

Kommentar

Regulierungsbedarf in der „Sharing Economy“

Ralf Dewenter

Einleitung

Seit einiger Zeit sind nicht nur die großen Internet-Dienstleister wie *Google*, *Amazon* und *Facebook* in das Zentrum der öffentlichen Diskussion geraten, sondern ebenso kleinere Plattformen wie *Uber*, *AirBnB* oder *Car2Go*. Ebenso wie die großen Plattformen haben auch die kleineren Anbieter einen Einfluss auf die digitale und ebenso auf die traditionelle, analoge Ökonomie. Die Anbieter der sogenannten „Sharing Economy“ greifen die bestehenden traditionellen Angebote an, indem sie auf digitalen Märkten tätig werden und Transaktionsvorteile für sich nutzen. Dies erhöht den Wettbewerbsdruck für die analogen Angebote und es entstehen Spannungsfelder zwischen den neuen und den traditionellen Geschäftsfeldern. Das Beispiel *Uber* zeigt, wie sich der Markteintritt neuer Anbieter auf die Wettbewerbsfähigkeit zum Teil hochregulierter Märkte auswirkt und welche Reaktionen seitens der Politik sinnvoll wären.

Generell stellt sich die Frage, wie mit dieser Art von Diensten aus wettbewerblicher und regulatorischer Sicht umgegangen werden soll. Stehen wir vor einem neuen „goldenen“ Zeitalter des Teilens oder müssen diese Angebote stark reguliert oder gar untersagt werden. Brauchen wir neue Regeln zum Schutz der analogen Ökonomie? Oder ist die Entwicklung eher positiv zu beurteilen?

Die Besonderheiten der Sharing Economy

Die „Sharing Economy“ ist kein neues Phänomen. Schon immer wurden knappe Ressourcen geteilt, wenn der Kauf für einen einzelnen Verbraucher zu teuer war oder nicht sinnvoll erschien. Mitwohn- und Mitfahrzentralen sind Beispiel für ein Teilen zwischen Privatpersonen (C2C), Videotheken und Bibliotheken stehen eher für ein Teilen zwischen Unternehmen und öffentliche Institutionen auf der einen und Privatpersonen auf der anderen Seite (B2C). Das sogenannte Cloud-Computing ist ein Beispiel für das Teilen von Ressourcen zwischen Unternehmen (B2B). Begünstigt werden die neuen Geschäftsmodelle durch die Digitalisierung, die Nutzung von Smartphones und sozialen Netzwerken.

Die Nutzung digitaler Märkte und Produkte senkt die Transaktionskosten (insb. die Suchkosten) und löst das Vertrauensproblem. Die Anbieter von Fahrdienstleistungen oder Ferienwohnungen können anhand einer App sofort und ohne große Kosten gefunden werden. Bewertungssysteme und die Teilnahme an der Plattform führen dazu, dass Nutzer beider Seiten (Nachfrager und Anbieter eines Dienstes) nicht mehr anonym sind. Gleichzeitig unterliegen die Plattformen oftmals geringerer Restriktion, wie etwas Brandschutz-, Hygiene- oder Steuervorschriften. Hierdurch erlangen Sie weitere Vorteile.

Wie anhand der Abbildung 1 dargestellt, dienen die meisten Angebote der „Sharing Economy“ der Gewinnerzielung. Nur wenige dienen reinen Tauschbeziehungen zwischen Privatpersonen, die keinerlei Gewinnerzielungsabsichten haben. Die Bezeichnung „Sharing Economy“ ist daher für die meisten Plattformen auch falsch oder zumindest irreführend. Tatsächlich geht es hier nicht ums Teilen, sondern um die Erzielung von Gewinnen. Die Plattformen vermitteln in der Regel zwischen Anbietern und Nachfragern einer Dienstleistung – sie stellen also oftmals sogenannte zweiseitige Plattformen dar – und Bepreisen zumindest eine der beiden Seiten. Die Plattformen schaffen damit

Zugang zu bestimmten Ressourcen, die von den Anbietern der Dienste zur Verfügung gestellt werden. Eckhardt und Bardhi (2015) bezeichnen diese Geschäftsmodelle auch folgerichtig als Modelle der „Access Economy“: *“This insight – that it is an access economy rather than a sharing economy – has important implications for how companies in this space compete. It implies that consumers are more interested in lower costs and convenience than they are in fostering social relationships with the company or other consumers.”* Der Begriff „Access Economy“ trifft somit das zugrundeliegende Modell weitaus genauer, als die Bezeichnung „Sharing Economy“.

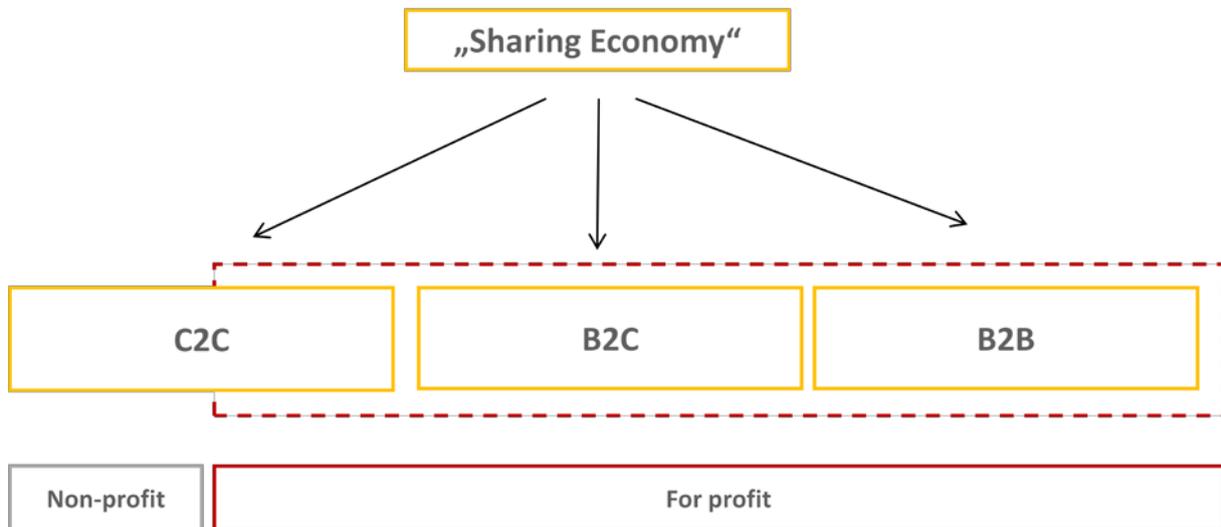


Abbildung 1: Arten der Sharing Economy

Die Auswirkungen der Sharing Economy

Die Tatsache, dass Plattformen wie *Uber* und *AirBnB* zweiseitige Plattformen sind, führt zusammen mit den anderen genannten Eigenschaften dazu, dass Größenvorteile entstehen, die möglicherweise zu einer steigenden Konzentration führen und Auswirkungen auf die Preissetzung nehmen (oft wird nur eine der beiden Seiten – Anbieter oder Nachfrager – für die Vermittlung bepreist). Es kommt zu einer besseren Auslastung der Kapazitäten der angebotenen Güter, zur Senkung von Transaktionskosten und zu einer effizienteren Nutzung der Ressourcen. In der Folge kann es ebenso zu einer Schonung der Umwelt durch die effizientere Nutzung der Ressourcen kommen.

Für den Verbraucher bedeutet dies, dass Kostensenkungen realisiert werden, indem z.B. bestimmte Produkte nicht erworben, sondern nur gemietet werden. Es können Preissenkungen durch den erhöhten Wettbewerbsdruck beobachtet werden und es kommt u.U. zu einer Steigerung der Qualität und der Vielfalt.

Für Unternehmen lassen sich Fixkosten reduzieren und eine bessere Auslastung von Ressourcen realisieren. Beides erhöht die Wettbewerbsfähigkeit, was den Markteintritt von effizienten und den Marktaustritt von ineffizienten Unternehmen fördert.

Mögliche negative Wirkungen bestehen in der Gefahr des Absenkens oder Umgehens von Standards und Gesetzen. Die Vorteile, welche die Plattformen gegenüber den analogen Anbietern haben, können u.U. in einem unfairen Wettbewerb und einer Benachteiligung der analogen Angebote münden. Daher ist es auch notwendig möglichst gleiche Voraussetzungen zu schaffen.

Technischer und wirtschaftlicher Fortschritt sind jedoch nichts Neues. Viele Beispiele seit der Industrialisierung zeigen die positiven Auswirkungen der strukturellen Veränderungen. Auch Zeitungsverlage leiden unter der Digitalisierung, der Verbraucher profitiert jedoch von dem erhöhten

Angebot an Informationen. Generell lassen sich starke Auswirkungen auf viele Branchen wie die Kreativwirtschaft oder auch die Werbemärkte feststellen. Alles in allem ist dadurch jedoch ein enormer Anstieg der Effizienz zu beobachten. Die strukturellen Veränderungen sind also mit einer Steigerung der Wohlfahrt verbunden.

Inwiefern besteht Regulierungsbedarf?

Insgesamt ist *kein genereller* Regulierungsbedarf in der „Sharing Economy“ vorhanden. Die entsprechenden Geschäftsmodelle stehen in unterschiedlichen Märkten mit jeweils anderen analogen Anbietern im Wettbewerb. Ein genereller Regulierungsansatz im Sinne einer „one-size-fits-all“-Lösung ist allein deshalb schon nicht sinnvoll. Auch existieren nicht in allen Märkten Probleme, die durch eine Regulierung adressiert werden müssen, vor allem bestehen aber nicht in allen Märkten dieselben Probleme, die durch eine einheitliche Regelung gelöst werden können. Sollten im Einzelfall Marktversagen oder Marktmängel vorliegen, müssen diese genau analysiert und potenzielle Lösungen gefunden werden. Dies erfordert jedoch eine fallbezogene Analyse und keinen generellen Rundumschlag.

Insgesamt bieten die neuen Geschäftsmodelle eher die Chance, die bestehenden Regulierungen auf den Prüfstand zu stellen. So sollte es zu einem Abbau von Eingriffen kommen wenn diese nicht mehr sinnvoll sind, jedoch bisher immer noch Bestand haben. Die Ortskundeprüfung der Taxifahrer ist dabei ein Beispiel für eine überflüssige Vorschrift im Zeitalter der Navigationssysteme. Andere, für beide Modelle sinnvolle Regelungen, müssen möglicherweise auf die neuen Plattformen übertragen werden, um gleiche Voraussetzungen für die Anbieter zu schaffen.

Am Beispiel *Uber* lässt sich verdeutlichen, wie eine solche fallbezogenen Analyse aussehen kann. *Uber* ist eine typische zweiseitige Plattform, die zwischen Anbietern und Nachfragern von Fahrdienstleistungen vermittelt und dabei Transaktionskosten senkt. Das gegenseitige Bewertungssystem löst das Vertrauensproblem, hebt also Informationsasymmetrien auf. Sowohl Fahrer als auch Fahrgäste profitieren von diesem System. Die vorhandenen Navigationssysteme wirken dabei ebenfalls den Informationsasymmetrien entgegen. Der Fahrgast ist jederzeit in der Lage, die Einhaltung der Route zu überprüfen. Das sogenannte Surge-Preissystem, dass eine Bepreisung nach Angebot und Nachfrage ermöglicht ist ökonomisch effizient, stößt aber auf Widerstand bei den Fahrgästen. Dies ist dann nachvollziehbar, wenn extrem hohe Fahrpreise entstehen, was jedoch nur in Ausnahmefällen der Fall sein sollte. Der Markteintritt von *Uber*, sind eine erhöhte Wettbewerbsintensität im Taximarkt und die Einführungen von weiteren Innovationen. So wurden bereits verschiedene Apps wie z.B. mytaxi oder Taxi.eu entwickelt, die zwischen Fahrgästen und traditionellen Taxidiensten vermittelt.

Der traditionell stark regulierte Taximarkt könnte in einigen Bereichen von einem Abbau an Regulierungen profitieren. So ist die Ortskundeprüfung wie bereits erwähnt nicht mehr zeitgemäß. Auch stellt sich die Frage, inwiefern Lizenzierung und Preisregulierungen noch sinnvoll erscheinen. Auf der anderen Seite finden sich möglicherweise Vorschriften, die auf Anbieter wie *Uber* bzw. deren Teilnehmern übertragen werden sollten. Der Nachweis eines ausreichenden Versicherungsschutzes oder der Nachweis der Straffreiheit könnten hier durchaus sinnvoll sein. Durch den Abbau von überholten Regelungen und die Übertragung bestehender Vorschriften auf alle Anbieter, könnte so ein Level-Playing-Field geschaffen werden, dass es allen erlaubt, in einen intensiven Wettbewerb miteinander zu treten.

Zusammenfassung

Teilen ist weder ein neues Phänomen der digitalen Ökonomie, noch ist ein neues Zeitalter des Teilens zu erwarten. Sozialromantische Vorstellungen über eine „Sharing Economy“, die lediglich die gemeinsame Ressourcennutzung zum Ziel hat sind realitätsfern. Die neuen Geschäftsmodelle sollten daher besser als Modelle einer „Access Economy“ bezeichnet werden, da es um Gewinnerzielung und Kostensenkung geht. Als Folge sind allerdings geringere Transaktionskosten, effizientere Auslastungen von Kapazitäten, Senkung von Fixkosten, eine Ausweitung des Angebots und eine höhere Wettbewerbsintensität zu beobachten.

Mit den neuen Geschäftsmodellen der digitalen Ökonomie besteht nun die Chance, bestehende Regulierungen zu überdenken. So können überflüssige Regelungen wie z.B. die Ortskundeprüfungen im Taxigewerbe abgebaut werden. Nach wie vor sinnvolle Regelungen sollten aber genauso auf die neuen Anbieter übertragen werden. Letzteres gilt natürlich nur dann, wenn auch diese von dem adressierten Problem betroffen sind. Notwendige Regelungen müssen also aufrechterhalten oder neugeschaffen werden.

Mit dem Strukturwandel kann es sehr wohl zu einem Marktaustritt von Anbietern kommen, die ineffizient und den neuen Gegebenheiten nicht mehr gewachsen sind. Dies ist jedoch in einem funktionsfähigen Wettbewerb an der Tagesordnung und durchaus wünschenswert, da diese Entwicklung letztendlich dem Wettbewerb und dem Verbraucher nutzen.

Verwendete Literatur

- Demary, V. (2015), Mehr als das Teilen unter Freunden – Was die Sharing Economy ausmacht, *Wirtschaftsdienst* 95, Heft 2, 95-98.
- Eckhardt, G. und F. Bardhi (2015), The Sharing Economy Isn't About Sharing at All, *Harvard Business Review*, 28. Januar 2015.
- Haucap, J. (2015), Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen, *Wirtschaftsdienst* 95, Heft 2, 81-95.
- Paech, N. (2015), Die Sharing Economy – ein Konzept zur Überwindung von Wachstumsgrenzen?, *Wirtschaftsdienst* 95, Heft 2, 102-105.
- Peitz, M. (2014), Die Entzauberung von AirBnB und Uber, *ifo Schnelldienst* 67, Heft 21, S. 6-8.
- Priddat, B. (2015), Share Economy: mehr Markt als Gemeinschaft, *Wirtschaftsdienst* 95, Heft 2, 98-101.
- Schwalbe, U. (2014), Uber und AirBnB: Zur Mikroökonomik der „Sharing Economy“, *ifo Schnelldienst* 67, Heft 21, S. 12-15.
- Theurl, T. (2015), Ökonomie des Teilens: Governance konsequent zu Ende gedacht, *Wirtschaftsdienst* 95, Heft 2, 87-91.