

TOP 3.4.9 Sharing Economy aus Sicht des Konsumentenschutzes

Dinge zu teilen statt sie zu besitzen ist eine alte Idee. In der Familie, im Freundes- und Nachbarschaftskreis oder etwa in Genossenschaften ist Teilen längst etabliert. Mit der Digitalisierung wächst das Potenzial – und aus einer Kultur des Teilens entsteht mehr und mehr ein Markt; die Grenzen zwischen nicht-monetärer gegenseitiger Hilfe und gewinnorientiertem Handeln verschwimmen.

Unter Sharing Economy versteht man allgemein das Anbieten von Gütern und Dienstleistungen von (in der Regel) Private an Private über eine von einem Dritten betriebene internetbasierte Plattform. Gebrauchsgüter werden somit nicht mehr nur gekauft und genutzt, sondern gemeinsam gekauft oder gemeinsam benutzt oder verliehen, etwa das Auto. Gerne wird regelmäßig darauf hingewiesen, dass der Trend zu mehr Nutzen und Teilen als eine positive gesellschaftliche Entwicklung betrachtet werden kann, die insbesondere einen Beitrag zum Sparen ökologischer Ressourcen liefert. Bislang gibt es dazu allerdings keine gesicherten Untersuchungen und Zahlen.

Der Konsumentenschutz steht hier vor neuen Herausforderungen, denn Privatanbieter unterliegen nicht denselben konsumentenschützenden Vorschriften wie gewerbliche Anbieter. Neue Angebote entstehen – aber auch Risiken: Rechtsunsicherheit, geringere Standards und eine Abhängigkeit von den immer größer werdenden Plattformen im Netz sowie in Bezug auf Datenschutz.

Unter den Begriff „Sharing Economy“ fallen allerdings viele, sehr unterschiedliche Modelle. Daher ist eine klare Begriffsabgrenzung notwendig. So würde man einen Immobilienmakler, der über eine Internetseite Wohnungen (auch) von Privat an Privat vermittelt, nicht als Teil der Sharing Economy verstehen. Ebenso wenig möchte ein Privater, der eine Wohnung vermietet diese teilen, sondern will aus der Vermietung Erträge erzielen. Sobald man aber mit einer Dienstleistung Geld verdient, hat das mit Teilen nicht viel zu tun. Derzeit firmieren allerdings viele digitale Plattformen unter diesem Begriff, etwa Uber, AirBnB oder Helpling. Wer aber gewerblich tätig ist – ob Vermittler oder Anbieter – muss alle gesetzlichen Regelungen, die für die Ausübung dieses Gewerbes gelten, einhalten. KonsumentInnen dürfen durch „Sharewashing“ nicht in die Irre geführt werden.

BEUC, der Dachverband der europäischen Konsumentenschutzorganisationen in Brüssel arbeitet derzeit an einem Diskussionspapier zur Sharing Economy, woran sich auch die AK aktiv beteiligt. Ebenso beschäftigt sich die Europäische Kommission im Rahmen ihrer Priorität „Digitaler Binnenmarkt“ mit Onlineportalen. Die Stadt Wien erarbeitet eine Strategie für den Umgang mit der Sharing-Economy. Die Problemfelder reichen von Steuerentgang über prekäre Arbeitsverhältnisse bis zu fehlenden Rechtsnormen. Bei AirBnB werden zudem Angebote für Wohnungssuchende dem Wohnungsmarkt entzogen, in wachsenden Ballungsräumen ein besonderes Problem. Auch eine Tagung der Verbraucherzentrale Berlin im Juni d.J. beschäftigte sich intensiv mit diesem Thema.

Eine aktuelle Untersuchung des Berliner Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung in Kooperation mit dem ITZ-Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Berlin (Peer-to-Peer Sharing, Definition und Bestandsaufnahme, September 2015, www.peer-sharing.de) kommt zu folgenden Schlüssen:

- *Peer-to-Peer Sharing ist in Deutschland vor allem in den Bereichen Mobilität, Wohnen/Übernachten und Gebrauchsgegenstände verbreitet und hat mittlerweile den Massenmarkt erreicht.*
- *Die Mehrheit der erfassten Online-Plattformen arbeitet gewinnorientiert und finanziert sich aus Vermittlungsprovisionen. Zusätzlich ist Investorenkapital eine wichtige Finanzierungsbasis. Die Kapitalbewertungen von Airbnb in Höhe von zehn Milliarden Dollar oder von Uber in Höhe von 18,2 Mrd. Dollar illustrieren eindrücklich die hohen Erwartungen, die Investoren derzeit in die*

Tragfähigkeit gewinnorientierter Geschäftsmodelle setzen. Gebührenfreie Plattformen nutzen in der Regel andere Finanzierungswege (zB Werbeeinnahmen, Spenden).

- *Auffallend ist, dass die meisten Plattformen explizit keine „Gemeinschaftsorientierung“ verfolgen. Ein Großteil der Plattformen beschränkt sich auf die Vermittlung von Transaktionen, ohne dabei gemeinschaftsbildend zu wirken. Ob bestimmte Qualitäten von sozialen Beziehungen („teilen“, „gemeinsam“, „vernetzt“ oder „kollaborativ“) unterstützt werden, ist jedenfalls bislang nicht hinreichend belegt.*

Angebote, die auf Kosten von Sicherheit, Verbraucherrechten, fairer Bezahlung oder Steuereinnahmen gehen, sind nicht fortschrittlich und Rechtsbruch ist keine innovative Geschäftsidee, auch nicht in der digitalen Welt. Unter dem Deckmantel des Teilens dürfen keine Vorschriften umgangen werden, etwa unterschiedliche Standards für eine Frühstückspension vs AirBnB-Zimmer. Oder: Wer haftet etwa bei einem Wohnungs- oder Zimmerbrand oder bei Nichteinhaltung zugesagter Leistungen?

Es braucht also Klarheit, wer privater und wer gewerblicher Anbieter ist. Vermittlungsplattformen müssen dies für KonsumentInnen transparent machen. Dies gilt auch für die Plattformbetreiber selbst.

Auch sollten Mindeststandards an Konsumentenrechten für Privatanbieter gelten. Vermittlungsplattformen sollten die Qualität der von ihnen vermittelten Dienste sicherstellen, zB durch verbindliche Festlegung von Sicherheitsstandards.

Ein besonders sensibler Bereich der Sharing Economy ist der Umgang mit Daten: Digitale Vermittlungsplattformen nutzen und sammeln persönliche Daten und Bewertungen, Profile entstehen. Grundsätze des Datenschutzrechts, wie der Einwilligungsvorbehalt, Datensparsamkeit und eine strikte Zweckbindung müssen in der allgemeinen Datenschutz-Grundverordnung der EU fortgeschrieben werden.