

# TEILEN, HABEN, TEILHABEN: VERBRAUCHER IN DER SHARING ECONOMY

Positionen

## Chancen und Risiken der Sharing Economy aus Verbrauchersicht

Das Teilen und gemeinsame Nutzen von Konsumgütern verspricht für Verbraucherinnen und Verbraucher viele Vorteile: mehr Angebote, mehr Flexibilität und mehr Gemeinschaft bei weniger Kosten und weniger Verschwendung von Ressourcen, heißt es. Aktuell teilen Verbraucher überwiegend im Bekanntenkreis, doch mit digitalen Vermittlungsplattformen wächst das Potenzial der Sharing Economy. Aus der Kultur des Teilens wird ein Markt: Die weltweiten jährlichen Investitionen in Start-ups der Sharing Economy sind von 300 Millionen US-Dollar im Jahr 2010 auf sechs Milliarden US-Dollar im Jahr 2014 gestiegen.

Die Sharing Economy hat Konjunktur. Doch manche Plattformen schmücken sich mit dem Begriff, obwohl sie nur Arbeitskräfte oder Dienstleistungen vermitteln – oft mit geringem Lohn und ohne soziale Absicherung. Dieses „Sharewashing“ sollte Verbraucher nicht in die Irre führen. Der Begriff „Sharing Economy“ sollte nur für Dienste verwendet werden, bei denen es tatsächlich um das „Teilen“ oder „gemeinschaftliche Nutzen“ von Gütern geht.

Geteilt wird oft unter Nutzern: Geschäftspartner des Verbrauchers ist nicht ein professioneller gewerblicher Anbieter, sondern eine Privatperson. Das macht innovative, dem individuellen Bedarf angepasste Angebote möglich. Es führt aber auch zu neuen Herausforderungen, weil Privatanbieter nicht denselben verbraucherschützenden Vorschriften unterliegen wie gewerbliche Anbieter.

Auch der Umgang mit Daten in der Sharing Economy ist sensibel und in vielen Bereichen noch nicht geklärt. Mit den Chancen wachsen die Risiken für Verbraucher. Politik und Wirtschaft müssen die Rahmenbedingungen schaffen, damit die Sharing Economy wirklich mehr Angebote, Gemeinschaft und Umweltschutz ermöglicht – ohne den Ausverkauf von Sicherheit, Gemeinsinn und Privatsphäre.

## **Verbraucherpolitische Herausforderungen durch die Sharing Economy**

### **1. Verbraucherrechte müssen auch in der Sharing Economy gelten.**

Die Rechte der Verbraucher unterscheiden sich je nach Art des Anbieters: Ein gewerblicher Anbieter muss Pflichten befolgen, die für einen Privatanbieter nicht gelten. Für Verbraucher muss klar erkennbar sein, zu welcher Kategorie ein Anbieter gehört. Außerdem müssen Schutzlücken vermieden werden, die dadurch entstehen könnten, dass viele Verbraucherschutzvorschriften bei Geschäften zwischen Privatleuten nicht gelten. Das bedeutet:

- Die Politik sollte die Abgrenzung zwischen gewerblichen und privaten Angeboten erleichtern, indem sie einfach handhabbare Abgrenzungskriterien schafft. Das könnte etwa ein Höchstumsatz für Privatanbieter sein oder ein Zeitlimit für die maximale Mietdauer von Privatwohnungen – bei Überschreiten dieses Zeitlimits wäre das Angebot als gewerblich einzustufen.
- Vermittlungsplattformen müssen für Verbraucher transparent machen, ob sie es mit einem Privatanbieter oder einem gewerblichen Anbieter zu tun haben. Der Gesetzgeber sollte eine entsprechende Klarstellung von den Vermittlungsplattformen verlangen. Vermittlungsplattformen müssten dann bei der Anmeldung neuer Anbieter prüfen, in welche Kategorie das Angebot fällt. Und sie müssten Verbraucher über die jeweils geltenden Rechte informieren.
- Mindeststandards an Verbraucherrechten müssen auch für Privatanbieter gelten. Um das zu erreichen, sollten Vermittlungsplattformen die Qualität der von ihnen vermittelten Dienste sicherstellen – indem sie grundlegende Sicherheitsmaßnahmen verlangen und Versicherungen gegen Unfälle und gravierende Schäden anbieten. Das ist bei Plattformen zum nachbarschaftlichen Autoteilen bereits Standard, nicht dagegen bei Plattformen zur Vermietung von Ferienquartieren.

### **2. Der Gesetzgeber sollte es Privatleuten erleichtern, Sharing-Dienste anzubieten.**

Rechtsunsicherheiten, Angst vor Rechtsverstößen sowie der Aufwand mancher rechtlicher Anforderungen können Privatpersonen davon abhalten, selbst als Sharing-Anbieter aktiv zu werden. Der Gesetzgeber sollte punktuelle Erleichterungen für Sharing-Angebote schaffen:

- Privatanbieter sollten durch einfach handhabbare Bagatellklauseln Sicherheit bekommen, dass sie bei privaten Sharing-Geschäften nicht gegen Rechtsvorschriften verstoßen. In San Francisco etwa ist das kurzzeitige Vermieten von Wohnraum für maximal 90 Tage pro Jahr gestattet. Ähnliche Regelungen wären denkbar, um das Verbot der Untermiete oder das Verbot der Zweckentfremdung von Wohnraum zu lockern und Rechtssicherheit für Privatanbieter zu schaffen.

- Stellenweise liefern neue digital gestützte Geschäftsmodelle den Anlass, Vorschriften auf ihre Sinnhaftigkeit zu überprüfen und sie gegebenenfalls zu lockern. So dürfte es im Zeitalter von Navigationsgeräten nicht mehr erforderlich sein, dass für die Erteilung eines Personenbeförderungsscheins die Ortskundigkeit des Bewerbers geprüft wird.

### **3. Auch in der Sharing Economy müssen Verbraucher die Kontrolle über ihre Daten behalten.**

Die Vermittlungsplattformen der Sharing Economy sammeln Daten ihrer Nutzer, oft auch mit der Absicht, sie kommerziell zu verwerten. Daten mit starkem Bezug zur Persönlichkeit fallen an, wenn es um die Bewertung der Zuverlässigkeit von Anbietern und Nutzern geht. Angesichts dieser neuartigen Risiken ist Folgendes erforderlich:

- Die Grundsätze des Datenschutzrechts, wie der Einwilligungsvorbehalt, Datensparsamkeit und eine strikte Zweckbindung müssen in der allgemeinen Datenschutzverordnung der EU fortgeschrieben werden.
- Die Anforderungen des Datenschutzes müssen schon bei der Konzeption der Angebote berücksichtigt werden („privacy by design“), und sie müssen europaweit effektiv durchgesetzt werden.
- Die Datenautonomie der Verbraucher muss gesichert sein. Verbraucher müssen das Recht haben, die über sie erhobenen Daten einzusehen und löschen zu lassen.
- Vermittlungsplattformen müssen verpflichtet werden, Datenportabilität zu ermöglichen. Das heißt, Verbraucher müssen ihre Daten und Reputationsprofile auf andere Plattformen übertragen können. Das ist ein wichtiges Instrument, um die Marktmacht der Vermittlungsplattformen zu begrenzen und neuen Anbietern den Einstieg in den Markt zu erleichtern.

### **4. Der Sharing-Gedanke sollte in einen umfassenden nachhaltigkeitsorientierten Politikansatz eingebunden werden.**

Der Ansatz „Nutzen statt Besitzen“ kann einen ressourcenschonenden Konsum ermöglichen. Er kann aber auch die Konsumoptionen erhöhen. Die Politik muss in einem Austausch mit Wirtschaft und Gesellschaft die Rahmenbedingungen definieren, damit die Sharing Economy zu mehr Nachhaltigkeit führt:

- Damit sich „Nutzen statt Besitzen“ tatsächlich im Sinne von Ressourcenschutz und Umweltschonung auswirkt, dürfen die gewonnenen Freiräume nicht wiederum für einen ressourcenintensiven, umweltbelastenden Konsum genutzt werden (Rebound-Effekt).
- Im Mittelpunkt einer nachhaltigkeitsorientierten Verbraucherpolitik sollte nicht der Besitz der Produkte stehen. Wichtig ist, dass Verbraucher

Zugang zu Angeboten haben, um ihre Konsumbedürfnisse zu erfüllen – ohne das Produkt besitzen zu müssen.

- Die Verkehrspolitik bietet hierfür die besten Möglichkeiten: Es geht nicht nur darum, Carsharing zu fördern. Es sollte quer über alle Verkehrsträger hinweg die Idee einer „Zugangsökonomie“ etabliert werden. Öffentlicher Verkehr, Mitfahrgelegenheiten, Fahrdienste und Carsharing-Angebote müssen als Einheit betrachtet werden. „Losfahren, ohne planen zu müssen“ – dieses Prinzip würde dann nicht mehr nur für das eigene Auto gelten, sondern für alle Mobilitätsdienstleistungen.

## **Kontakt**

Verbraucherzentrale Bundesverband  
Stabsstelle Kommunikation  
Markgrafenstraße 66  
10969 Berlin  
Tel. (030) 25800-525  
[presse@vzbv.de](mailto:presse@vzbv.de)  
[Twitter: @vzbv](https://twitter.com/vzbv)  
[www.vzbv.de](http://www.vzbv.de)