



Was ist Sharing Economy?

Der Begriff der Sharing (oder Share) Economy (darin steckt das englische Wort „share“ und bedeutet übersetzt „teilen“) meint das systematische Ausleihen von Gegenständen oder gegenseitige Bereitstellen/Teilen von Räumen und Flächen, insbesondere durch Privatpersonen und Interessengruppen. Der Begriff der Sharing Economy wird synonym oder – neben der ursprünglichen Definition von Martin Weitzman (diese wird weiter unten noch näher erläutert) – in Bezug auf das Teilen von Informationen und Wissen verwendet.

vgl. Springer Gabler Verlag (Herausgeber) Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Sharing Economy (2018). <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/sharing-economy-53876/version-186216>

Nach der Idee der Ökonomie des Teilens soll man als Nachfrager:in etwas nicht zum Eigentum machen, sondern vorübergehend benutzen, bewohnen und bewirtschaften. Voraussetzung dafür ist freilich meist das Eigentum der Anbieter:innen. Im Mittelpunkt steht die Collaborative Consumption, der Gemeinschaftskonsum. Die Güter wechseln die:den Besitzer:in, solange sie brauchbar bzw. verfügbar sind. Einen Sonderfall stellt dabei das Crowdfunding bzw. -funding dar.

Entstehung dieser Wirtschaftstheorie

Laut Wikipedia wurde der Begriff Share Economy vom Harvard-Ökonomen Martin Weitzman 1984 geprägt und besagt im Kern, dass sich der Wohlstand für alle erhöht, je mehr unter allen Marktteilnehmer:innen geteilt wird. Auch wenn Weitzman nicht jene Sharing-Modelle, die heute boomen, im Auge hatte – die Idee, Dinge zu teilen, ist nicht neu. Es gab seit jeher Möglichkeiten, Güter zu pachten, zu mieten, zu leihen oder unentgeltlich anderen zu überlassen, so z.B. bei städtischen Büchereien, Arztpraxen, Wäscherien, landwirtschaftlichen Genossenschaften oder Autovermietungen.

Warum also diese Nachfrage nach Sharing Economy?

Mehrere Wirtschaftskrisen und eine Pandemie haben die Ökonomie erschüttert, die Erwartungen auf ein stetiges Wachstum haben sich nicht erfüllt. In Österreich ist die Wirtschaft in den letzten Jahren nur minimal gewachsen, in manchen sogar geschrumpft. Die Inflation ist im internationalen Vergleich hoch und viele Menschen beobachten die immer größer werdende Kluft zwischen arm und reich. Eine Folge daraus ist, dass viele Menschen ihr Konsumverhalten hinterfragen.

Das Bedürfnis nach mehr sozialer Verantwortung und Ressourcenschonung hat zu einer höheren Nachfrage nach der Ökonomie des Teilens geführt. Gerade Initiativen wie Gemeinschaftsgärten, Food-Sharing, privates Car-Sharing etc. stehen für eine andere, neue Werthaltung und ein Abgehen von einem System der rein kapitalistischen Gesellschaft und der Konsumorientierung.

Rolle des Internets und der sozialen Medien

Einer der Gründe, warum Sharing Modelle boomen, ist die Möglichkeit der schnellen Kommunikation über das Internet und das Smartphone. Anbieter:innen und potentielle Nutzer:innen von Dienstleistungen oder Produkten werden innerhalb kürzester Zeit miteinander, auch global, vernetzt. Viele Unternehmen agieren als Internet-Plattformen und erreichen die Nutzer:innen via Apps. Damit wird ein großer Kreis an Interessent:innen erreicht. Zusätzlich entsteht durch das Internet eine selbstregulierende Funktion: Mithilfe sozialer Medien bewertet man Nachfrager:innen und Anbieter:innen von Sharing-Modellen und sanktioniert damit auch Missbrauch.

Sharing unter Jugendlichen

Teilen spielt auch unter Jugendlichen eine große Rolle.

Motive und Beweggründe sind:

- **Politische Überzeugung:** Die Sharing Economy stellt für viele Jugendliche eine Alternative zur Wegwerf- und Konsumgesellschaft dar.
- **Finanzielle Ersparnis:** Wenn Dinge zurzeit unleistbar sind oder nicht unbedingt besessen werden müssen, wird gerne auf Sharing zurückgegriffen, was die Sharing Economy gerade für junge Menschen interessant macht.
- **Limitierung und Verknappung:** Real erlebte Verknappung bestimmter Güter und Dienstleistungen ist ebenfalls ein Argument für die Sharingkultur. Wohnraum wird als ein immer teurer werdendes Gut erlebt, so dass gemeinschaftliche Wohnformen eine Möglichkeit darstellen, mit den realen Gegebenheiten am Wohnungsmarkt umzugehen.
- **Neue Leute treffen:** Sharing-Communities sind gut vernetzt und ermöglichen so, dass sich gleichgesinnte Leute kennenlernen.

vgl. Prohaska, Katharina (2015). Sharing-Ökonomie in jugendlichen Lebenswelten. Wien.
<https://jugendkultur.at/forschung/eigenforschung-2>

Eine repräsentative Online-Umfrage hat ergeben, dass für mehr als die Hälfte der befragten Jugendlichen und Erwachsenen das Nutzen von Dingen, ohne sie zu kaufen, fester Bestandteil der persönlichen Kaufüberlegungen geworden ist. Angehörige der Generation Z (zwischen 1995 und 2010 Geborene) nutzen Sharing-Angebote am häufigsten.

Die Corona-Pandemie dürfte den Trend zudem beschleunigt haben. So sagt ein Drittel der Befragten aus, nun mehr Produkte innerhalb des Freundeskreises zu teilen und zu tauschen als vor der Pandemie. Vielen geht es dabei um Nachhaltigkeit, aber auch wirtschaftliche Faktoren spielen eine wichtige Rolle.

vgl. MEWA (2022): Sharing wird fester Bestandteil von Kaufüberlegungen.
www.mewa.de/presse/studie-sharing-wird-fester-bestandteil-von-kaufueberlegungen

Vorteile und Nachteile

Die gemeinsame Nutzung von Gütern und der Austausch von Dienstleistungen stehen im Mittelpunkt der Sharing Economy. In dieser Idealform im Sinne einer gemeinwohlorientierten Form der Tauschwirtschaft ist dieser Ansatz sehr positiv – die Reduktion von Kosten, soziale Verantwortung im Umgang mit Eigentum und Ressourcen sowie der Gedanke an ökologische Nachhaltigkeit sind dabei wichtige und positive Argumente.

Sharing Economy-Modelle in ihrer kommerzialisierten Form hingegen (Airbnb etc.) werden durchaus auch kritisch betrachtet. Massiv Kritik übt vor allem die traditionelle Wirtschaft. Während alternative Wirtschaftsmodelle aufblühen, klagen traditionelle Wirtschaftsbranchen, wie z.B. der Autohandel oder das Hotelgewerbe, über Einbußen und geben Sharing-Modellen wie Airbnb, Car-Sharing etc. die Schuld. Nicht unberechtigt ist die Kritik im Hinblick auf das teilweise Fehlen rechtlicher Rahmenbedingungen für diese Sharing-Modelle. Hier hat der Gesetzgeber nach und nach Maßnahmen ergriffen. Beispielsweise ist für Uber-Fahrer:innen seit dem Jahr 2021 der Erwerb eines Taxilenkausweises Voraussetzung, um die Fahrdienstleistung anbieten zu dürfen.

Und mit Uber zu fahren, mag zwar oftmals billiger sein, es darf aber nicht außer Acht gelassen werden, dass unter Umständen der Preis deshalb so günstig ist, weil die Uber-Fahrer:innen im Hintergrund sehr wenig verdienen.

Auch Plattformen wie Airbnb, die der regelmäßigen, kurzzeitigen Vermietung von Wohnraum zu touristischen Zwecken dienen, stehen in der Kritik. Einerseits wird durch das Vermittlungsangebot für Tourist:innen zwar eine, verglichen mit z.B. Hotels, günstige und authentische Wohnmöglichkeit geschaffen, andererseits kann es für



Vermieter:innen aber lukrativer sein, ihre nicht benötigte Wohnung regelmäßig an Tourist:innen zu vermitteln, was zu einer Reduzierung des Angebots an Mietwohnungen für die lokale Bevölkerung führen kann. Durch das verknappte Angebot können Preissteigerungen bei den verbliebenen Objekten die Folge sein. In touristisch geprägten Ländern wie beispielsweise Spanien oder Italien steht Airbnb deshalb besonders in der Kritik.

Welche Sharing-Modelle gibt es?

Es gibt zahlreiche, sehr unterschiedliche Modelle, die unter das Wirtschaftsmodell des „Sharing“ fallen, und oft ist es gar nicht so leicht, eine klare Abgrenzung zwischen diesen Modellen zu treffen.

Die erste Einteilung, die man vornehmen kann, ist: Wer ist Anbieter:in und wer ist Nachfrager:in in dem geschlossenen Geschäft, und da kristallisieren sich drei Fallkonstellationen heraus:

- 1. Fallkonstellation: Verbraucher:in ist Anbieter:in, Verbraucher:in ist Nachfrager:in (z.B. Tauschbörsen, Kleidertauschpartys, Couchsurfer; aber auch Airbnb und Shpock – hier liegt ein Verbraucher:innen-Verbraucher:innen-Geschäft vor, das Unternehmen ist die Vermittlungsplattform) (= Peer-to-Peer-Modell)
- 2. Fallkonstellation: Unternehmen ist Anbieter:in, Verbraucher:in ist Nachfrager:in (typisches Geschäftsmodell wie z.B. Wäscherien oder Autoverleih-Modelle) (= Business-to-Consumer-Modell)
- 3. Fallkonstellation: Verbraucher:in ist Anbieter:in, Unternehmen ist Nachfrager:in (Darunter fallen alle Crowdfunding/Crowdinvesting-Modelle) (= Consumer-to-Business-Modell)

Sehr oft schalten sich Vermittlungsplattformen ein, die den Nachfrager:innen beim Auffinden der (besten) Angebote helfen. Plattformen wie

z.B. Airbnb, Uber oder willhaben verdienen ihr Geld mit der Vermittlung von Angeboten. Für die Verbraucher:innen ist das zumeist kostenlos, Provision für die Vermittlung kassiert die Plattform von den Anbieter:innen. Manche agieren profitorientiert, manche nicht.

Sharing als Wirtschaftsmodell?

Wie schon vorher ausgeführt, liegt die eigentliche Idee bei der Sharing Economy in der gemeinsamen Nutzung von Gegenständen und Dienstleistungen. Geld steht in der Idealform nicht im Mittelpunkt. Zunächst geht es um den nützlichen Austausch von Ware und Dienstleistung. „Ich biete – ich brauche“ – steht im Vordergrund. Und auch hier gibt es unterschiedliche Ausprägungen: Während einige Modelle darauf basieren, dass der Austausch sofort über die Bühne geht, verfolgen andere Modelle längerfristige Ziele, wie z.B. bei einem Bücherschrank – mal gibt man ein Buch dazu, mal nimmt man eines heraus. Letztlich wird darauf vertraut, dass im Idealfall der Bücherschrank immer gefüllt ist. Möglich sind auch Modelle, die zwar nicht auf Gewinn ausgelegt sind, bei denen aber sehr wohl Geld eine Rolle spielt, die also kostendeckend sein möchten. In der Idealform wollen Anbieter:innen zwar keinen Gewinn, aber auch keinen Verlust machen, das heißt, sie möchten die Kosten, die sie alleine zu tragen hätten, teilen! Ein klassisches Beispiel sind organisierte Mitfahrgelegenheiten wie z.B. über www.blablacar.de. Auf dieser Website findet z.B. Paula, dass Leo am kommenden Samstag um 10 Uhr mit seinem Pkw von Linz nach Salzburg fährt. Leo verlangt von allen Mitfahrenden jeweils 8 Euro. Das kommt Paula jedenfalls günstiger als mit dem Zug. Hier teilt also Leo sein Auto und die Tankkosten! Der Vorteil liegt damit im Aufteilen der Kosten und nicht im Verdienen von Geld! Allerdings ist die Abgrenzung zwischen kostendeckenden und gewinnorientierten Modellen durchaus fließend. So finden sich im Internet Kocheinladungen in



private Wohnungen, bei denen der zu zahlende Preis fürs Essen vergleichbar mit jenen von gehobenen Restaurants ist.

Ein ganz eigenes Segment bildet der Bereich des Urban Gardenings, des „Gemeinschaftsgärtnerns“. Hier stellt die Stadt Grünflächen zur Verfügung und fördert die Bewirtschaftung dieser Grünflächen. Mittlerweile gibt es auch zahlreiche private Gemeinschaftsgarten-Projekte. Es hat sich in den letzten Jahren zunehmend auch eine kommerziell geprägte Sharing Economy entwickelt. „Teilen statt besitzen“ ist zum Geschäftsmodell geworden. So verdienen Plattformen wie Airbnb an der Vermittlung privater Wohnungen und schaffen damit eine „win-win-win“-Situation – die Person, die ihre Wohnung vermietet, die Plattform, die die Vermietung vermittelt, und die Mieter:innen haben (geldwerte) Vorteile. Die Angebote werden aber auch kritisiert: so bereiten z.B. die Verknappung von Wohnraum oder die Frage nach Steuerhinterziehung Probleme.

Crowdfunding/Crowdfunding

Ein Sonderfall eines jedenfalls kommerziell geprägten Modells ist das Crowdfunding/Crowdfunding: Unternehmen sammeln von Privatpersonen Geld entweder, um eine Geschäftsidee zu realisieren oder um einen akuten Finanzbedarf, der nicht oder nicht so günstig von Banken erfüllt wird, zu decken. Dabei kann es auch um sehr viel Geld gehen (innerhalb von 12 Monaten bis zu 2 Millionen Euro für das Unternehmen, üblicherweise nicht mehr als 5.000 Euro für die Verbraucher:innen). Zu beachten ist, dass das Risiko des Verlustes des gesamten investierten Betrages notfalls in Kauf genommen werden muss. Während beim Crowdfunding die Finanzierung aus Hilfsbereitschaft oder aus Leidenschaft für ein Projekt erfolgt und daher die Gegenleistung eher symbolischer Natur ist oder in Form von Sachgütern erfolgt, erwarten sich beim Crowdfunding die Unterstützer:innen

eine Gegenleistung in Form einer Rendite bzw. einer Vergütung in Geld oder auch Firmenbeteiligungen.

Vorteile und Kritik am Crowdfunding

Vor allem kleine und mittlere Unternehmen, die nur schwer eine Finanzierung durch die Bank erhalten, profitieren von dieser Möglichkeit, mittels einer großen Masse an Investierenden ihre Projekte finanzieren zu können. Die Idee klingt gut; dennoch gibt es meist gute Gründe, warum Banken gerade solche Unternehmen nicht finanzieren.

Als die ersten Crowdfunding-Projekte ins Leben gerufen wurden, gab es keine rechtlichen Vorgaben, d.h. ein Unternehmen hat aufgerufen, dass es Geld braucht, und viele Menschen haben dem Unternehmen kleine und größere Beiträge gegeben. So z.B. hat das Finanzierungsmodell des Waldviertler Schuhherstellers Heinrich Staudinger (siehe Zeitungsartikel „GEA“) ausgesehen. Aber gewisse Geschäfte, wie z.B. das Entgegennehmen von Spareinlagen, sind ausschließlich Banken vorbehalten. Dafür benötigen Banken eine Konzession. Sowohl die Finanzmarktaufsicht (FMA) als auch das Höchstgericht untersagten daher diese Art von Unternehmensfinanzierung. Zusätzlich wurde noch beanstandet, dass die veranlagten Gelder nicht der Einlagensicherung unterliegen und damit kein ausreichender Schutz der Anleger:innen gegeben sei. Seit 2015 gibt es das Alternativfinanzierungsgesetz, das ab einem zu sammelnden Betrag von 250.000 Euro einen Rechtsrahmen für die alternative Finanzierung schafft. Es ermöglicht eine Unternehmensfinanzierung ohne die Einschaltung von Banken, gleichzeitig aber werden die Geldgeber:innen durch einheitliche Informations- und Veröffentlichungspflichten geschützt. Bei einem Scheitern des Projektes freilich können Totalverluste eintreten.

