischen Risiken auf die einzelnen Fahrer*innen (etwa bei Unfällen) gekennzeichnet ist. Das Prinzip Technik wirkt als Macht- und Disziplinierungsinstrument und erzeugt einen permanenten Optimierungsdruck, da ‚schlechte‘ Datenwerte mit Nachteilen (zum Beispiel bei der Schichtplanung oder in der Vergütung) einhergehen.

Wie die Ausführungen gezeigt haben kann Foodora / Lieferando nicht als Teil der digitalen Sharing Economy klassifiziert werden. Weder geht es um ein Nutzen statt Besitzen noch um einen Zugang statt Eigentumserwerb. Auch wenn das Unternehmen durch seine Plattform eine technologische Effektivierung im Bereich der Essensauslieferung geschaffen hat, wird durch Foodora nichts geteilt oder getauscht.

3.2 Foodsharing – Teilen als Schenken

Die Allmende-Organisation Foodsharing wurde via Crowdfunding 2012 initiiert und verfolgt das Ziel, Lebensmittelverschwendung zu bekämpfen. Hinter der Open-Source-Plattform foodsharing.de steht der Verein Foodsharing e.V., beide sind nicht kommerziell, kostenlos, unabhängig, werbefrei und gemeinwohlorientiert. Die Community besteht aus über 200.000 Menschen (Anzahl der Accounts), wovon fast 40.000 in Deutschland aktiv sind (Foodsharing.de 2018a). Die Foodsharing-Initiative richtet sich an Unternehmen, die in der Lebensmittelbranche tätig sind (wie etwa inhaber*innengeführte Supermärkte, Bäckereien, Restaurants, Kantinen, Getränkemärkte, Obst- und Gemüsehändler*innen etc.). 2018 wurden in ca. 4.500 kooperierenden Betriebe Lebensmittel abgeholt, wodurch deren Lebensmittelabfälle reduziert wurden.

> „Ich glaub eine wirklich bedarfsgerechte Produktion ist eine Utopie, die wird nicht funktionieren. Ich glaub, das geht einfach nicht, dass wir wirklich auf den Punkt produzieren. Aber wir können die Verschwendung oder den Überfluss deutlich eindämmen“ (Überregionale*r Botschafter*in 2018).

Die Initiative geht einerseits durch politische Arbeit auf allen Ebenen aktiv gegen Lebensmittelverschwendung vor und andererseits leistet sie mittels eigener Bildungsangebote eine Art Bewusstseinsbildung der Öffentlichkeit. Der Prozess von bottom-up getriebener Selbstorganisation, das Commoning forciert eine dezentrale Veränderung und versucht eine Grenzverschiebung zwischen Produktion und Konsumption zu erreichen.

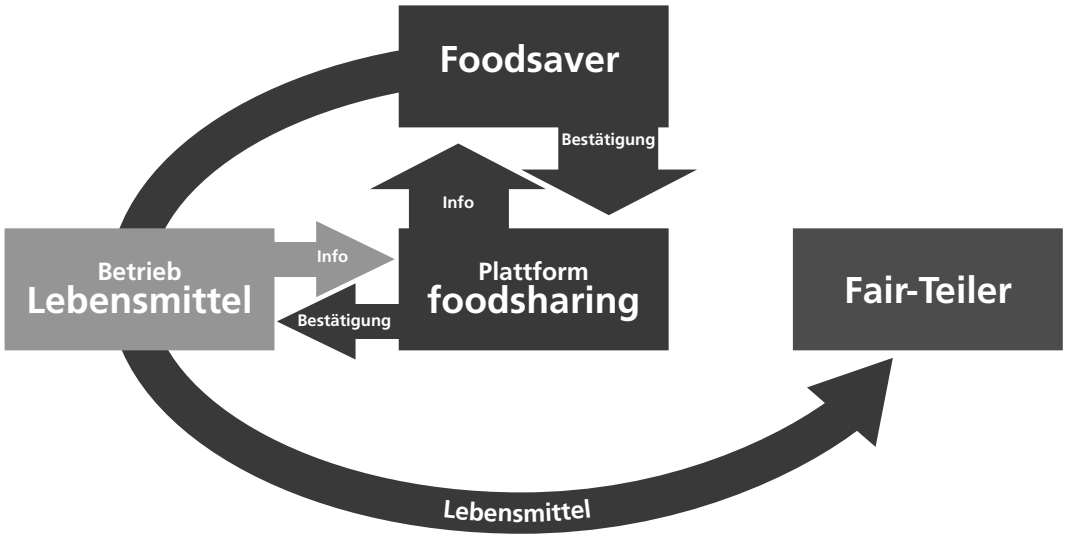
Der Verein Foodsharing e.V. gewährleistet als juristische Person das Funktionieren der Freiwilligenarbeit sowie die Kooperationen mit den Betrieben und besteht aus 30 Mitgliedern, die sich um die Strukturierung der Organisation kümmern (Foodsharing 2018a). Die Foodsharing-Initiative ist dezentral durch eine zentralisierte Hierarchie organisiert, die von den Interviewten nicht als ‚klassische' Hierarchie beschrieben wird. Seit 2018 wird der Versuch unternommen, die heterarchisch organisierten Ortsgruppen als eigenständige Vereine zu organisieren, damit sie selbstständig Spenden annehmen und Haftungsvorteile in Anspruch nehmen könnten (Überregionale*r Botschafter*in 2018).

Das Prinzip Partizipation beginnt mit der Erstellung eines Accounts, wodurch der Status Foodsharer*in erlangt wird. Im Sinne des Nutzens statt Besitzens können nun Essenskörbe angeboten und abgeholt werden, der ‚Fair-Teiler' – das sind Kühlschränke oder Regale, in denen die geretteten Lebensmittel zwischengelagert werden – genutzt und an Aktionen der Community partizipiert werden. Nach dem niedrigschwelligen Einstieg gibt es in Form diverser Ratespiele die Möglichkeit in der internen Hierarchie aufzusteigen. In den Ratespielen wird das Prinzip der Organisation in Bezug auf Ziele und Anliegen abgefragt und indirekt die Bereitschaft zur unentgeltlichen Partizipation. Das erste Quiz in Kombination mit einem Praxistest qualifiziert zur*m Foodsaver*in, wodurch dann Lebensmittel von den teilnehmenden Betrieben abgeholt werden können (Foodsharing 2018b). Eine Möglichkeit der Foodsaver*in sich mehr in die Organisation einzubringen ist der Aufstieg zum*r Betriebsverantwortlichen durch die Teilnahme an einem weiteren Quiz. Die nächste Stufe ist die Botschafter*in auf regionaler Ebene. Hierzu muss die Person mindestens seit einem halben Jahr aktiv partizipieren und dies mindestens nochmals so lange vorhaben. Sie muss an mindestens 15 Abholungen beteiligt gewesen sein und verfügt über drei sogenannte Vertrauensbananen – ein virtuelles Ikon, das für Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit steht und von der Community vor Ort verliehen wird – und hat ein Zeitkontingent von 2-10 Stunden in der Woche für diese Tätigkeit übrig. Der Vereinsvorstand, der sich aus sechs Personen und zwei Stellvertretenden aus verschiedenen Städten zusammensetzt, kümmert sich hauptsächlich um die Vernetzung und die Koordination von überregionalen Angelegenheiten, die Organisations- und die Weiterentwicklung der politischen Bildungsbewegung (Foodsharing.de 2018).

Die digitale Plattform ist dabei der Dreh- und Angelpunkt für sämtliche Foodsharing-Aktivitäten. Das Prinzip Technik wirkt nicht nur mittels interner Anreizsysteme,

sondern auch in der Koordination und Abwicklung der Abholungen. Ebenso wird die Verteilung über die Plattform organisiert.

Abb. 2: Funktionsweise Foodsharing



Quelle: Eigene Darstellung.

Die Abbildung 3 zeigt schematisch den Ablauf einer Abholung von Lebensmittel aus einem teilnehmenden Betrieb. Die algorithmische Infrastruktur vereinfacht die Koordination, indem modular Informationen verfügbar gemacht werden. Ein kooperierender Betrieb setzt sich in Verbindung mit der*m Betriebsverantwortlichen und lanciert dort seinen Wunschtermin. Der/die Betriebsverantworliche*r stellt den Termin auf die Plattform. Die Veröffentlichung enthält unter anderem die Information, welche Mengen und wie viele Abholende gebraucht werden. Die Foodsaver*innen können entweder zusagen oder den Termin ignorieren. Das Prinzip Technik wirkt außerdem in Form einer Benachrichtigungsfunktion, die automatisch informiert sobald ein vorab festgelegter Schwellenwert erreicht wird. Wenn dieser erreicht ist, meldet die/der Betriebsverantwortliche das an den Betrieb und die Abholung findet statt.

Die Person des Betriebsverantwortlichen überwacht sodann die Abholung und Anlieferung der Lebensmittel. Sie ist für die Fair-Teiler zuständig und sorgt dafür, dass die angelieferten Lebensmittel verbraucht werden. Der Fair-Teiler darf nur von Foodsharing-Mitgliedern befüllt werden, die sich für die jeweilige Abholung eingetragen haben.

Die ehrenamtliche Arbeit wird analog zur Erwerbsarbeit – als quasi freiwillige Erwerbsarbeit ohne Entgelt – konzeptualisiert, da eine hohe Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit von den abholenden Menschen erwartet wird. Darüber hinaus müssen die Abholenden ihre Arbeitsmittel selbst einbringen, was laut einer*m interviewten Betriebsverantwortlichen partiell kritisiert, in den meisten Fällen aber nicht hinterfragt

wird. Außerdem artikulieren vor allem die Foodsharing-Botschafter*innen eine hohe Arbeitsbelastung und fehlende Rückzugsmöglichkeiten sowie die Schwierigkeit für den eigenen Selbstschutz zu sorgen (Regionale*r Botschafter*in 2018). Immer wieder komme es vor, dass engagierte Menschen die Organisation verließen, „weil sie sich das Ehrenamt nicht mehr leisten können" (Überregionale*r Botschafter*in 2018). Die thematisierte Grenzverschiebung von freizeitlicher ehrenamtlicher Arbeit und Erwerbsarbeit führe in einigen Fällen zu Entgrenzungserscheinungen, denen dann nur noch mit einem Rückzug aus dem Engagement begegnet werden könne.

Insgesamt zeigt sich, dass das Foodsharing das Prinzip der Organisation so ausdefiniert hat, dass das Prinzip der Partizipation im Organisationsaufbau bereits angelegt ist. Jede*r kann und darf partizipieren. Die heterarchische Koordinationsweise und die basisdemokratischen Elemente innerhalb der Ortsgruppen begünstigen dies zusätzlich. Hinsichtlich der Qualifikation für die verschiedenen Positionen und Zuständigkeiten, aber auch in der Funktionsweise, die in modularen Einheiten die Vorgehensweise strukturiert, zeigt sich das Prinzip Technik handlungsleitend. Es zeichnet sich eine technologische Effektivierung durch die Plattform ab, die dabei hilft, unausgelastete Ressourcen zu verteilen im Sinne eines Nutzens statt Besitzens. Als zentraler Koordinationsmechanismus ist die digitale Plattform vorrangig Infrastruktur und lässt den Nutzenden viele Freiheitsgrade im Sinne der eigenständigen Verwendung, da sie als Schnittstelle des Austausches, die vordergründig nicht algorithmisch unterstützt abläuft, konzipiert ist. Vertrauen und soziale Beziehungen werden nicht (allein bzw. vordergründig) durch Bewertungsmechanismen oder Gamification-Elemente geschaffen, sondern über persönliche Begegnungen, die durch die Plattform ermöglicht werden. Die Plattform dient vor allem der internen Kommunikation und Koordination und stellt mit dem Forum das wichtigste Kommunikationstool dar, das (wenn überhaupt) von Botschafter*innen, nicht von Algorithmen, moderiert wird.

3.3 Hybrider Graubereich der digitalen Sharing Economy

Nachdem das Fallbeispiel Foodora aus der hier behandelten digitalen Sharing Economy ausgeschlossen worden ist und die Vorstellung des Allmende-Eckpfeilers der digitalen Sharing Economy am Beispiel Foodsharing expliziert wurde, soll nun der Bereich zwischen Foodsharing und Foodora ausgelotet werden. Hierbei stehen die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von nicht-profitorientierten Angeboten über kommerziell professionelle Varianten im Fokus. Die ausgewählten Organisationen des hybriden Bereichs der digitalen Sharing Economy werden als idealtypische Ausprägungen, die analytisch eindeutig und mit hohem Generalisierungspotential ausgestattet sind, vorgestellt. Sie beruhen auf der systematischen Auswertung des verfügbaren empirischen Materials. Die Typologie umfasst dabei die jeweiligen Organisationsprinzipien in Bezug auf Selbstansprüche und Ziele, die Rechtsform, das Geschäftsmodell und die Art der Finanzierung. Auch das Prinzip Technik hinsichtlich der Rolle der

Plattform sowie der dahinterliegenden Technik werden skizziert. Das Prinzip Partizipation wird sodann bezüglich der internen Koordinationsmechanismen, der Motive der Vermittlung, der Zielgruppe und der Beteiligungsintensität beleuchtet.

Abb. 4: Typologie Sharing Economy am Beispiel des Lebensmittelsektors

	Almende Organisationen	Digitale Sharing Economy (kulturelle / soziale) Genossenschaften		social entrepreneurship		Plattform Unternehmen
Beispiel	foodsharing.de	Solidarische Landwirtschaft e.V.	mundraub.org	SIRPLUS	Too Good To Go	foodora
Selbst-anspruch	Gegen Lebensmittelverschwendung, für Wertschätzung von Lebensmitteln					Good food for your everyday
Ziele	Reduktion von Lebensmittel-verschwendung	Transparenter Wirtschaftskreis-lauf	Regionalität, Selbstversorgung, Pflege der Kulturlandschaft	Regionalität / Selbstversorgung / Airbnb für Lebensmittel	Lebensmittel-verschwendung beenden / ökologische Nachhaltigkeit	Gutes Essen liefern und neue Beziehungen stiften
Rechtsform	e.V	e.V / e.G.	gUG	UG		GmbH / SE
Geschäfts-modell	Non-profit	Kostendeckend	Non-profit	Profit		
Finanzierung	Crowdfunding / Spenden	Mitgliedsbeiträge	Spenden	Crowdfunding / Spenden	Venture Capital und Provisionsgebühren	
Rolle der Plattform	Infrastruktur			Intermediär		
Rolle der Technik	Partizipation, Vereinfachung & Kontrolle (unterschiedliche Kontrollgrade von links nach rechts zunehmend)					
Motive der Vermittlung	Gemeinwohlorientiert		Bessere Auslastung der vorhandenen Ressourcen			Kein umfassendes Ziel
Zielgruppen	(ehrenamtliche) Aktivist*innen bilden Gemeinschaft			Individualpersonen u. Geschäftspersonen		
Beteiligungs-intensität	Empowerment	Kollaboration	Kooperation		Zugang (für zahlende Kund*innen)	
Koordination	Hierarchisch	Heterarchisch		Hierarchisch		

Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 4 zeigt das Spektrum der digitalen Sharing Economy – von Allmende-Organisationen, über den hybriden Bereich als eigentlichen Kern der digitalen Sharing Economy, der von sozialen und kulturellen Organisationen bis zum sozialen Unternehmertum reicht – anhand der als Idealtypen ausgewählten Beispiele.

Das Spektrum beinhaltet vier differente Formen von sogenannten ‚hybriden' Organisationen. Der Bereich der ‚Hybriden' kann dabei in kulturelle und bzw. oder soziale Kollektive und Kooperativen, die tendenziell im Allmende-Kontinuum einzuordnen sind, und in Organisationen, die tendenziell dem (Social) Entrepreneurship bzw. der Plattformökonomie zuzurechnen sind, unterteilt werden. Die empirischen Beispiele, beginnend bei den Allmende-Organisationen, beinhalten neben Foodsharing, den

Verein solidarische Landwirtschaft e. V.[2] und mundraub.org[3] auf der einen Seite. Daran anschließend folgt der hybride Graubereich des Social Entrepreneurships anhand von Sirplus[4] und Too Good To Go[5]. Beide sind laut Selbstbeschreibungen im Allmende-Kosmos verankert und untermauern dies mittels des Anspruchs die Lebensmittelrettung zu professionalisieren (Sirplus 2018; Too Good To Go 2018). Realiter funktionieren sie in der Tendenz als ‚typische' Start-ups, da es vor allem um Skalierung, Netzwerkeffekte und Wachstum geht, weswegen sie das Ende des Kontinuums der digitalen Sharing Economy bzw. den Gegenpol zu den Allmende-Organisationen markieren (Schreyer 2019).

Die vier Organisationen weisen ähnliche Selbstansprüche und Zielsetzungen auf: es geht um die Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln und gegen Lebensmittelverschwendung. Dabei setzen sie auf Selbstversorgung und Regionalität, um ökologische Nachhaltigkeit zu forcieren. Während Foodsharing, die Solawis und Mundraub.org (tendenziell) die gesamte Bevölkerung als Zielgruppe betrachten, adressieren Sirplus und Too Good To Go ausschließlich liquide Individual- und Geschäftspersonen. Auch zeigt sich eine sehr unterschiedliche Ausgestaltung der Ziele, die sich in den gesamten Organisationsprinzipien widerspiegelt. Im Allmende-orientierten Bereich wird nicht profitorientiert bzw. kostendeckend operiert und die Finanzierung erfolgt über Spenden oder Mitgliedsbeiträge. Im Start-up-Bereich versuchen die Unternehmensgemeinschaften mittels Crowdfunding und Risikokapital profitabel zu werden. Sie greifen dabei auf eine ‚Weltverbesserungssemantik' und ‚Feel-good Rhetorik' zurück, die als hegemoniales Narrativ *Fortschritt durch Technologie* anstatt *Nutzen statt Besitzen* propagiert.

Foodsharing, die Solawis und Mundraub.org versuchen die Gesellschaft dezentral und post-bürokratisch zu verändern. Diese kontemporäre Form des Commoning wird durch Gemeinwohl und Regionalität als Leitmaximen und egalitäre Beziehungen – mittels basisdemokratischer und konsensorientierter Entscheidungen in rhythmisch wiederkehrenden Ereignissen – gelebt. Die Beteiligungsintensität im Allmende-Bereich beruht auf Freiwilligkeit und ist hoch. Es geht bei der Partizipation und Kollaboration vor allem um die Befähigung des Einzelnen und der Gruppe sowie das Erleben einer Selbstwirksamkeit. Die hierarchische Gliederung von Foodsharing ist nur insofern handlungsleitend als die Verantwortungszuweisung geklärt ist. Die Art und Weise

---

[2] Der Verein solidarische Landwirtschaft e.V. wurde 2011 gegründet, versteht sich als Netzwerk für Zusammenschlüssen von Menschen mit landwirtschaftlichen Betrieben und privaten Haushalten und teilt das Risiko sowie den erwirtschafteten Ertrag miteinander. Die digitale Plattform vernetzt die basisdemokratische Organisation mit den lokalen Initiativen (Solawis).

[3] Mundraub.org wurde 2009 gegründet und teilt Standorte der öffentlichen Kulturlandschaft des Obstanbaus zur Selbstversorgung und führt gemeinschaftliche Pflanz- und Ernteaktionen durch.

[4] Sirplus ist 2017 gegründet worden und verkauft Lebensmittel, die nicht der Norm entsprechen bzw. deren Mindesthaltbarkeitsdatum abgelaufen ist, bis zu 70 Prozent günstiger und spendet 20 Prozent aller Lebensmittel, die dem Unternehmen zur Verfügung gestellt werden an soziale Projekte.

[5] Too Good To Go wurde 2015 in Kopenhagen gegründet und vermittelt überproduzierte Lebensmittel von Restaurants, Bäckereien und Cafés zu einem reduzierten Preis.

der Koordination kann ansonsten als basisdemokratisch und heterarchisch beschrieben werden. Auch die Solawis sind kollaborativ und heterarchisch ausgerichtet. Mundraub.org ist ebenfalls heterarchisch verfasst. In Bezug auf die Beteiligungsintensität gilt sowohl für Mundraub.org als auch für Sirplus das kooperative zweckgerichtete Zusammenwirken der Aktivist*innen bzw. der Individual- und Geschäftspersonen. Sirplus und Too Good To Go weisen sodann einen hierarchischen Koordinationsmodus, der letztlich nur zahlende Kund*innen (auf beiden Seiten) akzeptiert. Bei Sirplus und Too Good To Go produzieren die Nutzenden weder etwas ‚gemeinsam' noch treffen sie sich vor Ort. Nichtsdestotrotz versuchen die Organisationen mittels ‚Ästhetisierung' und ‚Eventisierung' – wie etwa durch aufwändig gestaltete Blogs, die die Eröffnung einer Filiale als Happening oder den ausgerichteten Bildungsworkshops zur Lebensmittelverschwendung medial ästhetisch inszenieren – eine Community zu adressieren. Sirplus und Too Good To Go weisen dabei einen hierarchischen Koordinationsmodus auf.

Die Plattform, als wesentliche Gemeinsamkeit aller betrachteten Organisationen, übernimmt algorithmisch gestützt die Koordination und leistet dadurch eine technische Effektivierung des Austauschprozesses. Als infrastruktureller Rahmen ermöglichen die Plattformen im Bereich der Allmende-orientierten Organisationen die Koordination von Kommunikation und Zusammenarbeit und befähigen so die demokratischen Austauschprozesse ihrer Community. Im Allmende-orientierten Organisationen ist die Plattform als Infrastruktur zumeist von (eigenen) Aktivist*innen programmiert worden und kann somit bei Bedarf eigenständig verändert werden. Auch die hybriden Social Entrepreneurship Organisationen reklamieren für sich, dass ihre Plattformen als ermöglichende Infrastruktur eingesetzt werden würden. Faktisch wirken sie durch die vorgegebene Benutzeroberfläche mit wenigen Freiheitsgraden für die Nutzenden als zentralisierte Kontrollinstanz. Diesen Umstand wird mit dem Terminus *Intermediär* Rechnung getragen.

Die Plattform als Intermediär stellt die technische Infrastruktur bereit, indem sie den Austausch einer anonymen Crowd vereinfacht, standardisiert und modularisiert. Dabei prägt und strukturiert sie die spezifische soziale Wirklichkeit der Nutzenden, ohne dass diese Zugriffsmöglichkeiten auf die koordinierenden Algorithmen erhalten. Die Plattform als Intermediär operiert als *black box* für ihre Nutzenden. Die Algorithmen sind einerseits unsichtbar und unveränderbar für die Community und andererseits Wertfaktor der Organisation. Während die Plattformen im Allmende-Bereich als Kommunikationstool den Dreh- und Angelpunkt für den anzustoßenden sozialen Wandel darstellen, wird die dahinterliegende Technologie eher als Mittel zum Zweck betrachtet, wohingegen die (Social) Entrepreneurship Organisationen ihre technologischen Infrastrukturen primär als Zweck an sich charakterisieren und für die Nutzenden als Mittel. Darüber hinaus fällt auf, dass Plattformen als Intermediäre häufig die Verantwortung für die Nutzenden negieren, indem sie sich hinter ihre vermittelnde Tätigkeit zurückziehen.

Die Ausgestaltung der Prinzipien *Organisation, Partizipation und Technik* variiert somit in Bezug auf die Freiheits- und Kontrollgrade, die die Nutzenden bzw. Arbeitskraftanbietenden erfahren. Eine grundlegende Gemeinsamkeit der Plattformarchitektur stellt die Notwendigkeit dar einen Account anzulegen. Während alle Organisationen einen relativ niedrigschwelligen Einstieg aufweisen, werben die Social Entrepreneurship Organisationen mit der unkomplizierten Aufnahme eines flexiblen Arbeitsverhältnisses über ein eigenes Onlineportal. Das *Prinzip Technik* bedeutet in allen Fällen Modularisierung von Anwendungen und ermöglicht es den Beteiligten ohne langwierigen Wissenserwerb zu partizipieren. Während im Allmende-Bereich kaum Kontroll- und mehr Freiheitsgrade in Bezug auf individuelle und gruppenbezogene Kommunikationsmöglichkeiten geboten werden, sind bei den Plattformen, die als algorithmischer Intermediär auftreten, kaum Alternativen bzw. Abweichungen von den modularisierten Einheiten möglich, da die algorithmisierten Entscheidungspfade keine Abweichungen vorsehen.

Die Kontrolldimension ist prinzipiell in jeder Plattformstruktur vorhanden, da die dahinterliegenden Algorithmen alle Datenspuren registrieren, strukturieren und auswerten (können). Der vermittelnde Algorithmus in Plattform-Unternehmen vermisst nicht nur das *Was* – die Bearbeitung der modularen Arbeitseinheiten –, sondern auch das *Wie* der Ausführung der einzelnen Schritte und sonstige Reaktionen. Beispielsweise wurden die Rider von Foodora vollumfänglich getrackt und bekamen dies in graphischer Form evaluiert. Durch den jeweiligen Stand im Ranking ergaben sich frühere bzw. spätere Zugangsmöglichkeiten zur Schichtbuchung, je nachdem, wie ‚gut' oder ‚schlecht' die eigenen Daten vom algorithmischen Management bewertet wurden. Solch umfassendes Tracking konnte bei den anderen Organisationen nicht beobachtet werden, jedoch ist das Tracking vordergründig unsichtbar für die Nutzenden.

In den Allmende-Organisationen bilden die Verantwortlichen vor Ort eine Art analoge Kontrollinstanz. Sie können auf technische Hilfsmittel zurückgreifen und aggregierte Daten anfordern, verzichten in der Regel aber darauf. Dies liegt daran, dass in face-to-face Ereignissen die Gemeinschaft den abstrakten Raum der digitalen Plattform konkret mit Leben ausfüllt, wodurch Konfliktlösungsstrukturen, Vertrauen und Solidarität untereinander entsteht und algorithmische Kontrollmechanismen als Korrektiv kaum in Anspruch genommen werden.

Nach diesem empirischen Überblick über die digitale Sharing Economy am Beispiel verschiedener Organisationen aus dem Lebensmittelsektor soll nun im Anschluss auf theoretischer Ebene die Beantwortung der eingangs gestellten Forschungsfrage: inwiefern die soziale Praktik des Teilens in der digitalen Sharing Economy zu verorten ist bzw. inwiefern sie ihr Äquivalent in der Sharing Economy findet, erfolgen.

4 Sharing ≠ Sharing Economy?

Die Schwierigkeit der Klassifikation der digitalen Sharing Economy ergibt sich bereits aus der Begrifflichkeit. Die Ambiguität des Terminus Sharing Economy rekurriert auf die soziale Praktik des Teilens, die im Common Sense zumeist als (pro-)soziale Interaktion interpretiert wird. Gleichzeitig enthält er das Prinzip des (nutzenorientierten) Wirtschaftens, das wiederum häufig mit Eigennutz gleichgesetzt wird. Das Teilen als kleinster Nenner des Wirtschaftens erscheint aus der Perspektive des Alltagswissen kontraintuitiv, da die soziale Praktik des Teilens zumeist ohne Profit und als prosoziales Verhalten konzeptualisiert wird, weswegen der Begriff Sharing Economy zumeist als Widerspruch in sich wirkt.

Das Teilen als kleinste Einheit und als wesentlicher Bestandteil menschlicher Gemeinschaften (Mauss 2005) kann sozialtheoretisch auf der Ebene der alltäglichen Beziehungen, als gemeinschaftlicher Kooperationsmodus durch Verständigung und Absprachen beobachtet werden (Blau 1968; Homans 1968). In (egalitären) face-to-face-Interaktionen bildet sich Vertrauen heraus, das als kulturelle Grundlage sowohl auf der Mikroebene – als rekursiv ablaufende Identitätsprozesse – als auch auf der Mesoebene – als gemeinsam herausgebildete Objektivationen und Institutionen – wirkt. Das Reziprozitätsprinzip – Geschenke machen, diese annehmen und empfangene Gaben erwidern – stellt Gemeinschaften auf Dauer. Indem sich symbolisches Kapital auf der Beziehungsebene in Form von Anerkennung und Solidarität herausbildet und gleichzeitig auch symbolische Macht generiert wird, etabliert die soziale Praktik des Teilens gemeinschaftsstabilisierende Institutionen. Der Kreislauf der Reziprozität, die inhärente symbolische Machtdimension sowie die Zirkularität der Erwiderung von Gaben stabilisieren eine Gemeinschaft und enthält eine wirtschaftliche und kulturelle Ordnungsbildungsfunktion (Ströhl/Blaumer 2017).

Die soziale Praktik des Teilens als Gabentausch gilt als kulturelle Grundlage von Gemeinschaften und ist im lokalen Familien- und regionalen Bekanntenkreis verankert. Teilen als kleinster Nenner des Wirtschaftens funktioniert nach dem inhärenten Kooperationsmodus *Nutzen statt Besitzen*. In der digitalen Sharing Economy erfährt das soziale Teilen eine Erweiterung, da durch digitale Plattformen die Reichweite (maximal) vergrößert wird. Das soziale Teilen findet nun nicht mehr nur überwiegend lokal und face-to-face statt, sondern wird regional, national und international möglich und genutzt. Das Äquivalent der Praktik des lokalen Teilens findet sich in der Devise *Zugang statt Eigentum*. Der Faktor des lokalen Miteinander-Bekanntseins ist durch die *technologische Effektivierung* nur noch sekundär relevant. Da in einer anonymisierten Crowd ‚geteilt' wird geht es eher um das aktive Partizipieren auf der Plattform und nicht um das Teilen selbst.

Nichtsdestotrotz enthält die attribuierte Hintergrundlogik der Sharing Economy bis heute die Hoffnung auf ‚ein gutes Leben'. Selbst auf den ‚hyper-kapitalistischen' Sharing-Plattformen (z.B. Airbnb) wirke nach wie vor der Glaube, die Welt zu verbessern als handlungsleitende Motivation zur Partizipation (Belk/Eckhardt/Bardhi 2019). Die Nutzenden hätten gemeinhin die (mehr oder weniger implizite) Erwartung, dass die digitale Sharing Economy weiterhin eine Art transformatives Potential in sich berge (ebd.). Somit steht zumindest rhetorisch der ökonomische Profit der Nutzenden nicht an erster Stelle. Während in den Allmende-Organisationen kein ökonomischer Profit für die Nutzenden erzielt wird, werben die hybriden Social Entrepreneurship-Organisationen genau damit. Letztere forcieren dabei häufig eine Art *sharewashing,* indem sie die positiven Assoziationen in ihrer Organisationsgeschichte bemühen und diese Narrativ top-down mittels der ideellen Grundlagen der hauseigenen Community vertreiben (Stone 2017). Dadurch soll zuvorderst das ökonomische Eigeninteresse der Plattformbetreibenden verdeckt und allen Beteiligten ein ‚gutes Gefühl' suggeriert werden. Der *soziale (Mehr-)Wert*, der aus den neu geschlossenen sozialen Beziehungen entstehe, wird in den Vordergrund gerückt (Light/Miskelly 2019). Allerdings scheint genau dieser lokal begrenzt zu sein, da es darauf ankommt, dass sich die Menschen begegnen – nicht nur virtuell, sondern realiter – um Vertrauen aufzubauen und eine Gemeinschaft herauszubilden. Die vielbeschworene soziale Kohäsion kann durch kommerzielle Sharing-Organisationen unter Druck geraten, da in diesen Fällen eine anonymisierte Crowd anstatt einer lokalen Community ‚teilt'. Die Überschreitung der Schwelle von regional zu global führt zwangsläufig zu einer Anonymisierung und somit auch zu einer Schwächung der Beziehungen (ebd.).

In gewisser Hinsicht kann die soziale Praktik des Teilens in der digitalen Sharing Economy verortet werden. Jedoch erfährt diese in der digitalen Sharing Economy eine Modifikation ihrer ursprünglichen Bedeutung. Im Kontext von digitalen Plattformen wird die Praktik des Teilens als *Sharing* bezeichnet und umfasst lediglich die aktive Partizipation auf den digitalen Plattformen. Auch im hybriden Graubereich der Social Entrepreneurships fungiert Sharing nicht als Äquivalent der sozialen Praktik des Teilens. Vielmehr steht der Terminus Sharing als Surrogat der sozialen Praktik des Teilens, da die Plattform als Intermediär den Austauschprozess als Vermittlungsinstanz modularisiert koordiniert. Diese Strukturierung bringt ein Surrogat der sozialen Beziehungen hervor und reduziert den Austausch auf eine klassische Transaktion und kann daher als „kapitalistische Landnahme" theoretisiert werden (Dörre 2009; Amlinger 2017). Die digitale Landnahme äußert sich in der Okkupierung und Vereinnahmung sozialer Beziehungen (von Subkulturen) und wandelt die ursprünglich als Allmende fungierenden Ressourcen in Daten und damit in die Rohstoffe des digitalen Kapitalismus um (Dörre 2019).

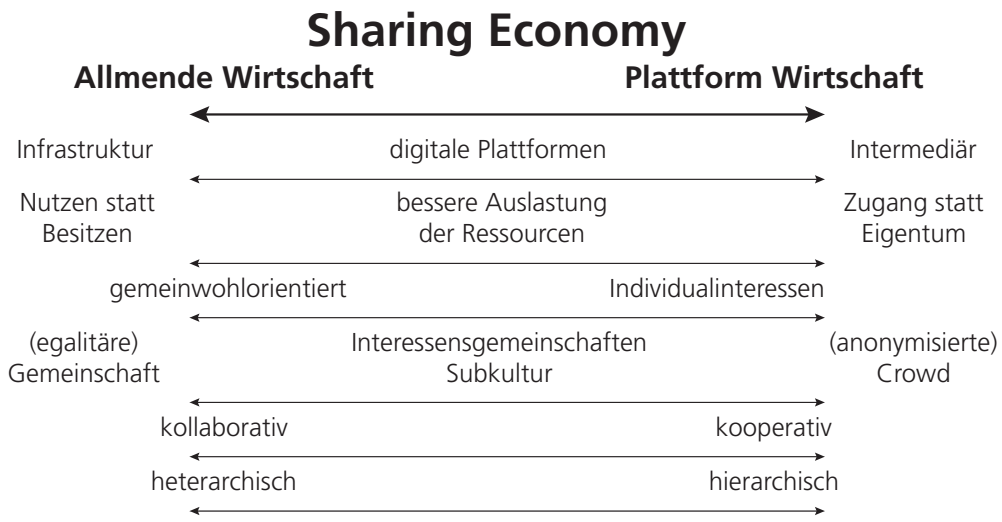
Die zunehmende Monetarisierung der digitalen Plattformen bewirkt eine Zunahme „systemischer Imperative" und somit die sukzessive „Kolonialisierung der Lebens-

welt“ (Habermas 1981). Die standardisierten und modularisierten Einheiten bieten keine Eingriffsmöglichkeiten für die Nutzenden, weswegen sie letztlich nur instrumentell bzw. strategisch handeln können (ebd.). Während die Allmende-Organisationen kommunikatives Handeln befördern und strategisches Handeln neutralisieren, da das dort betriebene Commoning die Lebenswelt repräsentiert, bieten die kommerziellen Sharing Plattformen nur das systemische Steuerungsmedium Geld als Kompensationsleistung des Austausches, womit jeglicher Rückgriff auf die Lebenswelt überflüssig ist. Daher kann das dort betriebene *Sharing* keine sozialen Beziehungen, Vertrauen und Gemeinschaft hervorbringen. Im Bereich der Allmende-Organisationen hingegen ermöglicht das digitale Teilen mittels soziotechnischer Infrastrukturen durchaus soziale Beziehungen und Interessens- bzw. Werte-Gemeinschaften, da diese in der lokalen Lebenswelt verankert sind und ohne Steuerungsmedien wie Macht oder Geld funktionieren.

Auch sind die Punkte Nachhaltigkeit oder positive Wohlfahrtseffekte kritisch zu beurteilen. Häufig führt das digitale Teilen nicht zu einer Reduktion des Konsums bzw. der Güterzirkulation, sondern aufgrund der gesunkenen Transaktionskosten zu steigender Nachfrage, wodurch die Einsparungen wieder aufgehoben werden. Ähnliches gilt für die erhofften positiven Wohlfahrtseffekte, die bei globalen Sharing-Organisationen hinter den Erwartungen zurückbleiben. Denn weder wird der erwirtschaftete Reichtum distribuiert – da er an die Stakeholder fließt – noch werden sinnhafte Arbeitsalternativen geschaffen, da die Anbietenden als Solo-Selbstständige alle unternehmerischen Risiken selbst tragen (Schreyer/Schrape 2018b).

Insgesamt weist die digitale Sharing Economy sowohl Anleihen von der Allmende-Wirtschaft auf der einen Seite als auch Merkmale aus der Plattform-Wirtschaft auf der anderen Seite auf.

Abb. 5: Spektrum der digitalen Sharing Economy



Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 5 visualisiert die ideellen Grundlagen des Spektrums der digitalen Sharing Economy. Die digitalen Plattformen sind Dreh- und Angelpunkt der gesamten digitalen Wirtschaft. Als Koordinationsschnittstelle sorgen sie für eine bessere Auslastung der Ressourcen und weisen je nach Verortung eher den Charakter einer (ermöglichenden) Infrastruktur oder eines (kontrollierenden) Intermediär auf. Die bessere Auslastung der Ressourcen wird entweder durch Nutzen statt Besitzen im gemeinwohlorientierten Allmende-Bereich oder durch Zugang statt Eigentum von Individualinteressen in der digitalen Plattformwirtschaft forciert. Die Zusammenarbeit, die entweder kollaborativ als Commoning oder tendenziell kooperativ in der digitalen Sharing und Plattformökonomie betrieben wird, bringt entweder egalitäre Gemeinschaften, Interessengemeinschaften oder anonymisierte Crowds hervor, die heterarchisch agieren oder hierarchisch geprägt sind.

5 Bilanz

Die digitale Sharing Economy umfasst ein heterogenes Spektrum, das sich nicht ausschließlich durch nicht-profit- oder Gewinnorientierung abstecken lässt. Die Absenz einer einheitlichen Definition und die Pluralität der Definitionsvorschläge führt dabei dazu, dass der Terminus Sharing Economy für eine Vielzahl von diversen Organisationen anschlussfähig ist und als Label vereinnahmt werden kann.

Die Narrative ‚Nutzen statt Besitzen' sowie die Devise ‚Zugang statt Eigentum' – mit gewissen Bedeutungsmodifikationen – finden sich im gesamten Spektrum der digitalen Sharing Economy, die sowohl außerwirtschaftliche als auch marktbasierte Austauschformen adressiert. Semantisch betrachtet referieren die diversen Diskurse über die digitale Sharing Economy Themen der Postwachstums-, der Green- und der Gemeinwohlökonomie. Diese spiegeln sich in allen untersuchten Selbstbeschreibungen der empirischen Organisationen mehr oder weniger stark ausgeprägt wider. Realiter sind diese Themen in der Praxis in der Tendenz bei Allmende-Organisationen, kaum aber bei den Social Entrepreneurship-Organisationen handlungsleitend.

Der Kern der digitalen Sharing Economy findet sich in den digitalen Plattformen, die algorithmisch gestützt und Account-basiert die Koordinationsleistungen von unausgelasteten Ressourcen zwischen Anbietenden und Nachfragenden übernehmen. Insgesamt kann das heterogene Spektrum der digitalen Sharing Economy auf unterschiedlichen Ebenen in den Blick genommen werden:

- Auf der Mikroebene des sozialen Handelns steht der kollaborative Konsum – entweder als *Nutzen statt Besitzen* oder als *Zugang statt Eigentum* – im Fokus, der durch das *Prinzip Partizipation* die Veränderung von Verhaltensdispositionen bewirken kann.

- Als ideeller Überbau werden auf der Makroebene je spezifische Gründungsmythen der Organisationen etabliert, um so eine *Community* und Solidarität zu etablieren. Das *Prinzip der Organisation* wird dabei entweder mit dem Rekurs auf einen *gemeinschaftlich geteilten Lebensstil* oder als Zugehörigkeit zu einer individuellen bzw. avantgardistischen *Subkultur* stilisiert.
- Das *Prinzip Technik* findet sich auf der Mesoebene als technologische Effektivierung in Form einer ‚lean platform' zur Vermittlung des kollaborativen Konsum.
- Je nach Stärke und Ausprägung der Freiheitsgrade sowie der Kontrolldimension des algorithmischen Managements auf der Mesoebene wirken die handlungsleitenden Werte ordnungsbildend auf die Makroebene und durch Gamification-Elemente, die als Macht- und Disziplinarinstrument wirken, werden die Verhaltensdispositionen der Nutzenden auf der Mikroebene beeinflusst.

Empirisch hat die vorliegende Analyse gezeigt, dass alle Sharing-Organisationen eine ähnliche Zielsetzung aufweisen. Es geht ihnen darum, die Wertschätzung von Lebensmitteln zu steigern und gegen Lebensmittelverschwendung vorzugehen. Gemäß dem Prinzip Partizipation sollen möglichst viele Menschen involviert werden, weswegen alle Organisationen in ihrem ideellen Überbau zwar eine abgrenzbare Wertegemeinschaft umreißen, jedoch ohne jemanden explizit auszuschließen. Auffällig dabei ist, dass die Social Entrepreneurship-Organisationen eine starke Betonung der Community-Rhetorik, die auf affektive Gemeinschaftsbindung zielt, verwenden und mit ihrer jeweiligen Unternehmensgeschichte verstricken. Diese bemühen zumeist den Mythos David gegen Goliath und werden aber zur Prozessoptimierung eingesetzt, um etwa die intrinsischen Interessen der Beteiligten zu betonen und die Verschleierung der eigenen ökonomischen Interessen durch eine Wohlfühlrhetorik zu forcieren.

Die algorithmisch gestützten Koordinationsleistungen auf der Mesoebene ermöglichen im Allmende-Bereich Kommunikation und Zusammenarbeit. Bei den unternehmerischen Organisationen beschränkt sich dies auf das Vermitteln der automatisierten und standardisierten Module des Austausches. Daher wird in dieser Arbeit zwischen der Plattform als Infrastruktur und der Plattform als Intermediär unterschieden. Die Plattform als Infrastruktur rekurriert auf die Befähigungsperspektive der Einzelnen, wohingegen der Rekurs auf den Intermediär die zentrale, algorithmische Kontrollinstanz in den Blick nimmt. Sie dient dazu die Transaktionen der anonymisierten Crowd zu koordinieren, wobei das algorithmische Regime als black box unsichtbar und undurchdringbar für die Einzelnen bleibt. Auf der Mikroebene – gemäß dem Prinzip Technik – registrieren und strukturieren die plattformeigenen Algorithmen jegliche Kommunikation und werten alle anfallenden Daten aus. Je nach Plattformtyp werten die dahinterliegenden Algorithmen sowohl die Koordination des *Was*, also die Bearbeitung der modularen Arbeitseinheiten, als auch das *Wie* der Ausführung, die möglichen Reaktionen, die Zeit der Bearbeitung sowie die Kontextdaten der einzelnen Schritte aus.

Während die Plattformen, die den Allmende-Gedanken aktiv gestalten auf eine algorithmische Infrastruktur setzen, die kaum Kontrolle, dafür aber viele Freiheitsgrade aufweist, geht von den anderen untersuchten Organisationen eine klare Machtasymmetrie von der Plattform als Intermediär aus, da nur sie die Datenströme aus den Transaktionen überblicken und weiterverwerten können. Gleichzeitig erwecken sie den Anschein eine neutrale Vermittlungsinstanz zu sein. Die modularisierten, standardisierten und partiell anonymisierten Austauschprozesse gehen einher mit rigiden Kontrollmechanismen und führen die Hoffnung auf eine selbstbestimmte Tätigkeit ad absurdum, woraus zum Teil erhebliche Veränderungen für die Definition und Ausgestaltung klassischer Erwerbsarbeit evoziert werden. Etwa in der Hinsicht, dass die Plattformen mehr oder weniger die Verantwortung für die Anbietenden negieren. Die Allmende-Organisationen versuchen hingegen mittels ihrer soziotechnischen Infrastrukturen Anknüpfungspunkte in konkreten Räumlichkeiten außerhalb der digitalen Plattform zu ermöglichen. Sie betreiben eine Form von kontemporären Commoning. Durch die digitalen Infrastrukturen werden persönliche Begegnungen ermöglicht, die zu egalitären Beziehungen und den daraus bottom-up erwachsenen Gemeinschaften führen, die wiederum dazu beitragen, dass eine gemeinsam geteilte kollektive Identität herausgebildet wird.

Abschließend kann festgehalten werden, dass die soziale Praktik des Teilens partiell ihr Äquivalent in der digitalen Sharing Economy findet. Die digitale Sharing Economy entbindet die soziale Praktik des Teilens von seiner Beschränkung auf eine lokale Ebene und ermöglicht einen globalen Zugang zu unausgelasteten Ressourcen. Allerdings sind es die regionale Verbundenheit sowie face-to-face-Kontakte, die zu einer Gemeinschaftsbildung führen und eine Veränderung der Dispositionen, aufgrund der gemeinsamen Kollaboration, bewirken. Die hier untersuchten anonymisierten Crowds, die global adressiert werden können, unterscheiden sich davon sowohl in den kaum vorhandenen Beteiligungsmustern und in den algorithmischen Koordinationsmechanismen als auch im Stellenwert des Gemeinschaftslebens, da diese top-down generiert wurden. Dabei rekurriert das Teilen als Sharing im überregionalen Maßstab auf das aktive Partizipieren auf einer digitalen Plattform. Dennoch ist die Hintergrundlogik des Commoning partiell auch in der digitalen Sharing Economy wirkmächtig. Es gibt diejenigen Organisationen, die eher in der Plattform-Wirtschaft angesiedelt sind und bei denen das sogenannte Teilen als Sharing lediglich in der Partizipation auf der Plattform besteht. Es gibt aber auch digitale Plattformen die international operieren und eine oder mehrere lokale Anlaufstelle(n) etabliert haben, wodurch die Möglichkeit von Begegnungen vor Ort und der Bildung einer bottom-up Gemeinschaft gegeben sind. Als Konklusion kann somit festgehalten werden, dass das Teilen als soziale Praktik durchaus mittels soziotechnischer Infrastrukturen vonstattengeht. Dabei muss unterschieden werden muss, ob eine Gemeinschaft aus den Beteiligten heraus und durch die soziale Praktik des Teilens im Alltag verankert ist oder durch die Plattform an die Partizipierenden herangetragen wird, die Sharing als aktives Teilnehmen deklarieren.

Literatur

Amlinger, Carolin, 2017: Klaus Dörre: Die neue Landnahme. In: Kraemer, Klaus / Brugger, Florian (Hrsg.): *Schlüsselwerke der Wirtschaftssoziologie*. VS Verlag: Wiesbaden, 471–480.

Arno, Rolf / Arno, Sagawe, 2015: *Des Googles Kern und andere Spinnennetze. Die Architektur der digitalen Gesellschaft*. Konstanz: UKV.

Ashan, Mujtaba, 2018: Entrepreneurship and Ethics in the Sharing Economy: A Critical Perspective. In: *Journal of Business Ethics* 161, 19–33.

Bala, Christian / Schuldzinski Wolfgang, 2016: Neuer sozialer Konsum? Sharing Economy und Peer-Produktion. In: Bala, Christian / Schuldzinski Wolfgang (Hrsg.): *Prosuming und Sharing – neuer sozialer Konsum: Aspekte kollaborativer Formen von Konsumtion und Produktion*. Düsseldorf: Verbraucherzentrale NRW, 7–29.

Bardhi, Fleura / Eckhards, Giana, 2012: Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research* 39, 881–989.

Belk, Russell, 2013: You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. In: *Journal of Business Research* 67, 1595–1600.

Belk, Russel, 2014: Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. In: *The Anthropologist* 18(1), 7–23.

Belk, Russell / Eckhardt, Giana / Bardhi, Fleura, 2019: *Handbook of the Sharing Economy*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Bendel, Oliver, 2019: *Gamification*. In: Gabler Wirtschaftslexikon. https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/gamification-53874/version-276936 (Stand: 08.12.19).

Benkler, Yochai, 2002: Coase's Penguin, or, Linux and ‚The Nature of the Firm'. In: *Yale Law Journal* 112, 1110–1011.

Biegón, Dominika / Kowalsky, Wolfgang / Schuster, Joachim, 2017: *Schöne neue Arbeitswelt? Wie eine Antwort der EU auf die Plattformökonomie aussehen könnte*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Blau, Peter, [1968] 2005: *Sozialer Austausch*. In: Adloff, Frank / Mau, Steffen (Hrsg.): Vom Geben und Nehmen. Zur Soziologie der Reziprozität. Frankfurt/New York: Campus, 125–138.

Bloch, Ernst, 1985: *Das Prinzip Hoffnung*. Frankfurt (Main): Suhrkamp.

Postwachstum.de, 2018: *Postwachstumsökonomie – Ideen, Bewegungen, Ziele*. In: Blog Postwachstum, 17.04.2018. https://www.postwachstum.de/termin/postwachstumsoekonomie-ideen-bewegungen-ziele (Stand: 22.04.19).

Blühdorn, Ingolfur, 2017: Post-capitalism, post-growth, post-consumerism? Eco-political hopes beyond sustainability. In: *Global Discourse* 7(1), 42–61.

Botsman, Rachel / Rogers, Roo, 2010: *What's Mine is yours. The Rise of Collaborative Consumption*. London: Collins.

Botsman, Rachel / Roo, Rogers, 2011: *What's Mine is yours. How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. Collins: London.

Bradley, Karin / Pargman, Daniel, 2017: The Sharing Economy as the commons of the 21st century. In: *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 10, 231–247.

Breidbach, Christoph / Brodie, Roderick J., 2017: Engagement platforms in the Sharing Economy. Conceptual Foundations and research directions. In: *Journal of Service and Practice* 2(4), 761-777.

Bruno, Bruna / Faggini, Marisa, 2017: Sharing Economy: For an Economic Taxonomy. In: *International Journal of Economics and Finance* 9(6), 174–178.

Celeta, Filippo / Hendrickson Cary Yungmee / Sanna, Stefania Venere, 2017: The sharing economy as community marketplace? Trust, reciprocity and belonging in peer-to-peer accommodation platforms. In: *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 10, 349–363.

Codagnone, Cristiano / Abadie, Fabienne / Biagi, Federico, 2016: *The Future of Work in the 'Sharing Economy'. Market Efficiency and Equitable Opportunities or Unfair Precarisation*? JRC Science for Policy Report. Sevillia: Institute for Prospective Technological Studies.

Commons-Institut, 2020: Commoning. In: Commons-Institut.org. https://commons-institut.org/was-sind-commons (Stand: 20.01.20).

Cotrim, João, 2016: *Measuring the Sharing Economy*. https://www.researchgate.net/publication/303909669 (Stand: 13.06.19).

Curtis, Steven, Kane / Lehner, Matthias, 2019: Defining the Sharing Economy for Sustainability. In: *Sustainability* 11(3), 567.

Dittmann, Heidi / Kuchinke, Björn, 2015: Ordnungsökonomische Aspekte der Sharing Economy. In: *Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft* 66, 243–262.

Dittmann, Heidi / Kuchinke, Björn, 2017: Sharing Economy: Digitale Revolution in der Produktion und im Konsum? In: Aufderheide, Detlef / Dabrowski, Martin (Hrsg.): *Digitale Wirtschaft und Sharing Economy. Wirtschaftsethische und moralökonomische Perspektiven*. Berlin: Duncker & Humblot, 11–32.

Dolata, Ulrich, 2017: Internetkonzerne: Konzentration, Konkurrenz und Macht. In: Dolata, Ulrich / Schrape, Jan-Felix (Hrsg.): *Kollektivität und Macht im Internet. Soziale Bewegungen – Open Source Communities – Internetkonzerne*. Wiesbaden: Springer VS, 101–130.

Dolata, Ulrich, 2018: *Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung. Kommerzielle Plattformen im Internet*. In: Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationssoziologie. SOI Discussion Paper 2018-04.

Dörr, Julian, 2017: Sharing is caring? Entwicklungsperspektiven der Share Economy. In: Aufderheide, Detlef / Dabrowski, Martin (Hrsg.): Volkswirtschaftliche Schriften: *Digitale Wirtschaft und Sharing Economy. Wirtschaftsethische und moralökonomische Perspektiven*. Berlin: Duncker & Humblot, 123–144.

Dörre, Klaus, 2009: Die neue Landnahme. Dynamiken und Grenzen des Finanzkapitalismus. In: Dörre, Klaus/ Lessenich, Stefan/ Rosa, Hartmut (Hrsg.): *Soziologie – Kapitalismus –Kritik. Eine Debatte*. Frankfurt (Main): Suhrkamp, 21–86.

Dörre, Klaus, 2019: Kapitalistische Landnahme. Marx, das Expansionsparadoxon und der Charme einer neuen Rebellion. In: *Fromm Forum*. Tuebingen: Selbstverlag, 248–272.

Eckhardt, Giana / Bardhi, Fleura, 2015: *The Sharing Economy Isn't About Sharing at All*. In: Havard Business Review Online 1/2015. https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all (Stand: 04.05.19).

Eichhorst, Werner / Spermann, Alexander, 2015a: Sharing Economy: Mehr Chancen als Risiken? In: *Analysen und Berichte Wettbewerb*, 433–439.

Eichhorst, Werner / Spermann, Alexander, 2015b: *Sharing Economy – Chancen, Risiken und Gestaltungsoptionen für den Arbeitsmarkt*. IZA Research Report No. 69.

Equit, Claudia / Hohage, Christoph, 2016: Ausgewählte Entwicklungen und Konfliktlinien der Grounded-Theory-Methodologie. In: Equit, Claudia / Hohage, Christoph,Hrsg: *Handbuch Grounded Theory. Von der Methodologie zur Forschungspraxis*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa, 9–47.

FAU, 2017: *Who's Hub? Our Hub*! In: FAU Online, 15. November 2017. https://deliver-union.fau.org/2017/11/15/whos-hub-our-hub/ (Stand: 17.03.19).

Felson, Marcus / Spaeth, Joe L., 1978: Community Structure and Collaborative Consumption. A Routine Activity Approach. In: *American Behavioral Scientist* 21(4), 614–624.

Foodora, 2018a: *About us*. In: Foodora.com. https://www.Foodora.com/about/ (Stand: 17.03.19).

Foodora, 2018b: *Global Foodora press kit. Our Mission: bringing good food into your everyday*. https: //www.Foodora.com/press/ (Stand: 17.03.18).

Foodsharing, 2018a: *Kontext und Selbstverständnis*. In: Wiki Foodsharing. https://wiki.Foodsharing.de/Kontext_und_Selbstverst%C3%A4ndnis (Stand: 30.05.19).

Foodsharing, 2018b: *Foodsaver*. In: Wiki Foodsharing. https://wiki.Foodsharing.de/Foodsaver (Stand: 30.05.19).

Foodsharing.de, 2018: *Vorstand*. In: Foodsharing.de. https://Foodsharing.de/team (Stand: 30.05.19).

Frenken, Koen / Schor, Juliet, 2017: Putting the sharing economy into perspective. In: *Environmental Innovation and Societal Transition* 23, 3–10.

Fuchs, Mathias / Fizek, Sonia / Ruffino, Paolo / Schrape, Niklas, 2014: *Rethinking Gamification*: Lüneburg: Meson Press.

Gobble, Mary Anne, 2017: Defining the Sharing Economy. In: *Research Technology Management* 60(2), 59– 61.

Goldschmidt, Nils / Dörr, Julian, 2016: *Vom Wert des Teilens*. In: FAZ Online, 02.01.2016. http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/share-economy-vom-wert-des-teilens-13990987.html?printPagedArticle=true#pageIndex_0 (Stand: 20.11.19).

Habermas, Jürgen, 1981: *Theorie des kommunikativen Handelns*: *Bd. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*. Frankfurt (Main): Suhrkamp.

Hagen, Kornelia / Rückert-John, Jana, 2016: Teilen, tauschen, leihen – tragfähige Modelle zukünftigen Wirtschaftens? In: *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung* 85(2), 5-12.

Hagiu, Andrei / Wright, Julian, 2019: The status of workers and platforms in the sharing economy. In: *Journal of Economics and Management Strategy* 28, 97–108.

Haucap, Justus, 2015: Ökonomie des Teilens – nachhaltig und innovativ? Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen. In: *Ordnungspolitische Perspektiven*, 69, 1–10.

Heller, Ágnes, 2016: *Von der Utopie zur Dystopie*. *Was können wir uns wünschen*? Wien/Hamburg: Edition Konturen.

Hertwig, Markus / Papsdorf, Christian, 2018: Varieties of Sharing. Handlungsorientierungen, Strukturen und Arbeitsbedingungen eines neuartigen Feldes. In: *Berliner Journal für Soziologie* 27, 521–546.

Hill, Steven, 2016: *How the Sharing Economy Screws American Workers*. In: Huffington Post, 20.1.2016. https://www.huffpost.com/entry/sharing-economy-american-workers_b_9018724?guccounter=1 (Stand: 18.5.2019).

Hill, Steven, 2018: Der „dezentrale" Arbeitnehmer. In: *Mitbestimmungsportal*. https://www.mitbestimmung.de / html / der-dezentrale-arbeitnehmer-8431.html (Stand: 07.11.19).

Homans, George Caspar, 1968: *Elementarformen sozialen Verhaltens*. Wiesbaden: Springer.

Hopf, Christel, 1995: Qualitative Interviews in der Sozialforschung. Ein Überblick. In: Flick, Uwe / v. Kardorff, Ernst / Keupp, Heiner / v. Rosenstiel, Lutz / Wolff, Stephan (Hrsg.): *Handbuch für qualitative Sozialforschung*. *Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*. 3. Auflage. Weinheim: Psychologie Verlags Union, 177–181.

Ivanova, Mirela / Bronowicka, Joanna / Kocher, Eva / Degner, Anne, 2018: The App as a Boss? Control and Autonomy in Application-Based Management. In: *Arbeit | Grenze | Fluss* 1, 1–27.

Kirchner, Stefan, 2018: Arbeiten in der Plattformökonomie. Grundlagen und Grenzen der Entwicklungsdynamik. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 71(1), 3–25.

Kirchner, Stefan / Schüßler, Elke, 2018: *The Organization of Digital Marketplaces: Unmasking the Role of Internet Platforms in the Sharing Economy*. https://www.researchgate.net/publication/325011690 (Stand: 05.06.19).

Labournet, 2018: Betriebsratswahl bei Foodora Hamburg am 01. Juni 2018. In: *Labournet.de*, 24.05.18. http://www.labournet.de/politik/gw/mitbestimmung/betriebsrat/betriebsratswahl-bei-Foodora-hamburg-01-juni-2018/ (Stand: 09.11.19).

Lamnek, Sigfried, 2010: *Qualitative Sozialforschung*. 5. Auflage. Weinheim: Belz.

Lessig, Lawrence, 2008: *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin.

Light, Ann / Miskelly, Codagh, 2015: Sharing Economy vs Sharing Cultures? Designing for social, economic and environmental good. In: *Interaction Design and Architectures Journal* 24, 49–62.

Light, Ann / Miskelly, Codagh, 2019: *Platforms, Scales and Networks: Meshing a Local Sustainable Sharing Economy*. https://muep.mau.se / handle / 2043 / 30224 (Stand: 12.12.19).

Mair, Johanna / Reisschauer, Georg, 2017: Capturing the dynamics of the sharing economy. In: *Technological Forecasting & Social Change* 125, 11–20.

Martin, Chris, 2016: The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? In: *Ecological Economics* 121, 149–159.

Maurer, Indre/ Mair, Johanna / Oberg, Achim (Hrsg.), 2020: Theorizing the Sharing Economy: Variety and Trajectories of New Forms of Organizing: Bingley: Emerald Publishing.

Mauss, Marcel, 2005: Die Gabe. In: Adloff, Frank / Mau, Steffen, (Hrsg.): *Vom Geben und Nehmen. Zur Soziologie der Reziprozität*. Frankfurt/New York: Campus 61–72.

Mayntz, Renate, 2002: Zur Theoriefähigkeit makro-sozialer Analysen. In: Dies. Hrsg.): *Akteure – Mechanismen – Modelle*. Frankfurt (Main): Campus, 7–43.

Mayntz, Renate, 2009: *Sozialwissenschaftliches Erklären. Probleme der Theoriebildung und Methodologie*. Frankfurt (Main): Campus.

Mayring, Philipp, 1989: Qualitative Inhaltsanalyse. In: Jüttemann, Gerd (Hrsg.): *Qualitative Forschung in der Psychologie. Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder*. Heidelberg: Roland Asanger Verlag, 187–211.

Mayring, Philipp, 1995: Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, Uwe / v. Kardorff, Ernst / Keupp, Heiner / v. Rosenstiel, Lutz / Wolff, Stephan (Hrsg.): *Handbuch für qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*. 3. Auflage. Weinheim: Psychologie Verlag Union, 209–214.

Mayring, Philipp, 2015: *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 12. Auflage. Weinheim: Beltz Verlag.

Muraca, Barbara, 2014: *Gut leben. Eine Gesellschaft jenseits des Wachstums*. Berlin: Wagenbach.

Newlands, Gemma / Lutz, Christoph / Fieseler, Christian, 2017: *Power in the Sharing Economy*. Report from the EU H2020 Research Project Ps3Share: Participation, Privacy, and Power in the Sharing Economy.

Ostrom, Elinor, 2012: *Was mehr wird, wenn wir teilen. Vom gesellschaftlichen Wert der Gemeingüter*. 2. Auflage. München: Oekom.

Peach, Niko, 2014: *Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in eine Postwachstumsökonomie*. München: Oekom.

Ranchordás, Sofia, 2015: Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy. In: *Minnesota Journal of Law Science & Technology* 16(1), 413–475.

Rifkin, Jeremy, 2014: *Zero Marginal Cost Society. The Internet of Things, the collaborative Commons and the Eclipse of Capitalism*. New York: Palgrave Macmillan.

Scherkamp, Hannah, 2015: *Rocket-Lieferdienst Volo gibt sich einen neuen Namen – und geht in neue Städte*. In: gruenderszene.de, 27. Mai 2015. https://www.gruenderszene.de/allgemein/volo-Foodora-expansion (Stand. 17.03.20).

Scherkamp, Hannah, 2017: *11 Zahlen von Delivery Hero, die man kennen sollte*. In: Gruenderszene.de, 14. Juni 2017. https://www.gruenderszene.de/allgemein/zahlen-delivery-hero-geschaeftsbericht-2016 (Stand: 17.03.20).

Schmidt, Florian, 2017: *Digital Labour Markets in the Platform Economy. Mapping the Political Challenges of Crowd Work*. Bonn: Friedrich Ebert Stiftung.

Scholl, Gerd / Behrendt, Siegfired / Flick, Christian / Gossen, Maike / Henseling, Christine / Richter, Lydia, 2016: *Peer-to-Peer Sharing. Definition und Bestandsaufnahme*. Berlin: IZT.

Schor, Juliet, 2014: Debating the Sharing Economy. In: *Great Transition Initiative*. https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy (Stand. 17.03.20).

Schor, Juliet, 2015: Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent? findings from a qualitative study of platform providers. In: *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* 10, 263–279.

Schor, Juliet / Fitzmaurice, Connor, 2015: Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy. In: Reish, Lucia / Thogersen, John (Hrsg.): *Handbook on Research on Sustainable Consumption*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 1–36.

Schrape, Jan-Felix (2019): *Technology and the Promise of Decentralization. Origins, Development, Patterns of Arguments*. SOI Discussion Paper 2019-01.

Schreyer, Jasmin / Schrape, Jan-Felix, 2018a: Algorithmische Arbeitskoordination in der plattformbasierten Gig Economy: Das Beispiel Foodora. In: *Arbeits- und Industriesoziologische Studien* 11(2), 262–278.

Schreyer, Jasmin / Schrape, Jan-Felix (2018): *Plattformökonomie und Erwerbsarbeit. Auswirkungen algorithmischer Arbeitskoordination – das Beispiel Foodora*. Hans Böckler Stiftung Forschungsförderung Working Paper 087.

Schreyer, Jasmin, 2019: *Das Phänomen Sharing Economy am Beispiel des Foodsektors*. Hans Böckler Stiftung Forschungsförderung Working Paper 145.

Schröder, Miriam, 2016: *Der Markt hat nur Platz für einen oder zwei Anbieter*. In: Handelsblatt Online, 4. Dezember 2016. https://www.deliveryhero.com/der-markt-hat-nur-platz-fur-einen-oder-zwei-anbieter/ (Stand: 17.03.19).

SirPlus, 2018: *Worum geht es in dem Projekt*. https://www.startnext.com/sirplus (Stand: 10.12.18).

Slee, Tom, 2016: *Deins ist meins. Die unbequemen Wahrheiten der Sharing Economy*. München: Anjte Kunstmann.

Srnicek, Nick, 2017: *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.

Spermann, Alexander, 2017: Plädoyer für eine angemessene Regulierung der Sharing Economy. In: Aufderheide, Detlef / Dabrowski, Martin, (Hrsg.): *Digitale Wirtschaft und Sharing Economy. Wirtschaftsethische und moralökonomische Perspektiven*. Berlin: Duncker & Humblot, 41–46.

Stampfl, Nora, 2015: Homo collaborans – Neue Konsummuster in der Sharing Economy. In: *Marketing Review* 4/2015, 16–22.

Stampfl, Nora, 2016: Arbeiten in der Sharing Economy: Die ‚Uberisierung' der Arbeitswelt? In: *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung* 85, 37–49.

Stone, Brad, 2017: *Die Sharing-Economy: Teile und herrsche: Wie Uber und Airbnb ganze Industrien umkrempeln*. Kulmbach: Börsenmedien.

Strauss, Anselm / Corbin, Juliet, 1996: *Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.

Ströhl, Andreas / Blaumer, Nikolai, 2017: Einführung. In: Dies. (Hrsg.): *Teilen und Tauschen*. Fischer: Frankfurt/Main, 13–20.

Strube, Sebastian, 2016: ‚Unused value ist wasted value'. Von der Sharing Economy zur Gig Economy. In: Stary, Patrick (Hrsg.): *Digitalisierung der Arbeit, Arbeit 4.0. Sharing Economy und Plattform-Kooperativismus*. Berlin: Manuskripte Rosa Luxemburg Stiftung, 52–61.

Sundararajan, Arun, 2016: *Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd Based Capitalism*. Cambridge: MIT Press.

Surilas, Maria, 2016: *Crowd Based Capitalism – Thinking Ahead with Prof. Arun Sundararajan*. https: //www.nycedc.com/blog-entry/crowd-based-capitalism-thinking-ahead-prof-arun-sundararajan (Stand: 29.10.19).

Too Good To Go, 2018: *Über uns*. https://toogoodtogo.de/de/blog (Stand: 10.12.19).

Van Dijck, José/ Poell, Thomas/ de Waal, Martin, 2018: *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford: University Press.

Von Lieben, Mathias (2017): Digitale Tagelöhner. Hinter der hippen Fassade von Foodora und Co. In: *Deutschlandfunk Kultur*, 23. November 2017. http://www.deutschlandfunkkultur.de/digitale-tageloehner-hinter-der-hippen-fassade-von-Foodora.1001.de.html?dram:article_id=401391 (Stand: 17.03.19).

Weber, Andreas, 2017: *Sein und Teilen. Eine Praxis schöpferischer Existenz*. Bielefeld: Transcript.

Wewer, Göttrik, 2016: Privates Teilen als Geschäftsmodell? Politische, wirtschaftliche und soziale Probleme der Sharing Economy. In: *Leviathan* 44(1), 155–179.

Wigand, Elmar, 2018: Gig-Economy: Deliveroo und Foodora auf Rückzug. In: *Arbeitsunrecht.de*. https://arbeitsunrecht.de/deliveroo-und-Foodora-auf-rueckzug/ (Stand: 19.09.19).

Wirminghaus, Niklas, 2015: Rocket Internet reicht Foodora an Delivery Hero weiter. In: *gruenderszene.de*, 17. September 2015. https://www.gruenderszene.de / allgemein / Foodora-delivery-hero (Stand: 17.03.20).

Weitere Publikationen

Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationssoziologie

Dolata, Ulrich, 2020: *Internet – Platforms – Regulation. Coordination of Markets and Curation of Sociality*. SOI Discussion Paper 2020-02.

Dolata, Ulrich, 2020: *Internet – Plattformen – Regulierung. Koordination von Märkten und Kuratierung von Sozialität*. SOI Discussion Paper 2020-01.

Schrape, Jan-Felix, 2019: *Technology and the Promise of Decentralization*. SOI Discussion Paper 2019-01.

Dolata, Ulrich, 2018: *Privatisierung, Kuratierung, Kommodifizierung. Kommerzielle Plattformen im Internet*. SOI Discussion Paper 2018-04.

Fettke, Ulrike, 2018: *Etablierte und Außenseiter in der Kommunalpolitik?* SOI Discussion Paper 2018-03.

Kropp, Cordula, 2018: *Sustainable Innovations. Theories, Conflicts and Strategies*. SOI Discusion Paper 2018-02.

Dolata, Ulrich, 2018: *Technological Innovations and the Transformation of Economic Sectors. A Concise Overview of Issues and Concepts*. SOI Discussion Paper 2018-01.

Neukirch, Mario, 2017: *Die Dynamik des Konflikts um den Stromtrassenbau*. SOI Discussion Paper 2017-04.

Schrape, Jan-Felix, 2017: *Open Source Projects as Incubators of Innovation*. SOI Discussion Paper 2017-03.

Dolata, Ulrich, 2017: *Social Movements and the Internet. The Sociotechnical Constitution of Collective Action*. SOI Discussion Paper 2017-02.

Dolata, Ulrich, 2017: *Apple, Amazon, Google, Facebook, Microsoft. Market Concentration – Competition – Innovation Strategies*. SOI Discussion Paper 2017-01.

Kungl, Gregor / Geels, Frank W., 2016: *The Destabilisation of the German Electricity Industry (1998-2015)*. SOI Discussion Paper 2016-02.

Schrape, Jan-Felix, 2016: *Social Media, Mass Media and the 'Public Sphere'*. SOI Discussion Paper 2016-01.

Schrape, Jan-Felix, 2015: *Open Source Softwareprojekte zwischen Passion und Kalkül*. SOI Discussion Paper 2015-02.

Radig, Ann-Kathrin, 2015: *Der Wandel des deutschen Videoverleihmarktes durch Digitalisierung und Internet*. SOI Discussion Paper 2015-01.

Dolata, Ulrich, 2014: *Märkte und Macht der Internetkonzerne. Konzentration – Konkurrenz – Innovationsstrategien*. SOI Discussion Paper 2014-04.

Kungl, Gregor, 2014: *The Incumbent German Power Companies in a Changing Environment*. SOI Discussion Paper 2014-03.

Dolata, Ulrich / Schrape, Jan-Felix, 2014: *Masses, Crowds, Communities, Movements. Collective Formations in the Digital Age*. SOI Discussion Paper 2014-02.

Neukirch, Mario, 2014: *Konflikte um den Ausbau der Stromnetze*. SOI Discussion Paper 2014-01.

Dolata, Ulrich / Schrape, Jan-Felix, 2013: *Zwischen Individuum und Organisation. Neue kollektive Akteure und Handlungskonstellationen im Internet*. SOI Discussion Paper 2013-02.

Kosche, Robert, 2013: *Kollektive Identitäten in Industrial Cultural Districts*. SOI Discussion Paper 2013-01.

Fuchs, Gerhard / Hinderer, Nele / Kungl, Gregor / Neukirch, Mario, 2012: *Adaptive Capacities, Path Creation and Variants of Sectoral Change*. SOI Discussion Paper 2012-02.

Fuchs, Gerhard / Wassermann, Sandra, 2012: *Organising a Market. Photovoltaics in Germany*. SOI Discussion Paper 2012-01.

Werle, Raymund, 2011: *Institutional Analysis of Technical Innovation. A Review*. SOI Discussion Paper 2011-04.

Dolata, Ulrich, 2011: *Radical Change as Gradual Transformation. Characteristics and Variants of Socio-technical Transitions*. SOI Discussion Paper 2011-03.

Dolata, Ulrich, 2011: *The Music Industry and the Internet*. SOI Discussion Paper 2011-02.

Schrape, Jan-Felix, 2011: *Der Wandel des Buchhandels durch Digitalisierung und Internet*. SOI Discussion Paper 2011-01.

Bücher

Dolata, Ulrich, 2013: *The Transformative Capacity of New Technologies. A Theory of Sociotechnical Change*. London: Routledge.

Dolata, Ulrich, 2011: *Wandel durch Technik. Eine Theorie soziotechnischer Transformation*. Frankfurt / New York: Campus.

Dolata, Ulrich / Schrape, Jan-Felix, 2018: *Collectivity and Power on the Internet. A Sociological Perspective*. Cham: Springer.

Dolata, Ulrich / Schrape, Jan-Felix, 2018: *Kollektivität und Macht im Internet. Soziale Bewegungen – Open Source Communities – Internetkonzerne*. Wiesbaden: Springer VS.

Dolata, Ulrich / Schrape, Jan-Felix (Hg.), 2013: *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien. Radikaler Wandel als schrittweise Rekonfiguration*. Berlin: Edition Sigma.

Fuchs, Gerhard (Hg.), 2017: *Lokale Impulse für Energieinnovationen*. Heidelberg: Springer.

Fuchs, Gerhard / Shapira, Philip (Eds.), 2014: *Rethinking Regional Innovation*. Springer: Shanghai (chinese edition).

Kungl, Gregor, 2018: *Die großen Stromkonzerne und die Energiewende*. Frankfurt am Main: Campus.

Schrape, Jan-Felix, 2016: *Open-Source-Projekte als Utopie, Methode und Innovationsstrategie*. Glückstadt: Hülsbusch.

Schrape, Jan-Felix, 2015: *Kommunikation und Partizipation im Social Web. Eine Übersicht*. Studienbrief der FernUniversität in Hagen.

Schrape, Jan-Felix, 2012: *Wiederkehrende Erwartungen. Prognosen, Visionen und Mythen um neue Medien seit 1970*. Boizenburg: VWH.

Schrape, Jan-Felix, 2011: *Gutenberg-Galaxis Reloaded? Der Wandel des deutschen Buchhandels durch Internet, E-Books und Mobile Devices*. Boizenburg: VWH.

Schrape, Jan-Felix, 2010: *Neue Demokratie im Netz? Eine Kritik an den Visionen der* Informationsgesellschaft. Bielefeld: Transcript.

Aktuelle Beiträge in Zeitschriften und Sammelbänden

Dolata, Ulrich, 2020: Plattform-Regulierung. Koordination von Märkten und Kuratierung von Sozialität im Internet. In: *Berliner Journal für Soziologie*. DOI: 10.1007/s11609-020-00403-9.

Dolata, Ulrich, 2020: Sektoraler Wandel durch Technik. In: Blättel-Mink, Birgit / Schulz-Schaeffer, Ingo / Windeler, Arnold (Hg.): *Handbuch Innovationsforschung*. Heidelberg: Springer.

Dolata, Ulrich, 2019: Privatization, curation, commodification. Commercial platforms on the Internet. In: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 44 (Supplement 1), 181–197.

Dolata, Ulrich, 2018: Big Four – Die digitale Allmacht? In: *Blätter für deutsche und internationale Politik* 63(5), 81–86.

Dolata, Ulrich, 2017: Technisch erweiterte Sozialität. Soziale Bewegungen und das Internet. In: *Zeitschrift für Soziologie* 46(4), 266-282.

Dolata, Ulrich, 2016: Forschung und Entwicklung in der Wirtschaft. In: Simon, Dagmar / Knie, Andreas, Hornbostel, Stefan / Zimmermann, Karin (Hg.): *Handbuch Wissenschaftspolitik*. 2. Auflage. Heidelberg: Springer, 609-626.

Fuchs, Gerhard, 2019: Legitimacy and field development: Electricity transition(s) in Germany. In: *Global Transitions* 1, 141–147.

Kungl, Gregor / Geels, Frank W., 2018: Sequence and alignment of external pressures in industry destabilisation. In: *Environmental Innovation and Societal Transitions* (26), 78–100.

Schrape, Jan-Felix, 2020: Verteilte Innovationsprozesse. In: Blättel-Mink, Birgit / Schulz-Schaeffer, Ingo / Windeler, Arnold (Hg.): *Handbuch Innovationsforschung*. Heidelberg: Springer.

Schrape, Jan-Felix, 2020: Kollaborative Labs und offene Werkstätten. In: *Ökologisches Wirtschaften* 35(1), 22–25.

Schrape, Jan-Felix, 2019: The Promise of Technological Decentralization. A Brief Reconstruction. In: *Society* 56(1), 31–37.

Schrape, Jan-Felix, 2019: Open-source Projects as Incubators of Innovation: From Niche Phenomenon to Integral Part of the Industry. In: *Convergence* 25(3), 409–427.

Schrape, Jan-Felix / Kappler, Karolin / Ulbricht, Lena / Weyer, Johannes, 2018: Societal Implications of Big Data. In: *KI* 32(1), 55–61.

Schreyer, Jasmin / Schrape, Jan-Felix, 2018: Algorithmische Arbeitskoordination in der plattformbasierten Gig Economy. In: *Arbeits- und Industriesoziologische Studien* 11(2), 262–278.