



Schöne neue „share economy“?

März 2015

Peter Wedde und Irene Wedde

Mit dem Begriff „share economy“ wird eine neue Ära des Wirtschaftens verbunden, in dem Teilen („share“) und gemeinsames Arbeiten im Vordergrund stehen. Ressourcen sollen so effizienter genutzt und allen zur Verfügung gestellt werden. Internet und mobiler Datenzugriff bieten die notwendigen Werkzeuge, um Informationen und Wissen, aber auch Waren und Dienstleistungen zu teilen. Damit entstehen eine Reihe neuer Geschäftsmodelle. Da sich grundsätzlich jede_r an dieser Ökonomie des Teilens beteiligen kann, erwartet man auf den ersten Blick ein demokratisch organisiertes Wirtschaften. Durch diese Entwicklungen werden jedoch die Betreiber der Plattformen und virtuellen Marktplätzen gestärkt, denn sie übernehmen eine wichtige Filterfunktion. Hier können Leitanbieter schnell den Markt dominieren und damit die Zugangsbedingungen diktieren. Gerade bei der Aufteilung der Gewinne und Risiken droht eine Verschiebung zu Ungunsten der eigentlichen Dienstleister_innen. Aus der gleichberechtigten „share economy“ kann so schnell ein neuer „Plattform-Kapitalismus“ werden.

„Teilen über das Internet ist in“. Diese Feststellung gilt für die gemeinsame Nutzung von Gebrauchsgegenständen ebenso wie für persönliche Dienstleistungen, die Menschen auf digitalen Marktplätzen anbieten. Die mit dem Teilen verbundenen Vorteile liegen auf der Hand: Die gemeinsame Nutzung von Gegenständen ist kostengünstiger als eine Anschaffung zur exklusiven Verwendung. Ähnliches gilt für „geteilte“ Dienstleistungen, die im Internet zu Konditionen vermittelt werden, die deutlich unter den Standardtarifen von etablierten Dienstleistern oder von Handwerkern liegen.

Technische Voraussetzung für die neue Form des Teilens sind die „Tauschplattformen“ und „Tauschbörsen“ im Internet, die Nachfrager_innen und Anbieter_innen schnell und einfach zueinander bringen.

Der Gedanke des Teilens wird international unter dem Begriff der „share economy“ diskutiert. Als „Erfinder“ des Begriffs und des dahinter stehenden Modells gilt der Harvard-Ökonom Martin Weitzman. In seinem 1984 veröffentlichten Buch „The „share economy“¹ verband er die Idee des Teilens mit der Vorstellung, dass hieraus eine Erhöhung des Wohl-

stands für alle Bürger_innen folgen würde. Weiter geht aktuell Jeremy Rifkin,² für den „share economy“ das „Ende des Kapitalismus“ markiert.³ Indizien wie etwa die Ernennung des Themas „Shareconomy“ zum „Top-Thema der CeBIT 2013“⁴ deuten allerdings darauf hin, dass der Kapitalismus nicht enden wird, sondern lediglich in eine neue Runde geht.

Der Begriff „share economy“ wird derzeit sowohl für eine von viel Idealismus und dem Ziel des nachhaltigen Umgangs mit Ressourcen geprägte nichtkommerzielle Form des Teilens verwendet als auch für kommerzielle Angebote, die neue Technologien wie Smartphones und Applikationen für neue Geschäftsmodelle zu nutzen wissen. Wie bei jedem Unternehmen steht auch hier im Vordergrund, Marktanteile zu gewinnen und Gewinne zu generieren.

Der Ausgangspunkt

Beispiel für die „klassische share economy“, die auf das direkte Teilen zwischen Bürger_innen zielt, sind privat initiierte „Car Sharing“-Initiativen, das Ausleihen von Werk-

1 Vgl. Martin Weitzman (1984): The share economy. Conquering stagflation, Cambridge/Massachusetts.

2 Jeremy Rifkin (2014): Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft. Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus, Frankfurt.

3 Vgl. den gleichnamigen Bericht in der Online-Ausgabe der FAZ vom 13.09.2014 <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/jeremy-rifkin-die-null-grenzkosten-gesellschaft-13151899.html>

4 Vgl. <http://blog.cebit.de/2012/09/10/shareconomy-top-thema-cebit-2013/>

Schöne neue „share economy“?

zeug oder Heimwerkermaschinen (etwa frents.com), der Verkauf nicht mehr benötigter Bekleidung (etwa kleiderkreisel.de) oder die Vermittlung übrig gebliebener Lebensmittel (etwa foodsharing.de). Ähnlich ist die Situation im Dienstleistungsbereich.

Die für den Austausch notwendigen digitalen Plattformen sind bei diesen Formen des Tauschens lediglich Mittel zum Zweck. Sie ersetzen konventionelle Kommunikationsformen wie „Schwarze Bretter“ oder Zeitungsanzeigen. Getragen und organisiert werden diese Plattformen von Einzelpersonen oder Initiativen, die nicht vorrangig auf Gewinnerzielung abstellen. Die Nutzung ist teilweise kostenlos, teilweise werden geringe Gebühren oder Nutzerbeiträge verlangt. Gleiches gilt für die in diesem Bereich aktiven kommerziellen Plattformanbieter.

Einige der im Ursprung nicht kommerziellen Austauschplattformen waren in den letzten Jahren sehr erfolgreich. „Kleiderkreisel.de“ hatte in Deutschland nach eigenen Angaben 2013 schon rund eine Million Nutzer.⁵ „Mitfahrgelegenheit.de“ gibt für 2014 eine Zahl von 1,3 Millionen Nutzer an.⁶ Die zunächst kostenfreien oder kostengünstigen Angebote dieser Anbieter wurden inzwischen mit höheren Gebühren belegt. „Mitfahrgelegenheit.de“ hat 2013 eine Gebühr auf die vereinbarten Kostenbeteiligungen in Höhe von 11% eingeführt.⁷ Bei „kleiderkreisel.de“ müssen Käufer seit November 2014 eine Gebühr in Höhe von 10% des Kaufpreises zzgl. eines Pauschalbetrags von 0,50€⁸ zahlen. Ab einer gewissen Größenordnung scheint die Bereitstellung der technischen Infrastruktur folglich nicht mehr nur durch rein ehrenamtliche Tätigkeit handhabbar zu sein.

Kommerzialisierung

Den vorstehend beschriebenen und vom Gedanken des „selbstlosen Teilens“ geprägten „idealistischen Urformen“ der „share economy“ stehen zunehmend kommerzielle Tauschplattformen gegenüber. Die Vermittlung erfolgt

hier nicht mehr zur Erhöhung des Wohlstandes aller Bürger_innen, sondern mit dem klaren Ziel der Erhöhung und Maximierung des Gewinns der Plattformbetreiber. Deren Geschäftstätigkeit beschränkt sich auf den Ausbau vorhandener Modelle bzw. auf das Generieren neuer „Tauschideen“, auf Marketingaktivitäten, auf das Bereitstellen und den Betrieb der für die Abwicklung der „Tauschgeschäfte“ bzw. Dienstleistungen notwendigen Internet-Plattformen sowie auf das Kassieren der Gebühren.

Aus Sicht von Plattformbetreibern und von potentiellen Auftraggebern ist auch die Vermittlung individueller Arbeitsleistungen im Rahmen des so genannten „Crowd-Working“ attraktiv. Dieser Begriff steht für eine Form der Auftragsvermittlung, bei der Firmen oder Einzelpersonen über entsprechende Internet-Plattformen (etwa Amazons „Mechanical Turk“⁹) Arbeitsaufträge vergeben. Teilweise erfolgt dies im Rahmen von „Ausschreibungen“, bei denen die angebotenen Arbeiten von jeder interessierten Nutzer_in erledigt werden können. Aus den übersandten Arbeitsergebnissen wählt der Auftraggeber dann das aus seiner Sicht beste Werk aus und bezahlt nur dieses. Nach dem „Winner-takes-all-Prinzip“ gehen alle anderen damit leer aus und haben „umsonst“ gearbeitet.¹⁰ „Crowd-Working“ beinhaltet für Auftraggeber den Vorteil, dass aus ihrer Sicht keine arbeitsrechtliche Beziehung entsteht.

Bezogen auf den überschaubaren eigenen Aufwand sowie auf das begrenzte betriebswirtschaftliche Risiko können die Betreiber von kommerziellen Angeboten ab einer bestimmten Marktdurchdringung hohe „Gebühren“ oder „Provisionen“ einnehmen. So verlangt beispielsweise der „Zimmer-Anbieter“ Airbnb von Gästen bis zu 12% und von Anbietern bis zu 6% des zu zahlenden Übernachtungsbetrags, insgesamt also fast 20%.¹¹ Die „Taxi-Alternative“ Uber behält von den für Fahrten online zu zahlenden Gebühren pauschal 20% ein.¹²

Von dem ursprünglich positiven Grundansatz einer „share economy“, die Vorteile für die am Austausch beteilig-

5 Vgl. www.kleiderkreisel.de/foren/neues-auf-kleiderkreisel/1344322-eine-million-mitglieder-kleiderkreisel

6 Vgl. <http://blog.zdf.de/hyperland/2014/04/kopf-an-kopf-rennen-der-mitfahrportale/>

7 Vgl. www.mitfahrgelegenheit.de/help/faqs/passenger#faq119

8 Vgl. www.kleiderkreisel.de/foren/neues-auf-kleiderkreisel/2670884-fragen-und-antworten-zum-bezahlsystem

9 Vgl. www.mturk.com/mturk/welcome

10 Vgl. zur Praxis des „Crowd-Working“ die ausführliche Darstellung in: Christiane Benner (2015): Crowdwork – zurück in die Zukunft? Frankfurt.

11 www.airbnb.de/help/article/104

12 Vgl. etwa faz.net vom 08.09.2014, www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/uber-im-test-kann-mein-auto-auch-ein-taxi-werden-13139363.html

ten Bürger_innen und für die Gesellschaft bringt, haben sich kommerzielle Tauschkonzepte inzwischen weit entfernt. Die profitorientierten Plattformanbieter neuer Prägung sind ebenso wenig Teil einer am Gemeinwohl und an ökologischen Aspekten orientierten „share economy“ wie beispielsweise Internet-Provider. Das Bestreben, andere Anbieter vom Markt zu drängen, weiteres Kapital zu akkumulieren und die eigene Marktmacht auszubauen, ist ein bekanntes Phänomen. Neu ist jedoch, dass Plattformanbieter zwar die Preise bestimmen, sich jedoch nicht an den Risiken der eigentlichen Arbeitskräfte beteiligen. Diese müssen für ihre eigene soziale und materielle Absicherung sorgen, sind durch die Plattformbetreiber jedoch in ihrer freien Preiskalkulation eingeschränkt. Ein klassischer Preisfindungsmechanismus durch Angebot und Nachfrage wird durch die Plattformen einseitig und zu Ungunsten der Anbieter_innen beeinflusst. In diesem Kontext hat sich folglich eine neue Kapitalismus-Variante entwickelt: der „Plattform-Kapitalismus“.¹³

Die Zukunft

Die Entwicklung von erfolgreichen Plattformangeboten folgt in vielen Fällen einem wiederkehrenden Muster: Nach den zumeist idealistisch und ökologisch geprägten Anfängen folgt ab einer ausreichenden Zahl von Nutzer_innen die Kommerzialisierung. An deren Ende steht die vollständige Übernahme des Angebots oder der Aufbau einer Konkurrenzplattform durch ausschließlich an Profiten orientierte Unternehmen. Soweit möglich, schaffen diese Unternehmen monopolistische Strukturen, die eine weitere Gebührenerhöhung und die Durchsetzung zwingender Vorgaben für Nutzer der Portale ermöglichen („Winner-takes-all-Prinzip“). Die Dominanz US-amerikanischer Firmen in diesem Segment zeigt dabei, dass sich solche Prozesse längst auf globaler Ebene vollziehen.

Einige Unternehmen versuchen zudem, für die von ihnen generierten Angebote kostenträchtige gesetzliche Vorgaben zu umgehen. Exemplarisch lässt sich dies wiederum gut für die Bereiche „Zimmervermietung“ und „Taxi-Alternativen“ verdeutlichen: Es soll sich nach Auffassung der Anbieter hier beispielsweise nicht um gewerbliche Hotelangebote handeln, sondern um „Vermietungen unter Privata-

ten“. Und statt „Taxifahrten“ werden „private Mitnahmen gegen Kostenerstattung“ geboten. Hieraus folgern die Betreiber, dass die vermittelten Angebote nicht den gesetzlichen Vorgaben unterliegen, die in Deutschland ansonsten für Hotelbetreiber und Taxifahrer gelten.

Für den arbeitsrechtlichen Bereich ist abzusehen, dass „Crowd-Working“ die Verbreitung der Scheinselbständigkeit erleichtert. Auch die Mitbestimmung wird so vollständig ausgehebelt. Hinzu kommt, dass Arbeitnehmer_innen in konventionellen Beschäftigungsverhältnissen stark unter einen von den „digitalen Billiganbietern“ ausgehenden Konkurrenzdruck geraten. Dies lässt sich an einem einfachen Beispiel verdeutlichen: Die Firma Uber gibt an, dass die über ihre Plattform vermittelten Fahrten um bis zu 40% günstiger sein sollen als die Dienste konventioneller Taxis.¹⁴ Diese Einsparung wird ausschließlich auf Kosten des Umsatzes der Fahrer erreicht, die außerdem alle Kosten und Risiken der Fahrten tragen müssen. Hinzu kommen 20%, die Uber als Vermittlungspauschale abzieht. Folge ist, dass sich der Umsatz der Fahrer_innen gegenüber den Tarifen von Taxis um rund 50% reduziert. Ihr Einkommen würde damit deutlich unter dem liegen, das Taxifahrer_innen bisher erreichen können. Setzt sich das Uber-Modell durch, hätte dies zur Folge, dass das Taxifahren noch mehr zu einer Billiglohnbranche wird als schon bisher.

Handlungsnotwendigkeiten

Die angeführten Beispiele verdeutlichen, dass der Schritt von der positiv zu bewertenden „share economy“ hin zum kritisch zu betrachtenden „Plattform-Kapitalismus“ klein ist. Damit stellt sich die Frage, welche Handlungsnotwendigkeiten auf den Gesetzgeber zukommen, um die Vorteile der „share economy“ für Bürger_innen zu wahren und gleichzeitig die aus der Kommerzialisierung folgenden Nachteile auszuschließen.

Die im Folgenden skizzierten Handlungsnotwendigkeiten zielen nur auf Anbieter_innen, bei denen der Austausch von Waren oder Dienstleistungen über kommerzielle Internet-Plattformen das eigentliche Geschäftsmodell oder ein wichtiger Teil davon ist. Diese sollten durch entsprechende normative Regelungen dafür verantwortlich gemacht

¹³ Ähnlich auch Sascha Lobo: Die Mensch-Maschine: Auf dem Weg in die Dumpinghölle, Spiegel-Online 03.09.2014, <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/sascha-lobo-sharing-economy-wie-bei-uber-ist-plattform-kapitalismus-a-989584.html>

¹⁴ Vgl. Taxi oder Uber: Wer ist günstiger?, FAZ.net vom 13.06.2014, <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/geld-ausgeben/taxi-oder-uber-wer-ist-guenstiger-12988536.html>

Schöne neue „share economy“?

werden, die Rechtskonformität der von ihnen vermittelten Leistungen sicherzustellen. Diese Verantwortung folgt schon aus der Gemeinwohlbindung in Artikel 14 Absatz 2 des Grundgesetzes.

Praktisch müsste dies etwa zur Folge haben, dass bei einer kommerziellen Vermittlung von „Mitfahrdiensten“ oder von „Mitwohnangeboten“ von den jeweiligen Plattformbetreibern geprüft und garantiert werden müsste, dass einschlägige gesetzliche Vorgaben (etwa zum Besitz eines Personenbeförderungsscheins für Fahrangebote oder zum Brandschutz bei Zimmervermietungen) eingehalten werden.

Unterliegen die Einkünfte oder Erlöse von Nutzer_innen der Plattformen der Steuerpflicht, sollten kommerzielle Plattformbetreiber verpflichtet werden, die entsprechenden Beträge nach dem Vorbild der Quellensteuer bei Banken direkt an die zuständigen Finanzämter abzuführen. Erstattungen könnten die berechtigten Nutzer dann direkt gegenüber ihrem Finanzamt gelten machen.

Für den Bereich des „Crowd-Working“ sollte eine vergleichbare Einzugspflicht der Plattformbetreiber hinsichtlich der von Beschäftigten zu zahlenden Einkommenssteuer und den gesetzlichen Sozialversicherungsbeiträgen vorgesehen werden. Hierbei könnte ein Arbeitsverhältnis als Regelform

angesetzt werden, von dem nur abgewichen werden darf, wenn die Auftraggeber nachweisen können, dass keine persönliche Abhängigkeit besteht.

Zudem sollte die unentgeltliche Erstellung und Einreichung von Arbeitsergebnissen bei „Crowd-Working“ im Rahmen von „Ausschreibungen“ durch gesetzliche Verbote ausgeschlossen werden. Alternativ könnte festgeschrieben werden, dass Unternehmen für derartige Ausschreibungen an jeden Einreicher eines qualifizierten Vorschlags ein Mindesthonorar bzw. eine Aufwandsentschädigung zahlen müssen.

Gestärkt werden sollten auch die kartellrechtlichen Möglichkeiten. Mit Blick auf die Marktmacht einzelner Anbieter muss der Monopolisierung von Angeboten entgegen gewirkt werden. Die Entwicklung im Hotelbereich macht deutlich, dass nur eine Angebotsvielfalt den Wettbewerb garantiert. „Best-Preis-Klauseln“ müssen deshalb bezogen auf Tauschplattformen ausgeschlossen werden.¹⁵

Abgesichert werden sollte schließlich die Zahlung von Steuern durch die Plattformanbieter selbst. Hierzu müsste eine Verlagerung der Steuerlast in „Billigsteuerzonen“ durch eine Pflicht zur Versteuerung im Ursprungsland festgeschrieben werden, gekoppelt mit dem Verbot, den Umsatz durch überbordende „Konzernverrechnungspreise“ zu reduzieren.

¹⁵ Vgl. hierzu die Entscheidung des OLG Düsseldorf vom 09.01.2015 zu den Best-Preis-Klauseln bei HRS unter www.olg-duesseldorf.nrw.de/behoerde/presse/Presse_aktuell/20150109_PM_HRS_Entscheidung/index.php

Über die Autoren

Prof. Dr. Peter Wedde ist Professor für Arbeitsrecht und Recht der Informationsgesellschaft an der Frankfurt University of Applied Sciences, wissenschaftlicher Leiter der Beratungsgesellschaft d+a consulting GbR und wissenschaftlicher Berater der AfA Rechtsanwälte. Zusammen mit Michael Schwemmler ist er Verfasser der ebenfalls von der Friedrich-Ebert-Stiftung herausgegebenen Studie „Digitale Arbeit in Deutschland. Potentiale und Problemlagen“.

Irene Wedde ist Diplom-Betriebswirtin und Geschäftsführerin der Beratungsgesellschaft d+a consulting GbR. Sie hat 40 Jahre in der Computerindustrie bei amerikanischen Unternehmen gearbeitet, im Wesentlichen bei Digital Equipment und Oracle Deutschland.

Impressum © Friedrich-Ebert-Stiftung | Herausgeber: Managerkreis der Friedrich-Ebert-Stiftung, Hiroshimastr. 17, 10785 Berlin | www.managerkreis.de | Titelfoto: © Alex– fotolia.com/Noe | Druck: Brandt GmbH | ISBN: 978-3-95861-108-5

Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet.