

# DEUTSCHER VERBRAUCHERTAG

Teilen. Haben. Teilhaben. Verbraucher in der Sharing Economy

## Rede Klaus Müller, Vorstand des vzbv

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Frau Bundeskanzlerin,  
sehr geehrte Ministerinnen und Minister, Staatssekretäre und Abgeordnete,  
liebe Verbraucherschützer und liebe Gäste,

alle zwei Jahre geht es beim Deutschen Verbrauchertag um eins: die Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Sharing Economy verspricht ihnen Gutes: Sie können Sachen tauschen und teilen, statt sie neu zu kaufen. So können sie Geld sparen und Ressourcen schonen. Theoretisch. Es gibt auch Anzeichen, dass die Sharing Economy Negatives bewirkt: Rechtsunsicherheit, geringere Standards und eine Abhängigkeit von immer größer werdenden Plattformen im Netz. Der Deutsche Verbrauchertag rückt heute beides in den Mittelpunkt: Chancen und Risiken.

Fragt man den Markt, liegt die Zukunft im Teilen: Innerhalb von vier Jahren haben sich die Investitionen in Start-ups der Sharing Economy um das zwanzigfache gesteigert. Doch in der Gesellschaft ist die Sharing Economy noch lange nicht angekommen. Das belegt auch unsere Umfrage, die wir zum Deutschen Verbrauchertag durchgeführt haben: 88 Prozent können sich vorstellen, selbst Dinge mit anderen zu teilen statt sie zu besitzen – für 79 Prozent kommt das allerdings nur im eigenen Bekanntenkreis in Frage.

Verbrauchern ist die Kultur des Teilens deutlich näher als der Gedanke, damit Geld zu verdienen. Bei konkreten Angeboten wie Mitfahrgelegenheiten, Carsharing oder Bikesharing sieht das anders aus: Mehr als die Hälfte der Befragten kennt sie. Die tatsächliche Nutzung aber liegt weit dahinter zurück.

Haben statt teilen: Praktisch sharen wir noch wenig in Deutschland. Theoretisch würden Verbraucher vieles teilen: Werkzeuge, Autos, Fahrräder, Bücher, CDs und Gartengeräte – vor allem Rasenmäher – gehören zu den Dingen, die am meisten in unserer Umfrage genannt wurden. Auf die offene Frage, was für das Teilen eher ungeeignet sei, entgegneten übrigens elf Prozent „meine Frau“ oder „meinen Mann“. Interessant, dass das überhaupt in Erwägung gezogen wird.

Dinge zu teilen statt sie zu haben: Der Gedanke ist nicht neu. Die Genossenschaftsbewegung kennt sie seit Jahrhunderten. Aber mit den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung wachsen die Chancen – aber auch Risiken.

Auch ich kenne die Chancen der Sharing Economy: Indem ich mir zum Beispiel über Carsharing ein Auto leihe, wenn ich es brauche. Oder indem ich bei Privatanbietern übernachte, statt in einem Hotel. Wenn ich mit meiner Familie verreise, spart das Geld.

Es ist einfach. Und wir lernen Menschen und Gegend kennen. Für unseren Sommerurlaub hat uns ein „Apartmentsharer“ zwanzig Seiten Reisetipps zugemailt. Was für ein tolles Engagement!

Es ist das Persönliche, das die Sharing Economy auszeichnet. Auch als Nutzer gebe ich Persönliches preis – zum Beispiel ob ich alleine reise, wo ich wohne, welche Interessen ich habe. Wer Privates teilt, sucht sich Nutzer genau aus – und auch Nutzer prüfen Privatanbieter anhand persönlicher Daten. Profile entstehen und Bewertungen. Ein Marktplatz der Reputationen, den keine Marktaufsicht kontrolliert – und dem Verbraucher nicht trauen.

Nur jeder dritte Onlinenutzer glaubt, dass Bewertungen Vertrauen schaffen. Drei von vier meinen, Bewertungen seien manipuliert. Und mehr als die Hälfte der von uns befragten Internetnutzer befürchtet, dass Informationen über Nutzer an Dritte gelangen. Persönliche Daten sind auch in der Sharing Economy eine Währung und Voraussetzung, um teilzuhaben an der Teil-Kultur. Aber wenn wir die Sharing Economy als neuen Marktplatz sehen, müssen wir auch dafür sorgen, dass sich Verbraucher sicher auf diesem Marktplatz bewegen können.

Zwei politische Weichenstellungen werden gerade vorgenommen, die helfen können, den Schutz der Daten zu erhöhen: die Verbandsklagebefugnis bei Datenschutzverstößen und die allgemeine Datenschutzverordnung der EU, um die Europa seit über drei Jahren ringt.

Immer wieder verstoßen Unternehmen gegen den Datenschutz. Nicht allen Verbrauchern fällt das auf. Und wenn, sind die Hürden hoch, dagegen juristisch vorzugehen. Richtigerweise sieht der Koalitionsvertrag eine Klagebefugnis für Verbraucherverbände auch beim Datenschutz vor. Sie ist ein wichtiges Instrument, um den Schutz persönlicher Daten wirksam durchzusetzen. Denn solange Unternehmen kaum Konsequenzen fürchten müssen, wenn sie Verbraucherdaten unrechtmäßig speichern und verwenden, werden sie ihre Unternehmenspraxis nicht ändern. Wir sollten nicht unnötig Zeit verlieren. Regierung und Parlament sollten den Gesetzgebungsprozess schnell abschließen, damit die Verbraucherrechte auch dann besser durchgesetzt werden können, wenn es um so etwas Wichtiges geht wie Daten.

Viele Daten- und Verbraucherschützer arbeiten schon bisher gut daran zusammen, dass Recht haben und Recht bekommen nicht auseinanderfällt. Sehr geehrte Frau Bundeskanzlerin, hier brauchen wir Ihre Unterstützung, dass Zusagen aus dem Koalitionsvertrag Wirklichkeit werden.

Mit der allgemeinen Datenschutzverordnung werden in der Europäischen Union die Weichen für das Schutzniveau in den kommenden Jahrzehnten gestellt. In den anstehenden Trilogverhandlungen zwischen Parlament, Kommission und Rat der EU dürfen die roten Linien aus Verbrauchersicht nicht überschritten werden. Dazu gehören die Grundsätze der Einwilligung und der Zweckbindung. Es muss klar sein, wofür meine Daten genutzt werden – und dass Voreinstellungen – privacy by default – dazu führen, dass keine Daten gesammelt werden, die nicht notwendig sind.

Aus persönlichen Daten können sehr sensible Profile gebildet werden. Und darum brauchen wir auch klare Regeln, wie eine Profilbildung erfolgt, wie sie korrigiert werden kann und was damit geschieht. Wer weiß, wo und was ich einkaufe und wie ich meine Wochenenden verbringe, erfährt womöglich mehr über mich als ich mir wünsche.

Dass Verbraucher für diese Gefahren sensibilisiert sind, zeigt eine andere Umfrage von uns, die wir im April 2015 durchgeführt haben: 81 Prozent der Verbraucher glauben, dass Profilbildung im Netz mehr Nachteile als Vorteile bringt. Verbraucher müssen geschützt werden und die Hoheit über ihre Daten behalten. Die Chance, einheitliche Rechte auf hohem Niveau in der EU zu etablieren, darf nicht vertan werden.

Deutschland kann stolz sein auf seine Standards, Frau Bundeskanzlerin. Darum müssen wir darauf achten, dass wir diese Standards nicht verspielen. Auch in der Sharing Economy müssen Schutz- und Standardniveaus gelten. Sie geben uns Sicherheit im Konsumalltag. Deshalb darf die Sharing Economy nicht als Deckmantel genutzt werden, um Verbraucherschutzvorschriften zu umgehen.

Wer gewerblich Zimmer vermietet, muss auch Brandschutz und Hygiene garantieren. In Berlin bietet Airbnb über 10.000 Wohneinheiten und über 30.000 Schlafplätze an. Mich interessiert, wie viele Angebote davon wirklich privat, und wie viele gewerblich sind. Knapp zehn Prozent der Anbieter vermieten mehr als eine Wohneinheit, einige sogar mehr als zwanzig Wohneinheiten. Das übersteigt den Rahmen eines privaten Zusatzgeschäfts erheblich. Wir brauchen Klarheit, wer ein Privatanbieter ist und wer ein gewerblicher. Wer ein Gewerbe betreibt, muss die entsprechenden Vorschriften einhalten, auch wenn er Airbnb als Vertriebskanal nutzt.

Aber natürlich gibt es in der Sharing Economy auch echte Geschäfte von privat zu privat. Hier müssen wir anders herangehen. Die Herausforderung: Wir dürfen keine rechtlichen Hürden aufbauen, die Anbieter abschrecken. Wir brauchen einfach handhabbare Vorschriften, die Privatanbietern die Sicherheit geben, nicht gegen geltendes Recht zu verstoßen, und Nutzern die Gewissheit, im Ernstfall geschützt zu sein. Hier sind die Vermittlungsplattformen gefragt: Sie sollten die Qualität der vermittelten Dienste sicherstellen, indem sie zum Beispiel Versicherungen gegen Unfälle und gravierende Schäden anbieten.

Stellenweise bietet die Sharing Economy auch Anlass, Vorschriften auf ihre Sinnhaftigkeit zu überprüfen und sie zu lockern, sollte es nötig sein. So ist es zwar nach wie vor wichtig, dass jeder, der seine Fahrdienste gegen Geld anbietet, nachweisbar sicher fahren und klar sehen kann. Im Zeitalter von Navigationsgeräten ist es aber nicht mehr erforderlich, die Erlaubnis zur gewerblichen Beförderung von Personen davon abhängig zu machen, dass der Bewerber eine Prüfung zur Ortskundigkeit abgelegt hat.

Umso mehr ist ein Wettbewerb – gerade auch der Vermittlungsplattformen wichtig, der zum Beispiel durch Datenportabilität, also das Recht, die eigenen Daten bei einem Wechsel mitzunehmen, befördert werden sollte.

Versicherungsschutz, Gewährleistung, Haftung: Das ist Verbrauchern wichtig. Sie wollen Sicherheit – auch in der Sharing Economy. Das belegt unsere Umfrage. Und wenn wir über Sicherheit und Standards sprechen, lassen Sie mich zum Schluss ein Wort zu TTIP sagen: Ja, wir brauchen den Freihandel mit den USA. Ja, TTIP könnte eine große Chance sein. Aber wir haben Bedingungen. Wir nehmen die Verbrauchersorgen ernst, die fürchten, TTIP könne bewährte Standards untergraben.

Freihandel kann Wohlstand fördern, wenn er zu günstigen Preisen und mehr Produktauswahl führt sowie zu fairen Bedingungen erfolgt. Niemand wird bestreiten,

dass etwa der Europäische Binnenmarkt für Verbraucher zahlreiche Vorteile bringt, wobei die EU glücklicherweise mehr ist als nur ein gemeinsamer Markt, weil Handelsinteressen die Verbraucher- und Umweltbelange nicht dominieren.

Was Standards direkt oder indirekt gefährdet, was politische Willensbildung verkompliziert oder verlangsamt und was unternehmerische Einzelinteressen durch überholte Schiedsgerichte jenseits der Ausländerdiskriminierung bevorzugt, muss ausgeschlossen werden. Eine mutige Diät, also ein TTIP-light, könnte das Abkommen zu einem Abschluss bringen.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband und seine Mitglieder – die Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – sind diskussionsfreudig, kämpferisch und konstruktiv im Sinne des Verbraucherschutzes. Wir brauchen aber auch Bündnispartner in der Politik.

Deutschland hat in vielen Bereichen ein Schutzniveau erreicht, auf das sich Verbraucherinnen und Verbraucher verlassen und das wir nicht verletzen dürfen. Die neuen Möglichkeiten des globalen Markts und der Sharing Economy bieten viele Chancen – aber bitte nicht auf Kosten unserer Rechte.

Vielen Dank!