

Jan Peuckert, Miriam Bätzing, Harriet Fünning, Maike Gossen, Gerd Scholl

Kontexte des Teilens

**Herausforderungen bei der gesellschaftlichen Verankerung
von Peer-to-Peer Sharing am Beispiel von Übernachten und
Autoteilen**

PeerSharing Arbeitsbericht 4



PeerSharing

Impressum

Autor/innen:

Dr. Jan Peuckert, Miriam Bätzing, Harriet Fünning, Maike Gossen, Dr. Gerd Scholl (alle IÖW)

Projektleitung:

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), Berlin

Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin

www.ioew.de

Kooperationspartner:

IZT - Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung

Schopenhauerstr. 26, 14129 Berlin

www.izt.de

IFEU - Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg

Wilckensstraße 3, 69120 Heidelberg

www.ifeu.de

Der vorliegende Beitrag entstand im Forschungsprojekt „Peer-Sharing – Internetgestützte Geschäftsmodelle für gemeinschaftlichen Konsum als Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften“. Das Projekt ist Teil des vom deutschen Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Schwerpunktprogramms "Nachhaltiges Wirtschaften" der Sozial-Ökologischen Forschung (SÖF; Förderkennzeichen 01UT1405A).

Für nähere Informationen zum Projekt: www.peer-sharing.de

Berlin, leicht geänderte Fassung von August 2017 (ursprüngliches Veröffentlichungsdatum: Juni 2017)



Zusammenfassung

In diesem Arbeitspapier werden am Beispiel der Bereiche Übernachten und Carsharing die Herausforderungen, die mit der gesellschaftlichen Verankerung der neuen Formen des Teilens von Privat zu Privat verbunden sind, identifiziert und vergleichend analysiert. Beide Praktiken des Peer-to-Peer Sharing wurden in den letzten Jahren durch das Aufkommen von Geschäftsmodellen für die Vermittlung von privatem Eigentum über Online-Plattformen weiterentwickelt und kommerzialisiert. Diese Entwicklung vollzog sich innerhalb bestehender kultureller, regulatoriver und ökonomischer Kontexte, die sowohl begünstigend als auch hinderlich für die gesellschaftliche Verankerung wirken können. Zur Beschreibung der Verankerungsprozesse wird konzeptionell auf das Multi-Impuls-Modell aus der Innovationsforschung zurückgegriffen. Daher stehen die Einflussfaktoren auf den drei Ebenen Technologie, Zivilgesellschaft und Regulierung im Mittelpunkt der Analysen für die beiden Fallstudien.

Der Vergleich der beiden Handlungsbereiche zeigt, wie unterschiedliche Markt- und Wettbewerbsdynamiken, gesellschaftliche Wechselwirkungen und politische Interventionen die Unterschiede im Verbreitungsgrad der Praktiken des privaten Teilens erklären. Spezifische Transaktionskostenvorteile und Netzwerkeffekte prägen Marktstrategien und Wachstumsdynamiken der Plattformen. Mit zunehmender Marktdurchdringung werden jedoch auch wettbewerbsverzerrende Effekte und die Gefährdung von Gemeinwohlinteressen durch inadäquate regulatorive Rahmenbedingungen offensichtlich und der politische Handlungsdruck nimmt zu. Die Autor/innen kommen zu dem Schluss, dass eine nachhaltige Ausgestaltung der gesellschaftlichen Verankerungsprozesse des Peer-to-Peer Sharing nur durch die Zusammenarbeit zwischen Politik und Plattformen erfolgreich gelingen kann.

Abstract

The working paper presents an analysis of the challenges related to the societal entrenchment of peer-to-peer sharing practices – at the examples of apartment sharing and car sharing. Over the last few years both sharing practices experienced a highly dynamic development and further commercialization through the emergence of business models for the shared use of private assets facilitated through online platforms. This development occurred in cultural, regulatory, and economic contexts that provided drivers and barriers to the diffusion of apartment sharing and private car sharing practices. To describe the processes of societal entrenchment the paper draws conceptually on the multi-impulse model from innovation research. Therefore, influencing factors at the level of technology, civil society and regulation are at the center of the analysis of both cases.

The comparison of the two case studies reveals how different market and competitive dynamics, societal interactions and political interventions explain the differences in the degrees of diffusion of the considered sharing practices. Specific advantages in transaction costs and network effects characterize the platform-related market strategies and growth dynamics. With increasing market penetration, however, distortive effects and threat to public welfare caused by inadequate regulatory framing become more visible and, hence, raise pressure on political bodies to act. The authors conclude that a more sustainable societal entrenchment of peer-to-peer sharing can only be achieved through close co-operation between platform operators and policy-makers.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	6
1.1	Zielsetzung	6
1.2	Konzeptioneller Rahmen.....	6
2	Fallstudie Apartment Sharing.....	9
2.1	Einführung	9
2.2	Akteurskonstellationen	9
2.3	Technologie und Markt.....	17
2.4	Zivilgesellschaft und Vision	21
2.5	Regulierung	25
2.6	Phasen der gesellschaftlichen Verankerung	30
3	Fallstudie Peer-to-Peer Carsharing.....	34
3.1	Einführung	34
3.2	Akteurskonstellationen	34
3.3	Technologie und Markt.....	41
3.4	Zivilgesellschaft und Vision	44
3.5	Regulierung	47
3.6	Phasen der gesellschaftlichen Verankerung	49
4	Fazit	52
4.1	Wesentliche Einflussfaktoren auf die gesellschaftliche Verankerung.....	52
4.2	Vergleich der Fallstudien.....	55
4.3	Herausforderungen bei der gesellschaftlichen Verankerung.....	56
5	Literaturverzeichnis	58

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Schildkrötenmodell	8
Abb. 2: Typen digitaler Vermittlungsplattformen	10
Abb. 3: Angebote auf Airbnb und Bereitstellung von Beteiligungskapital	19
Abb. 4: Entwicklung der Airbnb-Angebote in Berlin	28
Abb. 5: Weltweite Google-Anfragen unter der Rubrik "Travel" über die Zeit	30

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Einflussfaktoren im Apartment-Sharing	33
Tab. 2: Einflussfaktoren im Peer-to-Peer Carsharing	51

1 Einführung

1.1 Zielsetzung

Diese Studie betrachtet zwei spezifische Ausprägungen des Peer-to-Peer Sharing und analysiert die Herausforderungen für ihre gesellschaftliche Verankerung. Die Studie untersucht, wie sich die Geschäftsmodelle des **Apartment Sharing** und **Peer-to-Peer Carsharing** in die vorhandenen kulturellen, regulativen und ökonomischen Kontexte einbetten, zu welchen negativen Entwicklungen, nicht-intendierten Folgen und offenen Konflikten es dabei kommt, auf welchen Ebenen sich die Konflikte abspielen und welche Akteure daran beteiligt sind.

Ziel der **Fallstudien** ist es, die Entwicklungsdynamiken und Veränderungsprozesse der beiden Ausprägungen näher zu beleuchten. Konzeptionell wird dabei auf die Mehrebenen-Perspektive (Geels 2002; Geels und Schot 2007, 2010) rekurriert, anhand derer die Entwicklung von gesellschaftlichen Innovationen untersucht werden kann. Konkret werden mit Hilfe des **Multi-Impuls-Modells** (Hemmelskamp 1999) die wichtigsten Einflussfaktoren auf die ausgewählten Praktiken des Peer-to-Peer Sharing analysiert (vgl. Kapitel 1.2). Die Analysen stützen sich auf umfassende Desktop-Recherchen in relevanter Fachliteratur sowie auf Medienberichte und Selbstdarstellungen auf den Webseiten der betrachteten Akteure.

In Kapitel 2 und 3 werden zunächst alte und neue Akteure im relevanten Markt beschrieben, gegeneinander abgegrenzt und ihre Beziehungen zueinander dargestellt. Die zentralen **Einflussfaktoren** werden auf der Ebene von Technologie und Markt, Zivilgesellschaft und gesellschaftlichen Leitbildern sowie Regulierung betrachtet. Auf dieser Grundlage wird die Entwicklung der beiden Peer-to-Peer Sharing Praktiken nachgezeichnet und in mehrere Phasen unterteilt. Die auf die jeweilige Entwicklung einwirkenden förderlichen und hinderlichen Einflussfaktoren werden anschließend identifiziert und zusammenfassend dargestellt. Abschließend werden auf Grundlage eines Vergleichs der beiden Fallstudien die wichtigsten Herausforderungen für den Verankerungsprozess des Peer-to-Peer Sharing abgeleitet und übergreifende Schlussfolgerungen und Empfehlungen formuliert (Kapitel 4).

1.2 Konzeptioneller Rahmen

Mehrebenen-Perspektive

Das online-gestützte Peer-to-Peer Sharing ist eine gesellschaftliche Innovation, die sich, wie noch zu zeigen ist, in einigen Handlungsbereichen aus einem Nischenphänomen in eine weitverbreitete Praxis entwickelt hat. Dabei handelt es sich beim Sharing unter „Peers“ um eine gesellschaftliche Innovation (Vogelpohl und Simons 2015). Es geht also nicht lediglich um die Einführung einer neuen Technologie, sondern um weitreichende institutionelle Veränderungen, wie beispielsweise in Bezug auf tradierte Verhaltensnormen zum Umgang mit privatem Eigentum, auf das persönliche Nutzungsverhalten und die emotionale Bindung zu bestimmten Gütern, aber auch die faktische Aushebelung von Steuerbestimmungen und branchenspezifischen Auflagen.

Als gesellschaftliche Innovation tritt die Praxis des online-gestützten Peer-to-Peer Sharing in die Interaktion mit etablierten Praktiken und Strukturen, wobei es zu Dynamiken der Verdrängung, aber auch zur gegenseitigen Verstärkung oder eines Nebeneinanders alter und

neuer Praktiken kommen kann. Diese Prozessdynamiken werden im Folgenden konzeptionell auf Grundlage der Mehrebenen-Perspektive (Geels 2002; Geels und Schot 2007, 2010) erfasst, die zwischen Landschaft, Regime und Nische als Analyseebenen unterscheidet.

Während die übergreifenden Entwicklungen, wie etwa ein wachsender ökologischer Handlungsdruck, auf Landschaftsebene angesiedelt sind, werden sozioökonomische, -technische und -politische Strukturen eines gesellschaftlichen Teilbereichs auf der Regimeebene durch spezifische Akteurskonstellationen, Regeln und Konventionen und darin ablaufende Prozesse geprägt. Diese gefestigten Regime-Strukturen werden durch das Aufkommen neuartiger Praktiken, die sich als Möglichkeiten in geschützten Bereichen auf der Nischenebene entwickeln, aufgebrochen, in Frage gestellt und bestimmte Elemente gegebenenfalls ersetzt. Am Ende dieser vielfältigen Abwehr-, Anpassungs- und Integrationsprozesse steht ein rekonfiguriertes Regime, das seinerseits wieder auf die Landschaftsebene ausstrahlt.

Der Prozess des Umbruchs auf Regime-Ebene steht im Fokus der folgenden Analysen. Die beiden Fallstudien arbeiten für den jeweiligen Teilbereich auf Grundlage des Multi-Impuls-Modells heraus, welche Faktoren bei der Verankerung des Peer-to-Peer Sharing auf der Regimeebene einen wesentlichen Einfluss ausüben. Durch die Identifikation der wesentlichen Herausforderungen sollen Möglichkeiten für die Gestaltung des Transformationsprozesses für eine nachhaltigere Entwicklung aufgezeigt werden.

Multi-Impuls-Modell

Einen Ansatz zur Strukturierung wesentlicher Einflussfaktoren auf Innovationsprozesse bietet das sogenannte Schildkrötenmodell, das von Hemmelskamp (1999) entworfen und von Ahrens et al. (2003) und Fichter (2005) weiterentwickelt wurde. Dieses Modell stellt sechs prominente externe Einflussfaktoren heraus, die in Form von Zug- und Schubkräften auf einen Innovationsprozess einwirken. Dazu zählen die klassischen Einflussbereiche „Technology Push“ und „Market Pull“ sowie die ziehende (Regulativer Pull) und schiebende Funktion des Staates (Regulativer Push). Hinzu kommen die oft skandalisierende Beeinflussung durch gesellschaftliche Anspruchsgruppen (Zivilgesellschaftlicher Push) und nicht zuletzt die Kraft von Leitorientierungen und Visionen (Vision Pull). Als interne Kräfte werden netzwerk-spezifische (u. a. Kommunikationsstrukturen, Netzwerkmanagement), organisationale (u. a. Innovationserfahrung, Ressourcenausstattung) und personelle Einflussfaktoren (u. a. Vorhandensein von Leitakteuren) genannt.

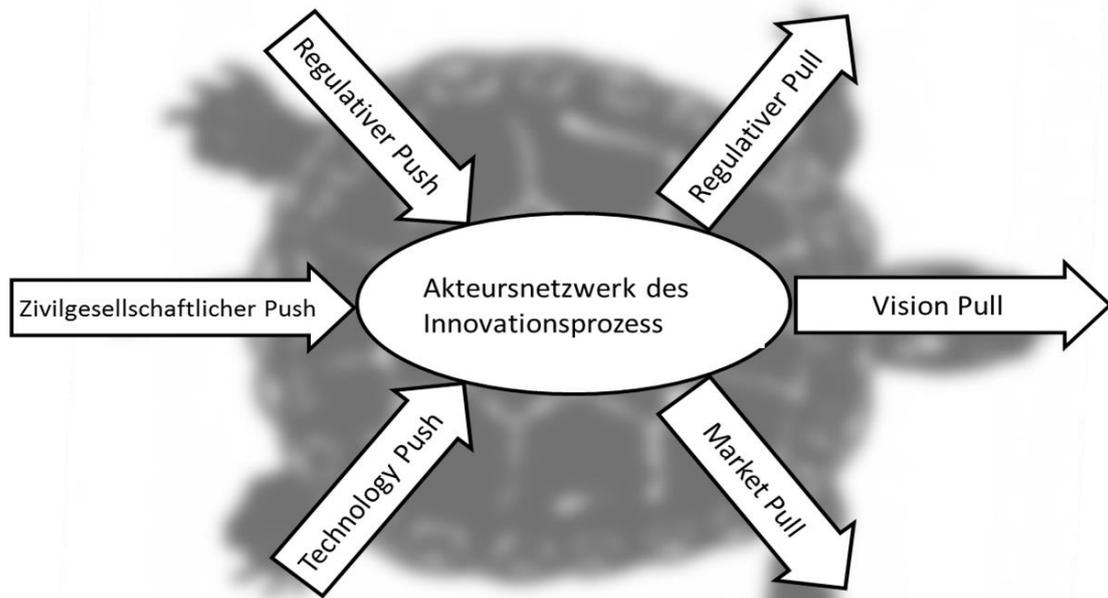


Abb. 1: Schildkrötenmodell

(eigene Darstellung)

Die folgenden Fallstudien orientieren sich an dieser Strukturierung, indem sie für die zwei Handlungsbereiche Apartment-Sharing und Peer-to-Peer Carsharing zunächst die wichtigsten Akteure und ihre Beziehungen beschreiben, um anschließend die wesentlichen Push- und Pull-Faktoren auf Technologie beziehungsweise Marktebene, auf zivilgesellschaftlicher Ebene sowie auf regulativer Ebene darzustellen. Ein abschließendes Kapitel fasst die wesentlichen Herausforderungen für die Verankerung von neuen Formen des Teilens unter Gleichen für den jeweiligen Handlungsbereich zusammen.

2 Fallstudie Apartment Sharing

2.1 Einführung

Im Mittelpunkt dieser Fallstudie steht die aufkommende Praxis des „Peer-to-Peer Apartment Sharing“ (oder auch „Home Sharing“), also das kurzzeitige (Unter-)Vermieten privaten Wohnraums an Fremde über das Internet. Digitale Vermittlungsplattformen versetzen Privatpersonen dazu in die Lage, den eigenen Wohnraum als Übernachtungsmöglichkeit oder Ferienunterkunft anzubieten. Was zunächst als idealistische Nischenpraxis auf der Grundlage gegenseitiger Gastfreundschaft offline entstand, hat sich mit der digitalen Vernetzung und der immer professionelleren Vermittlung entgeltlicher Angebote durch kommerzielle Plattformen inzwischen zu einem derart verbreiteten Phänomen entwickelt, dass sich der europäische Hotelverband im November 2015 veranlasst sieht, in einem offiziellen Strategiepapier zur Sharing Economy (HOTREC 2015a) die Wiederherstellung fairer Wettbewerbsbedingungen durch striktere Regulierung dieser Geschäftsmodelle einzufordern.

Verschiebungen der Machtverhältnisse in der Branche und eine ungewohnte Durchlässigkeit der Marktgrenzen für nichtgewerbliche Anbieter setzen den etablierten Akteuren zu. Vormalig existierende Markteintrittsbarrieren wurden durch die Vermittlungsportale soweit abgesenkt, dass immer neue Akteure in den Markt drängen. Herkömmliche Institutionen werden durch diese Entwicklungen in Frage gestellt und neue Governance-Arrangements müssen sich herausbilden.

2.2 Akteurskonstellationen

Die Digitalisierung hat die Tourismusbranche grundlegend verändert. Das Internet und mobile Kommunikationstechnologien haben die Transaktionskosten bei der kurzzeitigen Vermietung von Unterkünften erheblich gesenkt. Zugleich sind mit den **digitalen Vermittlungsplattformen für Übernachtungsangebote** neue Marktakteure entstanden, die als mächtige Intermediäre den Zugang zum Markt für Übernachtungsdienstleistungen kontrollieren.

Bei den Vermittlungsplattformen lassen sich drei wesentliche Typen unterscheiden (Abb. 2):

1. **Online-Reisebuchungsportale** übernehmen die klassische Funktion der Reisebüros im digitalen Zeitalter. Sie vermitteln die klassischen Dienstleistungen des Hotelgewerbes (wie die Vermietung von Hotelzimmern und Ferienhäusern) an deren Kund/innen.
2. **Sharing Plattformen** unterscheiden sich von Online-Buchungsportalen im Wesentlichen dadurch, dass sie (auch)¹ Privatunterkünfte vermitteln. Über diese Plattformen

¹ Obwohl sich einige Peer-to-Peer Apartment Sharing Plattformen, wie beispielsweise *Airbnb*, in der Regel als Vermittler von Privatunterkünften darstellen, werden darüber immer häufiger auch gewerbliche Dienstleistungen angeboten.

können also einfache Privatpersonen eigenen Wohnraum als Übernachtungsmöglichkeit vermieten.

3. **Gastfreundschaftsnetzwerke** unterscheiden sich von den Peer-to-Peer Sharing Plattformen im Wesentlichen dadurch, dass die vermittelten Übernachtungsangebote unentgeltlich sind. Sie sind deshalb als Vertriebskanal für gewerbliche Dienstleistungen nicht geeignet.

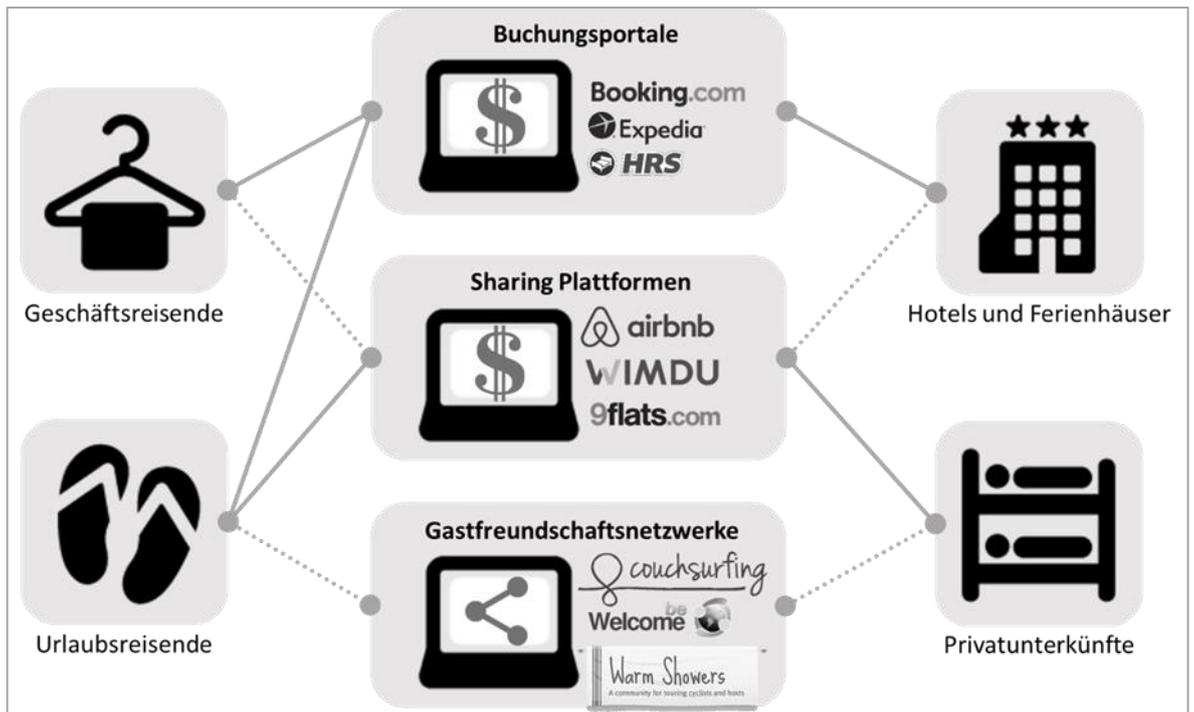


Abb. 2: Typen digitaler Vermittlungsplattformen

(eigene Darstellung, durchgezogene Linien kennzeichnen die vorwiegend genutzten Kanäle)

Das Aufkommen von Online-Vermittlungsplattformen für Übernachtungsangebote hat seit etwa Mitte der 1990er Jahre die Vertriebskanäle des Hotelgewerbes grundlegend verändert. Die damit einhergehende drastische Senkung der Transaktionskosten und die Bündelung von Marktinformationen auf den Portalen haben die Position des Verbrauchers gegenüber den Hotels gestärkt und den Wettbewerb zwischen den Hotels weiter verschärft. Hotelbuchungen werden heutzutage in Europa kaum noch direkt beim Anbieter vorgenommen (HOTREC 2015b). Über die letzten zwei Jahrzehnte haben sich die Reservierung von Hotelzimmern und Ferienwohnungen auf Online-Reisebuchungsportale (oder OTAs – Online Travel Agencies) verlagert, die gegen Kommission die Dienstleistungen des Hotelgewerbes über das Internet vertreiben. Gleichzeitig besteht auf Ebene der Vermittlungsplattformen ein hoher Wachstumsdruck, da die Attraktivität eines Portals direkt von der Anzahl der Angebote abhängt, die darauf gelistet sind.

Digitale Vermittlungsplattformen versetzen auch Privatpersonen zunehmend in die Lage, eigenen Wohnraum für kurze Zeit als Übernachtungsmöglichkeit oder Ferienunterkunft anzubieten. Daraus erwächst dem Hotelgewerbe und den Online-Reisebuchungsportalen neuer

Wettbewerb um die Gunst der Reisenden. Bei den nichtgewerblichen Übernachtungsangeboten von Privatpersonen ist zwischen entgeltlichen und unentgeltlichen Formen des Teilens zu unterscheiden. Heutzutage werden bei den weit verbreiteten Formen des P2P Apartment Sharing in der Regel Mietgebühren entrichtet. Das unentgeltliche Teilen von Wohnraum über Gastfreundschaftsnetzwerke stellt dagegen nach wie vor ein Nischenphänomen dar.

Online-Reisebuchungsportale

Das Triumvirat

Der europäische Markt für **Online-Reisebuchungsportale** ist extrem konzentriert. Er wird von nur drei großen Buchungsportalen Booking.com, Expedia und HRS beherrscht, die zusammen einen Marktanteil von 92 Prozent besitzen (HOTREC 2015b). Allein Booking.com besitzt einen Marktanteil von über 60 Prozent.² Aufgrund der Marktkonzentration herrscht ein starkes Machtgefälle zwischen den großen Portalen und den überwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen der Hotelbranche. Diese Marktmacht erlaubt es den Portalen, strenge Vertragsbedingungen bei den Hotels durchzusetzen. Üblich ist die Vereinbarung von Bestpreisklauseln, wonach die Hotels verpflichtet sind, den Portalen die günstigsten Preise, die höchstmögliche Zimmerverfügbarkeit und die günstigsten Buchungs- und Stornierungskonditionen einzuräumen. Das Bundeskartellamt hat die Best-Preis-Klausel bereits 2013 als kartellrechtswidrig erklärt, da sie den Wettbewerb zwischen den Portalen zulasten des Verbrauchers einschränke (Bundeskartellamt 2013). Derzeit führen verschiedene europäische Wettbewerbsbehörden Verfahren gegen diese Praxis (Bundeskartellamt 2015).

Sharing Plattformen

Der Markt für entgeltliche Sharing Angebote wird vom US-amerikanischen Unternehmen Airbnb beherrscht. Das Portal ist inzwischen der Inbegriff des „Home Sharing“ und zieht dementsprechend die allgemeine Kritik an diesem Geschäftsmodell auf sich (siehe Abschnitt 2.4). Trotz eines sich weltweit deutlich verschärfenden politischen Drucks in den letzten Jahren (siehe Abschnitt 2.5) wächst das Unternehmen weiter und erobert neue Marktsegmente (siehe Abschnitt 2.3). Aus dem anhaltenden Verdrängungswettbewerb innerhalb dieser Sparte in Europa und Deutschland geht der Weltmarktführer offenbar gestärkt hervor.

Der Weltmarktführer

Airbnb wurde 2008 in San Francisco gegründet. Die simple Geschäftsidee, Vermittlungsgebühren für die Bereitstellung von Privatunterkünften zu erheben, entstand wohl angesichts der großen Nachfrage, die den künftigen Gründern entgegenschlug, als sie den Teilnehmer/innen einer Designer Konferenz in San Francisco über eine Website aufblasbare Luftmatratzen als Schlafplätze anboten.³ Mindestens ebenso legendär sind die originellen Crowdfunding-Kampagnen, mit denen sich die drei Airbnb-Gründer Brian Chesky, Joe Gebbia und Nathan Blecharczyk 2008 die ersten 30.000 US-Dollar Startkapital sichern. Ein Jahr später erhält Airbnb bereits eine Seed-Finanzierung über 600.000 US-Dollar (Malik 2011).

² Das 1996 in den Niederlanden gegründete Portal vermittelt nach eigenen Angaben jeden Tag 1,2 Millionen Übernachtungen, wird in 40 Sprachen übersetzt und bietet mehr als eine Million aktive Unterkünfte. Das Portal gehört seit 2005 zur US-amerikanischen Gruppe Priceline, die laut Handelsblatt aktuell mit 62 Milliarden Dollar bewertet wird. Quellen: Booking.com: <http://www.booking.com/content/about.de.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017), Schlaumann 2016.

³ Zum Gründungsmythos von *Airbnb* siehe: Wikipedia-Eintrag <https://en.wikipedia.org/wiki/Airbnb> (letzter Zugriff: 28.03.2017).

Bei der Series-A-Finanzierung Ende 2010 stellen Investoren 7,2 Millionen Dollar für den weiteren Ausbau des Geschäftsbereichs bereit. Im Mai 2011 steigt das Unternehmen in den europäischen Markt ein, indem es den deutschen Nachahmer Accoleo aufkauft und seine erste außeramerikanische Niederlassung in Hamburg eröffnet (Kaczmarek 2011). Eine weitere Finanzierungsrunde im Juli 2011 bringt 112 Millionen US-Dollar ein, wobei der Wert des Unternehmens von den Investoren bereits auf eine Milliarde US-Dollar geschätzt wird.⁴ Eine außergewöhnliche internationale Expansion folgt: Nach der Eröffnung eines weiteren Büros in London folgen Paris, Mailand, Barcelona, Kopenhagen, Moskau und São Paulo (Wauters 2012), 2012 folgen Sydney und Singapur (Ong 2012). Das europäische Hauptquartier wird 2013 von Hamburg nach Dublin verlegt. Eine weitere Finanzierungsrunde in 2014 bringt 475 Millionen US-Dollar ein (Snyder 2014). 2015 werden bei einer Bewertung von nunmehr 25,5 Milliarden weitere 1,5 Milliarden US-Dollar Eigenkapital aufgenommen, die Mitarbeiterzahl wird auf 1.800 weltweit geschätzt (ZEIT ONLINE 2015a). Airbnb zählt jetzt weltweit ungefähr 60 Millionen Nutzer/innen und vermittelt täglich eine halbe Million Übernachtungen. Im Juli 2016 feiert das Unternehmen seinen 100 Millionsten Gast (Chafkin & Newcomer 2016). Die aktuellsten verfügbaren Daten von Oktober 2016 weisen Airbnb als den größten Anbieter von Unterkünften mit 2,3 Millionen Zimmern weltweit aus (Haywood 2016).⁵

Als dann im Oktober 2016 die Kapitalisierung ein weiteres Mal um etwa 850 Millionen US-Dollar aufgestockt wird, liegt der geschätzte Wert des Unternehmens bereits bei mehr als 30 Milliarden US-Dollar (Jansen 2015).⁶ Damit ist Airbnb derzeit höher bewertet als die Hotelkette Hilton und etwa achtmal so groß wie HomeAway, sein größter internationaler Konkurrent im Bereich der Ferienhausvermietung (Chafkin & Newcomer 2016). Die wichtigsten Wettbewerber des Weltmarktführers zu Beginn des Jahres 2016 in Deutschland sind die drei Online-Portale Wimdu, 9flats und Gloveler, die im Folgenden kurz beschrieben werden.

Die Wettbewerber in Deutschland

Das 2009 gegründete Karlsruher Online-Portal Gloveler gilt als der Pionier des Apartment Sharing in Deutschland. Die drei Gründer Armin Harbrecht, Marco Umfahrer und Andreas Sperber sind ehemalige Studenten der Universität Karlsruhe. Zu Beginn wird das Projekt vom Bundeswirtschaftsministerium sowie dem europäischen Sozialfonds im Rahmen des EXIST-Gründerstipendiums gefördert. Im Frühjahr 2010 bringt eine Finanzierungsrunde insgesamt 400.000 Euro ein (Freudstein 2010). In der Folge gelingt es dem Unternehmen mit einer Strategie des organischen Wachstums sein Vermittlungsangebot auf etwa 40.000 Schlafplätze in 80 Ländern auszubauen. Neben den Vermittlungsgebühren stellt die prämierte Softwarelösung „Unterkunftsmanager“ eine wichtige Einnahmequelle dar.⁷ Die Schwelle zur Profitabilität zu überschreiten gelingt dem Startup nicht, sodass Gloveler am 1. September 2016 Insolvenz anmelden muss.⁸ Zwei Monate später findet sich mit dem Berliner Travel- und Technologie-Provider Cultuzz Digital Media ein Investor, der das Portal nun

⁴ Zu den Investoren zählen Andreessen Horowitz und *DST Global Solutions* und *General Catalyst Partners*.

⁵ Die Plattform selbst wirbt damit, mehr als zwei Millionen Angebote in 191 Ländern zu listen. Quelle: <https://www.airbnb.de/about/about-us> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

⁶ URL: <http://qz.com/811381/why-airbnb-thinks-its-worth-more-than-30-billion/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

⁷ URL: <http://www.selbstaendig-im-netz.de/2011/12/27/ideen/gloveler-von-der-startup-idee-zur-realisation/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

⁸ URL: <https://www.ahgz.de/unternehmen/sharing-economy-gloveler-meldet-insolvenz-an,200012234331.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

noch stärker als Buchungsplattform für Privatunterkünfte mit reinem Fokus auf Deutschland positionieren will (HWW 2016).

Das Portal 9flats wurde von Stephan Uhrenbacher, dem erfahrenen Gründer des Peer-to-Peer Bewertungsportals Qype, im Februar 2011 lanciert. Der Hauptsitz von 9flats ist zunächst Hamburg. In kürzester Zeit werden jedoch weitere Büros in Berlin, London und Valencia eröffnet. Im Mai 2011 erhält das junge Unternehmen eine Finanzierung von über zehn Millionen US-Dollar (Khoschnam 2011). Im Januar 2012 stößt auch die Beteiligungsgesellschaft der Deutschen Telekom T-Ventures als Investor dazu. Als 2014 Roman Bach die Geschäftsführung von 9flats übernimmt, schreibt das Unternehmen bereits schwarze Zahlen. 2016 vermittelt es nach eigenen Angaben bereits 200.000 private Unterkünfte weltweit und ist damit das drittgrößte Portal dieser Art am deutschen Markt.⁹

Im April 2016 wird überraschend der Verkauf von 9flats an eine neue Gesellschaft in Singapur angekündigt. Als Grund für den Marktaustritt werden die regulativen Rahmenbedingungen in Deutschland, insbesondere aber das Zweckentfremdungsgesetz der Stadt Berlin, angeführt (siehe Abschnitt 2.5), wo das Unternehmen etwa 2.500 Angebote listet (Kotowski 2016). Nachdem noch im Oktober 2016 Zahlungsschwierigkeiten des Unternehmens kolportiert werden¹⁰, wird nur wenige Tage später die Übernahme des Konkurrenten Wimdu durch 9flats verkündet (Hüsing 2016). Damit übernimmt das Unternehmen seinen nächstgrößten Konkurrenten und schwingt sich kurzzeitig zum wichtigsten Wettbewerber von Airbnb auf dem deutschen Markt auf.

Wimdu ist eine weitere deutsche Kopie des Geschäftsmodells von Airbnb. Das Unternehmen wird fast zeitgleich mit 9flats – drei Jahre nach dem US-amerikanischen Vorbild – im März 2011 in Berlin gegründet. Die schwedische Kapitalgesellschaft Kinnevik und der Inkubator Rocket Internet, der bereits in mehreren Fällen¹¹ erfolgreich amerikanische Start-up Ideen am deutschen Markt etablieren und nach einer schnellen Wachstumsphase an das Original verkaufen konnte, stellen im Juni 2011 eine Finanzierung über 90 Millionen US-Dollar bereit (Schmidt 2011). Auch bei Wimdu verfolgt man eine Strategie der schnellen Expansion. Bereits vier Wochen nach dem Start wird der chinesische Ableger Airizu gegründet (Khoschnam 2011). In nur vier Monaten wächst das Unternehmen auf etwa 400 Mitarbeiter in 15 Büros an (ebd.). Statt der erwarteten Übernahme setzt Airbnb im Mai 2011 bei seinem Einstieg in den deutschen Markt jedoch auf Konfrontation und Wettbewerb. Die Strategie des schnellen Wachstums fordert nun Tribut: Wimdu muss Entlassungen vornehmen und im September 2012 seine internationalen Büros neu strukturieren. Im Oktober 2014 wird eine neue Unternehmensführung eingesetzt, die nun eine Strategie der Differenzierung verfolgt: Wimdu versucht sich durch höherklassige Wohnungen von seinen Konkurrenten abzugrenzen.

Nach eigenen Angaben ist Wimdu im Sommer 2016 Europas größtes Portal für Ferien-Apartments mit mehr als 300.000 Unterkünften in über 150 Ländern. Das Inkrafttreten des Zweckentfremdungsverbots an seinem Gründungsstandort trifft Wimdu jedoch offenbar stärker als seine Wettbewerber. Zusammen mit dem 2013 gegründeten Verein betroffener Ferienwohnungsbesitzer Apartment Allianz reicht das Unternehmen im April 2016 eine Klage

⁹ URL: <https://www.9flats.com/de> (letzter Zugriff: 27.03.2017)

¹⁰ URL: <http://biztravel.fvw.de/index.cfm?cid=4070&pk=163511&event=showarticle&p=1> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

¹¹ Auktionsportal Alando, Klingeltonanbieter Jamba, Gutscheinformal Groupon und Schuhverkaufsporta! Zalando.

gegen die Stadt Berlin ein, die jedoch im Juni 2016 vom Verwaltungsgericht abgewiesen wird. Im August 2016 kommen erneut Gerüchte über notwendige Entlassungen und Umstrukturierungen auf. Kurze Zeit darauf wird im August 2016 die Übernahme von Wimdu durch den Wettbewerber 9flats angekündigt (s. oben).

Damit sind die Turbulenzen am deutschen Markt für die internetbasierte Vermittlung entgeltlicher Unterkünfte durch private Anbieter noch nicht vorbei. Kurz nach dessen Übernahme durch 9flats wird noch im November 2016 der Weiterverkauf von Wimdu an den dänischen Ferienwohnungsvermittler Novasol angekündigt (Rungg 2016).

Gastfreundschaftsnetzwerke

Noch bevor der Begriff der „Sharing Economy“ geprägt wurde, begann man in sogenannten **Gastfreundschaftsnetzwerken** Schlafplätze anzubieten, für die keine Gegenleistung verlangt wurde. Die frühen Formen des Peer-to-Peer Apartment Sharing waren also unentgeltlich. Das Aufkommen sozialer Netzwerke erleichterte nichtpekuniär motivierten Gastgebernden und Unterkunftssuchenden die Kontaktaufnahme. Im Gegensatz zum heute gängigen Verständnis von Peer-to-Peer Apartment Sharing standen bei den Gastfreundschaftsnetzwerken nicht die Vermietung, sondern die Begegnung mit Gleichgesinnten („Peers“), die Bildung von Vertrauen in die Gemeinschaft und Völkerverständigung im Mittelpunkt der Austauschbeziehungen (siehe auch Abschnitt 2.4).

Die ersten digitalen Gastfreundschaftsnetzwerke

Das erste internetbasierte Gastgeber Netzwerk Hospex wurde 1992 in Polen gegründet und fusionierte 2005 mit dem im Jahr 2000 in Dresden gegründeten Hospitality Club.¹² Von diesem spaltete sich 2007, aufgrund von Meinungsverschiedenheiten zwischen dem Netzwerkgründer Veit Kühn und einigen ehrenamtlich Engagierten über die Verfasstheit der Organisation¹³, das Freiwilligen-Netzwerk BeWelcome ab. Im Jahr 2012 verschreckte eine umstrittene Kooperation mit der kommerziellen Plattform Airbnb weitere Aktivisten. Obwohl immer noch mehr als 300.000 Mitglieder darauf gelistet sind, scheint die offizielle Seite des Hospitality Clubs inzwischen veraltet und weitgehend verwaist, von sporadischen Forum-Einträgen abgesehen.¹⁴ Ein ähnliches Schicksal ereilte wohl auch das vom Australier Adam Staines 2001 ins Leben gerufene Netzwerk Global Freeloaders, welches zwar angeblich noch etwa 115.000 Mitglieder zählt¹⁵, die Kommentare auf der Facebook-Seite des Netzwerks sprechen jedoch Bände.¹⁶

Die obigen Beispiele verdeutlichen die Schwierigkeit, gemeinwohlorientierte Online-Communities über einen längeren Zeitraum ausschließlich durch freiwilliges Engagement aufrecht

¹² Wikipedia-Eintrag über Gastfreundschaftsnetzwerke: <https://de.wikipedia.org/wiki/Gastfreundschaftsnetzwerk> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

¹³ Geschichte von BeWelcome auf der Seite der Non-Profit-Organisation BeVolunteer: <http://www.bevolunteer.org/about-bevolunteer/history/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

¹⁴ URL: <http://www.hospitalityclub.org/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

¹⁵ URL: <http://www.globalfreeloaders.com/memberlocations.php> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

¹⁶ Kommentar auf der Facebook-Seite von Global Freeloaders (<https://www.facebook.com/GlobalFreeloaders/posts/717257831675008>): „Please Adam, update the site as there are lots of people on who have VERY old listings. It used to be so good, we have used it a lot in the past for hosting and visiting. There is a need but please update it. thanks ;)“ (letzter Zugriff: 28.03.2017)

zu erhalten. Insbesondere, wenn aufgrund des Wachstums auch die Heterogenität des Netzwerks zunimmt, scheint eine **Professionalisierung der Community-Plattform** unausweichlich. Dem Netzwerk Couchsurfing ist der Wechsel zu einem gewinnorientierten Geschäftsmodell offenbar gelungen.

Der Zwitter

Mit über 10 Millionen Mitgliedern ist Couchsurfing weltweit das größte Gastfreundschaftsnetzwerk und das bei weitem bekannteste Vermittlungsportal für kostenlose Übernachtungen.¹⁷ 2004 von Casey Fenton in San Francisco gegründet, wurde es vor allem durch das freiwillige Engagement seiner Mitglieder getragen, bis es 2011 in eine Benefit Corporation¹⁸ umgewandelt wurde. Derart verfasst, konnte Couchsurfing in zwei Finanzierungsrunden 7,6 Millionen US-Dollar¹⁹ und 15 Millionen US-Dollar an Beteiligungskapital erzielen.²⁰

Die Umstrukturierung der Organisation in der Folgezeit brachte einige schwerwiegende technische, datenrechtliche (Die Welt 2013) und organisatorische Probleme mit sich. Als besonders heikel für die Existenz des Netzwerks erwies sich das gestörte Vertrauensverhältnis innerhalb der Community: Mitstreiter/innen fühlten sich durch die Umwandlung der gemeinnützigen Organisation in ein Unternehmen um ihre freiwillig geleisteten Beiträge zur Gemeinschaft betrogen (Roudman 2013). Zugleich bestand die Befürchtung, dass sich mit der Aufnahme von Wagniskapital der strategische Fokus des Portals zu stark auf die Gewinnerwirtschaftung verlagern würde.²¹ Tatsächlich veränderte sich mit der starken Ausweitung des Netzwerks nach seiner Umwandlung die Zusammensetzung der Nutzergemeinschaft deutlich, wodurch auch vermehrt Sicherheitsprobleme auftraten (siehe Abschnitt 2.4) und mediale Aufmerksamkeit erlangten.

Ende 2013 übernahm Jennifer Billock die Position an der Spitze des etwa zwanzigköpfigen Teams (Lunden 2013). Ein Jahr später lancierte Couchsurfing ein neues Design seiner Plattform.²² Einnahmen werden derzeit vornehmlich über einen Verifizierungsservice generiert, über den Plattformnutzer ihre Identität und Vertrauenswürdigkeit nachweisen können. Andere Einkommensmodelle sollen aber zukünftig ausprobiert werden.²³ Im Unterschied zu den Sharing Plattformen, hält Couchsurfing weiterhin daran fest, dass auf dem Portal Über-

¹⁷ URL: <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

¹⁸ Die Benefit Corporation (B-corporation) ist eine seit 2010 in vielen Bundesstaaten der USA eingeführte Unternehmensform, mit der Gemeinwohl und privatwirtschaftlicher Nutzen besser vereinbar gemacht werden soll. Sie darf Gewinne an ihre Gesellschafter ausschütten, hat aber höhere Auflagen bei der Transparenz ihrer Geschäftszahlen und muss ihre Gemeinnützigkeit regelmäßig prüfen lassen. Siehe: https://de.wikipedia.org/wiki/Benefit_Corporation (letzter Zugriff: 28.03.2017)

¹⁹ Die Hauptinvestoren waren Benchmark Capital und Omidyar Network. Auch die Berliner Beteiligungsgesellschaft Point Nine Capital stieg kurze Zeit später als erster europäischer Investor ein (Perlroth 2011).

²⁰ Die wichtigsten Investoren sind General Catalyst Partners, Menlo Ventures, Benchmark Capital and Omidyar Network (Gallagher 2015).

²¹ Die vermeintliche Kommerzialisierung von Couchsurfing wurde von einigen Aktivisten als „Zersetzung von innen“ heftig kritisiert. So auch Meretz (2011).

²² URL: <http://blog.couchsurfing.com/whats-changed-on-couchsurfing/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

²³ URL: <http://blog.couchsurfing.com/ask-the-ceo-revenue-at-couchsurfing/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

nachtungen unentgeltlich angeboten werden müssen. Das Unternehmen betont den besonderen Wert seiner globalen Community von Gleichgesinnten (siehe Abschnitt 2.4) und löscht kommerzielle Angebote von seiner Website.

Inzwischen werden nach eigenen Angaben jährlich ungefähr vier Millionen „Surfer“ mit etwa 400.000 Gastgebern zusammengebracht.²⁴ Damit ist Couchsurfing eines der wenigen Portale, die als kommerzielle Plattform einer gemeinnützigen Gemeinschaft eine Art Zwitterstatus einnehmen.

Die Gemeinwohlorientierten

Einige Gastfreundschaftsnetzwerke, die von gemeinwohlorientierten Organisationen erfolgreich geführt werden, zeigen jedoch, dass eine Professionalisierung der Vermittlung nicht zwangsläufig auf eine Gewinnerorientierung des Portals hinauslaufen muss. BeWelcome wird erfolgreich von der gemeinnützigen Non-Profit Organisation BeVolunteer getragen, die sich 2006 in Frankreich gegründet hat. Das Netzwerk ist inzwischen 10 Jahre aktiv²⁵ und zählt heute nach eigenen Angaben etwa 93.000 Mitglieder.²⁶ Damit ist es innerhalb Europas derzeit das wohl wichtigste gemeinnützig organisierte Portal. Auch das bereits 1993 in den USA gegründete (aber erst 2005 online gestellte) WarmShowers, ein Netzwerk speziell für Fahrradtouristen, setzt ausschließlich auf die Gegenseitigkeit seiner Mitglieder.²⁷ Auch dieses Netzwerk wird von einer Non-Profit Organisation, der Warmshowers.org Foundation, in Colorado betrieben. Es zählt nach eigenen Angaben mehr als 100.000 Mitglieder und besitzt knapp 50.000 aktive Gastgeber. Das erst Ende 2014 gegründete Netzwerk Trustroots wird von der britischen Stiftung Trustroots Foundation getragen und ausschließlich über Spenden finanziert. Es besitzt bereits mehr als 22.000 Mitglieder, von denen etwa ein Fünftel Übernachtungsmöglichkeiten anbietet.²⁸ Die Organisationen genießen aufgrund ihrer Gemeinnützigkeit ein besonderes Vertrauen durch ihre Communities und setzen für die Verbreitung ihres Modells vor allem auf Empfehlungen durch ihre Mitglieder.

Entwicklung des Apartment Sharing (2004 bis 2016)

- 2004: Gründung von Couchsurfing
- 2008: Gründung von Airbnb
- 2009: Gründung von Gloveler
- 2011: Gründung von 9flats und Wimdu
- 2011 und 2012: Über 100 Millionen Dollar Eigenkapital und internationale Expansion von Airbnb
- 2011 und 2012: Wimdu und 9flats expandieren weltweit

²⁴ URL: <https://www.couchsurfing.com/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

²⁵ Mitgliedsstatistiken des Netzwerks BeWelcome: <https://www.bewelcome.org/stats> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

²⁶ Aktuelle Berichte aus der Community und Selbstdarstellung des Portals: <https://www.bewelcome.org/about> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

²⁷ „We are built on 100% Reciprocal Hospitality“, <https://www.warmshowers.org> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

²⁸ URL: <https://www.trustroots.org/statistics> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

- 2011 und 2012: Couchsurfing wird ein Unternehmen und erhält über 20 Millionen Dollar
- 2013 bis 2016: Airbnb erhält mehr als 3 Milliarden Dollar und expandiert in neue Geschäftsbereiche
- 2014 bis 2016: Zunahme des regulatorischen Drucks (z.B. Zweckentfremdungsverbotsgesetz)
- Mai 2016: Wimdu verliert Klage gegen die Stadt Berlin
- 2016: Airbnb steigt in neue Geschäftsbereiche ein und kündigt Zusammenarbeit mit kommunalen Verwaltungen an
- September 2016: Insolvenz Gloveler
- Oktober 2016: Übernahme Wimdu durch 9flats
- November 2016: Übernahme Wimdu durch Novasol

2.3 Technologie und Markt

Technologie

Unter technologischen Gesichtspunkten ist die schnelle und kostengünstige Übertragung digitaler Informationen über das Internet eine notwendige Voraussetzung für das Aufkommen von Online-Vermittlungsplattformen für Übernachtungsmöglichkeiten, und ist damit als Einflussfaktor für das Peer-to-Peer Apartment Sharing kaum zu überschätzen. Dabei waren vor allem die neuen Möglichkeiten eines bidirektionalen Austauschs und der Bereitstellung nutzergenerierten Inhalts, die das **Web 2.0** mit sich brachte, für den Aufbau sozialer Netzwerke und für die Vermittlung privater Unterkünfte auf den Buchungsplattformen ausschlaggebend. Während die Ablösung herkömmlicher Reisebüros durch digitale Hotelbuchungsportale bereits mit der ersten Internetgeneration in den 1990er Jahren begann, bedurfte es der sozialen Medien ab Mitte der 2000er Jahre für die Entstehung digitaler Gastfreundschaftsnetzwerke und einer Reihe interaktiver und kollaborativer Elemente des Internets für die Verbreitung heutiger Formen des Online Apartment Sharing.

Während das World Wide Web der ersten Generation noch aus statischen HTML-Seiten bestand, die von nur wenigen Bearbeitern bereitgestellt wurden, basiert das Grundprinzip des internetgestützten Apartment Sharing im Wesentlichen darauf, dass die digitalen Vermittlungsportale lediglich die interaktiven Anwendungen zur Verfügung stellen, mit deren Hilfe die Anwender der Plattform ihre Gesuche und Angebote weitgehend selbst erstellen und bearbeiten können. Bei den Portalen handelt es sich also um (zweiseitige) **virtuelle Marktplätze** für Übernachtungsmöglichkeiten, wo die über viele Nutzer/innen verteilten Informationen über Angebot und Nachfrage von Unterkünften zusammenlaufen. Kommen durch das Aufeinandertreffen passender Angebot-Nachfrage-Paare Transaktionen zustande, erheben die kommerziellen Plattformen in der Regel eine Gebühr für die Vermittlung.

Die Wahrscheinlichkeit, passende Transaktionspartner zu finden, steigt mit der Nutzerzahl einer Plattform. Die Attraktivität der Plattform für potenzielle Anwender/innen hängt also stark davon ab, wie viele andere dieselbe Plattform bereits benutzen. Je mehr Anfragen eine

Vermittlungsplattform auf sich vereint, umso attraktiver ist sie für die Anbietenden, und je mehr Inserate darauf gelistet sind, umso attraktiver für die Reisenden. Die Existenz sogenannter **Netzwerkeffekte** ist eine Erklärung für den hohen Wachstumsdruck, der auf Vermittlungsplattformen für Peer-to-Peer Apartment Sharing lastet.

Markt

Aufgrund der sich selbst verstärkenden Dynamiken ist es für den Erfolg eines Vermittlungsportals entscheidend, schnell eine möglichst große Zahl von Nutzer/innen zu erreichen. Neu lancierte Portale sind darum bemüht, in kürzester Zeit eine kritische Masse von Nutzer/innen zu gewinnen. Dazu sind im Übernachtungsbereich **frühzeitige Investitionen** in eine weltweite Präsenz, eine möglichst niedrigschwellige und attraktive Gestaltung der Anwenderschnittstelle, sowie in die Bekanntheit des Portals bei der Zielgruppe durch Marketing, die Entwicklung von Instrumenten zur Vertrauensbildung in die angebotenen Dienstleistungen und Transaktionspartner, die Verwaltung der Konten und die Sicherstellung der technischen Abwicklung von Transaktionen, und, nicht zuletzt, in die Imagepflege notwendig, lange bevor sich das Geschäftsmodell auszahlen kann. Eine entsprechende Risikofinanzierung stellt also einen wichtigen Wettbewerbsvorteil dar.

Vergleicht man die **Eigenkapitalfinanzierung** von Airbnb, die mehr als drei Milliarden Dollar beträgt, mit dem Beteiligungskapital seiner beiden Hauptkonkurrenten am deutschen Markt Wimdu und 9flats, die zusammen um die 100 Millionen Euro erzielten, ist es kaum verwunderlich, dass diese dem aggressiven Expansionskurs des Weltmarktführers bisher nichts entgegensetzen hatten. Während Airbnb inzwischen mehr als zwei Millionen Übernachtungsangebote vermittelt, erreichen Wimdu und 9flats zusammen gerade einmal eine halbe Million.

Darüber hinaus ist es Airbnb im Gegensatz zu seinen Konkurrenten gelungen, eine **starke Marke** zu entwickeln und mit einem sozialen Image aufzuladen (Abschnitt 2.4). Eine Online-Umfrage der Hochschule Worms Anfang 2015 verdeutlicht den hohen Bekanntheitsgrad von Airbnb (92,3 Prozent) in Deutschland im Vergleich zu seinen direkten Wettbewerbern Wimdu (44,8 Prozent) und 9flats (24,9 Prozent) (Conrady 2015).

Der Verdrängungswettbewerb zwischen den Vermittlungsplattformen hat sich weiter verschärft. Airbnb geht aus den Turbulenzen am deutschen Markt als Sieger hervor. Seine drei wichtigsten Wettbewerber Wimdu, 9flats und Gloveler sind aktuell deutlich geschwächt und/oder im Begriff, sich neu zu positionieren. Der Weltmarktführer dringt unbeirrt in weitere Geschäftsbereiche (z.B. den Geschäftskundenbereich und den Bereich komplementärer Dienstleistungen) vor. Der Markt für die Vermittlung von Peer-to-Peer Apartment Sharing steuert auf eine Monopolisierung zu.

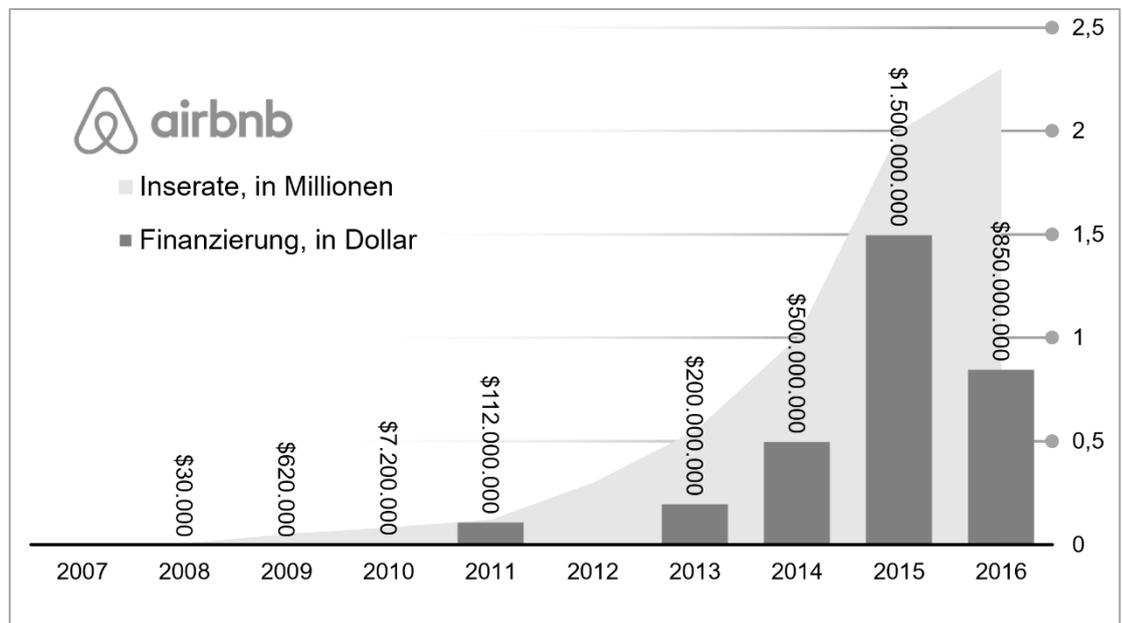


Abb. 3: Angebote auf Airbnb und Bereitstellung von Beteiligungskapital

(eigene Darstellung)

Große Teile des Reisebuchungsmarkts laufen heute bereits über Sharing Plattformen. Mehr als 14,5 Millionen Übernachtungen in Privatunterkünften werden in Deutschland jährlich über solche Plattformen vermittelt. Besonders hoch ist der Anteil in den großen Metropolen. Laut einer Studie des Hotelmarktentwicklungsunternehmens GBI nutzt jede/r elfte Städtereisende in Deutschland das Angebot von Apartment Sharing (GBI AG 2016). In Berlin liegt der Anteil 2015 demnach bereits bei über 20 Prozent des gesamten Übernachtungsvolumens. Zu den 30,25 Millionen Hotelübernachtungen im Jahr kommen nach Schätzung der GBI AG weitere 6,1 Millionen Übernachtungen in Privatunterkünften hinzu (ebd.). Nach Angaben von Airbnb zu seiner Berliner Community²⁹ wurden im Jahr 2015 etwa 568.000 Gäste für durchschnittlich 4,6 Nächte beherbergt, was etwas mehr als 2,6 Millionen Übernachtungen entspricht. Das Teilen von privaten Unterkünften über digitale Plattformen ist also im **Mainstream** angekommen.

Der **Preis der Übernachtungsangebote** im Vergleich zu Hotels und Pensionen spielt für den großen Erfolg der Sharing Plattformen eine wichtige Rolle. Privatunterkünfte sind in der Regel deutlich günstiger als Hotels.³⁰ Einer aktuellen Umfrage von Morgan Stanley (Verhage 2016) unter mehr als 4.000 Personen aus den USA, dem Vereinigten Königreich, Frankreich und Deutschland zufolge ersetzt das Sharing für 49 Prozent der Airbnb-Nutzer/innen herkömmliche Hotels und für 37 Prozent Frühstückspensionen. Damit werden Anbieter von Privatunterkünften zu einer ernsthaften Konkurrenz für die Hotellerie. Hotelverbände kritisieren

²⁹ URL: <https://www.airbnb-citizen.com/wp-content/uploads/2016/04/airbnb-community-berlin-en.pdf> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

³⁰ Plattformen werben mit dem Preisargument und stellen heraus, dass man bei ihnen bis zu 50 Prozent gegenüber Hotels sparen kann.

deshalb vehement den unfairen Wettbewerbsvorteil, der nichtgewerblichen Angeboten daraus erwächst, dass sie nicht denselben Steuerpflichten und Branchenbestimmungen unterliegen wie das Hotelgewerbe (HOTREC 2015a).

Aber auch die **Art der Unterkünfte**, die von Privaten angeboten werden, bieten Vorteile gegenüber herkömmlichen Angeboten des Hotelgewerbes. Familien zum Beispiel wissen es zu schätzen, mehr Freiheiten als im Hotel zu haben, also etwa eine Waschmaschine oder eine Küche, während sie mit ihren Kindern unterwegs sind (Hegenauer 2016). Für besondere Gelegenheiten werden über Peer-to-Peer Sharing Plattformen auch außergewöhnliche Übernachtungen, zum Beispiel in Schlössern, Baumhäusern, Booten oder Jurten, angeboten.

Darüber hinaus werden privat geteilte Unterkünfte mit einem **besonderen Reiseerlebnis** bezüglich Abenteuer und Authentizität verbunden. Da der Vermieter einer Privatunterkunft in der Regel selbst dort lebt, ist er mit den Gegebenheiten vor Ort und den lokalen Gepflogenheiten besonders vertraut und kann sein Wissen darüber an seine Gäste weitergeben. Um diesen Erlebnisvorteil weiter zu stärken, testet Airbnb derzeit unter dem Titel "Magical Trips" ein neues Format, das seinen Gastgebenden erlaubt, zusätzliche Dienstleistungen wie Stadtführungen oder Restaurantbuchungen anzubieten. Dadurch sollen die Gäste die Möglichkeit haben, die jeweilige Stadt, den Ort oder die Nachbarschaft auf eine besondere Art kennenzulernen (AHGZa 2016).

Insgesamt ist über die letzten ein bis zwei Jahre zu beobachten, dass der Weltmarktführer unter den Sharing Plattformen seine Anstrengungen verstärkt, durch das Angebot kompletterer Dienstleistungen (z.B. Flugbuchungen, Stadt- und Restaurantführungen), Investitionen in Forschung und Entwicklung und strategische Kooperationen in **neue Geschäftsfelder** vorzudringen. Das Geschäftsreisesegment beispielsweise war bisher noch weitgehend den Hotels und Reisebuchungsportalen vorbehalten.³¹ So werden die Buchungen von Geschäftsreisen häufig nicht von den reisenden Personen selbst vorgenommen und müssen deshalb in Bezug auf Flexibilität, Bezahlung und Abrechenbarkeit hohen Anforderungen genügen. In Zusammenarbeit mit Airplus, einem Anbieter von Lösungen für das Geschäftsreise-Management, plant Airbnb nun die Integration von vollautomatisierten Reisemanagementtools für die Abrechnung und Bezahlung (AHGZ 2016b). Damit greift Airbnb nun auch einen besonders lukrativen Kernbereich des Hotelgeschäfts an, denn Geschäftsreisende sind in der Regel besser vorhersehbare, weniger preissensitive und loyalere Kunden.

Der Trend zur erhöhten **Mobilität von Arbeitsplätzen** und das Aufkommen sogenannter „digitaler Nomaden“ lässt zudem die Zahl von jungen Geschäftsreisenden steigen, die Sharing Angeboten aufgeschlossen gegenüberstehen. Geschäftsreisende sehen in Sharing Angeboten zunehmend eine willkommene Möglichkeit, der Einförmigkeit von Hotelzimmern zu entfliehen. Die Nutzer/innen von Peer-to-Peer Sharing Plattformen sind also nicht mehr nur auf den Freizeitbereich beschränkt. Im vergangenen Jahr sollen bereits 18 Prozent aller Geschäftsreisenden zumindest einmal Airbnb genutzt haben (AHGZ 2016c).

Zu sonstigen Aktivitäten von Airbnb mit Blick auf die Ausweitung des Geschäftsmodells gehören die Einrichtung des Gemeindezentrums „Samara“ in einer japanischen Kleinstadt im

³¹ Geschäftsleute wollen den kompletten Service, sie wollen Schnelligkeit beim Check-in und Bezahlung, perfekte Lage etwa zur Messe, ein Frühstück, WLAN, Ruhe, Diskretion und sich nicht Gedanken machen müssen, wer hier vielleicht die Nacht zuvor verbracht hat.

Februar 2016, das als Labor für Architektur, Innendesign und Stadtplanung fungieren soll.³² Außerdem entwickelt das Unternehmen derzeit einen Service zur Buchung von Flügen, um auch auf diesem Gebiet mit den Online-Reisebuchungsportalen zu konkurrieren (Zaleski und De Vynck 2016). Zwar sind die Gewinnmargen bei Flugbuchungen nicht so hoch wie bei der Vermittlung von Unterkünften, jedoch lassen sich über dieses Dienstleistungsangebot auch Nachfrageströme auf Übernachtungsangebote lenken.

Die wachsende Bedeutung der Sharing Plattform als Alternative zu Online-Reisebuchungsportalen wird unter anderem auch daran deutlich, dass der Schweizer Hotelverband seinen Mitgliedern die Nutzung von Airbnb als Vertriebskanal empfiehlt (Hotelleriesuisse 2016). Während die Bedrohung von Hotels und Online-Buchungsportalen durch Sharing Angebote noch gelegentlich heruntergespielt wird (Hartmans 2016), ist längst ein harter **Wettbewerb um Marktanteile** in verschiedenen Geschäftsfeldern des Tourismusgewerbes ausgebrochen.

2.4 Zivilgesellschaft und Vision

Visionen und Leitbilder

Die Vision, die sich mit der Praktik des privaten Wohnungsteilens mit Fremden verbindet, ist die einer globalen Gemeinschaft, die sich durch Großzügigkeit, Menschenliebe, Diversität, Toleranz, Respekt, Neugier und Offenheit auszeichnet. Sie gründet auf ein **Idealbild vom Weltbürger**, der überall zuhause ist und überallhin freundschaftliche Beziehungen pflegt. Auf Reisen zu gehen und Gastfreundschaft zu üben, werden zur sinnstiftenden Suche nach vertrauensvollen Verbindungen zwischen Menschen und Orten erhoben und zur weltverbessernden Erfahrung von Gemeinsamkeit überhöht. Am deutlichsten wird dieses Ideal durch Gastfreundschaftsnetzwerke formuliert, für die das freiwillige Engagement ihrer Mitglieder die wichtigste Ressource darstellt.

Digitale Netzwerke zur Vermittlung von unentgeltlichen Übernachtungen sind in vielen Fällen aus Initiativen (wie z.B. Servas Open Doors) hervorgegangen, die explizit Ziele wie Weltfrieden sowie internationale und interkulturelle Verständigung anstreben.³³ **Vertrauen in Fremde** ist damit zugleich Ausgangspunkt und Ziel der Austauschbeziehungen. Um Fremde in die eigene Wohnung einzuladen, ist ein Grundvertrauen in die Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit anderer Menschen vorausgesetzt. Das Erleben von Gastfreundschaft, das Kennenlernen anderer Kulturen und Lebensstile und unerwartete Begegnungen sollen das entgegengebrachte Vertrauen bestätigen und weiter stärken. Auf diese Weise soll die Gemeinschaft wachsen, zwischenmenschliche Brücken gebaut und internationale Verständigung gefördert werden.

Ein solches **Ideal von einer globalen Gemeinschaft von Gleichgesinnten** zeigt sich eindrücklich am Leitbild von Couchsurfing:³⁴ „We envision a world where everyone can explore

³² URL: <https://www.fastcodesign.com/3062246/an-exclusive-look-at-airbnbs-first-foray-into-urban-planning> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

³³ Zur Geschichte der Gastfreundschaftsnetzwerke: <https://de.wikipedia.org/wiki/Gastfreundschaftsnetzwerk> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

³⁴ URL: <http://www.couchsurfing.com/about/values/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

and create meaningful connections with people and places they encounter. Building meaningful connections across cultures enables us to respond to diversity with curiosity, appreciation, and respect. The appreciation of diversity spreads tolerance and creates a global community.“

Gastfreundschaftsnetzwerke haben den entscheidenden Nachteil, dass der Aufwand für Suche und Vereinbarung einer Übernachtungsmöglichkeit ungleich höher ist als bei Hotels oder typischen Sharing Angeboten, weil mögliche Gastgeber in der Regel zunächst von der Sympathie und Vertrauenswürdigkeit ihrer Gäste überzeugt werden müssen. Hinzukommt, dass auch die rechtliche Verbindlichkeit einer Zusage fraglich ist, da bei fehlender Gegenleistung keine einklagbare Forderung entsteht (Koolhoven 2016). Mit Größe und Heterogenität der Netzwerke steigen diese Unwägbarkeiten zusätzlich, da die Unsicherheiten in Bezug auf die Beweggründe der anderen Mitglieder wachsen.

Da Sharing Angebote entgeltlich sind, ist ein Appell an idealistische Motive der Gastgeber entbehrlich. Die **Pflege der Community** und des öffentlichen Images besitzen für Sharing Plattformen dennoch einen hohen Stellenwert. Obwohl sich das Geschäftsmodell deutlich von den Vorstellungen einer uneigennütigen Gegenseitigkeit unterscheidet, konnten auch Peer-to-Peer Sharing Plattformen erfolgreich an die positive Grundeinstellung der Öffentlichkeit gegenüber den neuen Praktiken des privaten Wohnungsteilens und an ein diffuses Gefühl der Gemeinschaft bei seinen Nutzern anknüpfen und davon profitieren.

Der Weltmarktführer Airbnb setzt ein breites Spektrum von Instrumenten ein, um seine Botschaft „Airbnb hosts are heroes“³⁵ zu platzieren, die sich ebenfalls auf das Motiv der internationalen Verständigung und Überwindung zwischenmenschlicher Konflikte bezieht.³⁶ Das Unternehmen nutzt die **Methode des „Storytelling“** überaus erfolgreich für die Entwicklung einer emotionalen Bindung seiner Kunden und antizipiert damit einen vermeintlichen Wunsch seiner Nutzer/innen nach Gemeinschaftszugehörigkeit.

Die Relevanz schöner Bilder für das Marketing wurde bei Airbnb schon frühzeitig erkannt. Um die Attraktivität der Inserate auf dem Portal zu steigern, bietet es seinen Hosts beispielsweise einen kostenlosen Fotoservice an, der die angebotenen Immobilien für das Portal professionell ablichtet. Das gedruckte Hochglanzmagazin Pineapple dient als Kommunikationskanal mit der Community.³⁷ Ebenso wie auch auf der Website³⁸ werden darin persönliche Geschichten ausgewählter Airbnb Hosts in atmosphärischen Bildern umgesetzt.

Neuerdings unterstützt Airbnb die **lokale Vernetzung** der Community durch sogenannte Home Sharing Clubs, von denen weltweit bereits mehr als 100 existieren.³⁹ Über solche Nachbarschaftsnetzwerke, von denen auch eines in Berlin existiert, sollen die Vorteile des

³⁵ "Airbnb Hosts are heroes" - A keynote from Brian Chesky. Video verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=Bor-OyjULnM> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

³⁶ Ein anschauliches Beispiel ist der kurze Animationsfilm „Wall and Chain: a story of breaking down walls“, in welchem („based on a true story“) die Airbnb-vermittelte Gastfreundschaft zur Überwindung der innerdeutschen Teilung beiträgt. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=BpAdyFdE3-c> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

³⁷ URL: <https://www.airbnb.de/pineapple> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

³⁸ URL: <https://www.airbnb.de/stories> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

³⁹ URL: <https://www.airbnb.com/clubs/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

Apartment Sharing propagiert und Einfluss auf die lokale Gesetzgebung genommen werden (siehe Abschnitt 2.5).

Im Gegensatz zu anderen Bereichen der Sharing Economy, wie beispielsweise beim Car-sharing, spielt das Leitbild des Umweltschutzes für das Teilen von Wohnungen eine untergeordnete Rolle. In der Regel beziehen sich die Erwartungen an die Sharing Economy auf eine Ressourcenschonung durch die intensivere Nutzung existierender Güter. In diesem Fall könnte eine Erwartung an das Apartment Sharing sein, dass aufgrund der Nutzung privaten Wohnraums für kurzfristige Übernachtungen weniger Hotels gebaut würden. Diese mögliche Umweltwirkung scheint zu abstrakt und langfristig um tatsächlich als Vision wirkmächtig zu werden.

Zivilgesellschaftliche Diskurse

In den letzten Jahren ist die wohlwollende öffentliche Stimmung in Bezug auf das Peer-to-Peer Apartment Sharing gekippt (Kagermeier, Köller und Stors 2015). Mehrere Faktoren, die im Folgenden dargestellt werden, spielen dabei eine Rolle.

Zunächst erschütterten Berichte von sexuellen Übergriffen und böswilligen Wohnungszerstörungen das **Vertrauen in die Sicherheit** der neuen Praktiken des Wohnungsteilens mit Fremden. Mehrere Vorkommnisse wurden bekannt, bei denen Männer Gastfreundschaftsnetzwerke für die Anbahnung von Sexualstraftaten missbrauchten. So wurde 2009 ein Marokkaner wegen Vergewaltigung und Morddrohungen gegen eine Hongkonger Couchsurferin verurteilt. Ein französischer Gastgeber wurde wegen eines Vorfalls 2012 in Marseille verurteilt. Er hatte eine deutsche Besucherin beim Duschen gefilmt. Ein Italiener wurde 2015 wegen Vergewaltigung einer Australierin verurteilt, die er über Couchsurfing in seine Wohnung in Padua gelockt hatte.

Für Schlagzeilen sorgten auch einige Fälle, bei denen Schäden an Gastwohnungen angerichtet wurden. 2011 sorgte ein Vorfall in San Francisco für weltweites Aufsehen, bei dem eine über Airbnb vermietete Wohnung zerstört wurde. Die Vermittlungsplattformen reagierten mit verstärkten **Ausweispflichten**⁴⁰ und verschiedenen **Regelungen zur Absicherung gegen mögliche Schäden** durch Diebstahl oder Vandalismus.⁴¹ Nicht in allen Fällen konnten dadurch die Bedenken der Nutzer/innen wirklich ausgeräumt werden (Wohlert 2011). Im November 2015 soll eine über Wimdu vermittelte Berliner Wohnung zerstört worden sein, für die eine Schadensregulierung über das Portal abgelehnt wurde (Rohrbeck 2016). Der Imageschaden für das Portal, aber auch für das Peer-to-Peer Apartment Sharing im Allgemeinen, sollte nicht unterschätzt werden (Kyriasoglou 2016). Vertrauen in die Sicherheit ist eine Grundvoraussetzung für die weite Verbreitung dieser Praktik. Erneute Vorfälle dieser Art könnten die gesellschaftliche Akzeptanz des Apartment Sharing gefährden.

Auch datenschutzrechtliche Bedenken werden wiederholt gegen Vermittlungsplattformen erhoben. Das Gastfreundschaftsnetzwerk Couchsurfing sah sich im Zuge der Änderung seiner Nutzungsbedingungen kurze Zeit nach Umwandlung seiner Rechtsform dem Vorwurf ausgesetzt, europäische Datenschutzbestimmungen zu missachten (Beuth 2012). Der damalige Bundesbeauftragte für Datenschutz warf dem Netzwerk vor, seine Nutzer/innen zu nötigen,

⁴⁰ Couchsurfing führte einen kostenpflichtigen Verifizierungsservice für Mitglieder ein, die darüber ein aktives Bankkonto, eine gültige Telefonnummer und eine Heimadresse nachweisen können.

⁴¹ Airbnb, Wimdu und 9flats bieten seitdem einen Vermieterschutz an, der jedoch hinsichtlich der Versicherungssumme, der Kooperationspartner und der zu versichernden Objekte sehr unterschiedlich ausfällt.

jegliche Kontrolle über ihre Daten abzugeben. Der Umgang mit persönlichen Daten ist kein spezifisches Problem des Apartment Sharing, sondern digitaler Plattformen im Allgemeinen. Ob der öffentliche Diskurs zur **Datenschutzproblematik** die Verbreitung der Praktik tatsächlich eingeschränkt hat, lässt sich derzeit nicht beurteilen.

Ende 2015 lieferten Forscher der Harvard Universität empirische Beweise für die verbreitete Praxis **rassistischer Diskriminierung** unter Airbnb-Gastgeber/innen bei der Auswahl ihrer Gäste (Edelman, Luca und Svirsky 2015). Airbnb ließ die Vorwürfe untersuchen und veröffentlichte im September 2016 einen Bericht (Murphy 2016), der ein umfangreiches Paket an Antidiskriminierungsmaßnahmen ankündigte (Postinett 2016). Unter anderem müssen sich Gäste und Gastgebende von Airbnb zukünftig ausdrücklich auf die Vermeidung von Rassismus und Diskriminierung verpflichten. Eine neu eingerichtete Beschwerdestelle soll Fälle vermeintlicher Diskriminierung regeln, indem sie den Betroffenen Alternativunterkünfte verschafft. Zudem soll die Funktion der Sofortbuchung, die keiner Akzeptanzentscheidung durch den Gastgebenden bedarf, weiter ausgebaut werden. In Deutschland war die Diskriminierungsproblematik im Zusammenhang mit Apartment Sharing bislang eher ein Randthema. Die Gewissenhaftigkeit, mit der Airbnb den Vorwürfen aus der US-amerikanischen Zivilgesellschaft begegnete, zeigt jedoch die große Relevanz dieses Themas für die gesellschaftliche Akzeptanz seines Geschäftsmodells. Die Frage, inwiefern Diskriminierungen effektiv vermieden werden können, stellt sich im Prinzip für sämtliche Vermittlungsportale, deren Nutzer/innen ihre Auswahl anhand persönlicher Profilinformationen und Bewertungen treffen, insbesondere für Gastfreundschaftsnetzwerke.

Mit der massiven Verbreitung des Phänomens in den Großstädten wächst der öffentliche Protest gegen das kurzfristige Vermieten von Unterkünften über Sharing Plattformen, denen eine weitere Verschärfung der ohnehin problematischen **Wohnraumsituation** vorgeworfen wird. Die Städte mit den meisten Inseraten auf Airbnb sind Paris (78.000), London (47.000) und New York (46.000) (McCarthy 2016), bezahlbarer Wohnraum ist in diesen Metropolen besonders knapp. In Berlin werden derzeit etwa 12.400 Wohneinheiten über Airbnb angeboten⁴², wobei sich die Angebote insbesondere auf die angesagten innerstädtischen Wohngebiete konzentrieren, die in den letzten Jahren unter starken Mietpreiserhöhungen und sozialer Verdrängung litten.⁴³ Sharing Plattformen wird vorgeworfen, durch die Vermietung von Wohnungen als kurzfristige Gastunterkünfte dem Markt Wohnraum zu entziehen, die Mieten der Einheimischen in die Höhe zu treiben und damit auch die Verdrängung von Einkommensschwachen zu verstärken. Unmut richtet sich zunehmend aber auch gegen die starke Präsenz von Tourist/innen in besonders nachgefragten Wohngebieten, die zum einen mit einer größeren Lärmbelästigung, aber zum anderen auch mit dem Verlust eines authentischen Stadtbildes in den betroffenen Vierteln in Verbindung gebracht wird.

Der öffentliche Protest richtet sich dabei vor allem gegen das größte und bekannteste Vermittlungsportal Airbnb. Im Juni 2016 sorgten beispielsweise die Plakate des Künstlerkollektivs „Rocco und seine Brüder“ in den Straßen von Berlin für großes Aufsehen, die das Portal

⁴² Stand Oktober 2016. URL: <http://karat.studio/blog/zweckentfremdung> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

⁴³ In den drei gefragtesten Berliner Vierteln (Reuterkiez, Helmholtzplatz und Gräfekiez) kommen etwa 16 bis 17 Angebote auf 1000 Einwohner. Quelle: Airbnb vs. Berlin? Was sagen die Daten? <http://airbnvsberlin.de/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

als einen **Katalysator der Gentrifizierung** brandmarkten.⁴⁴ Die Bilder der auffälligen Guerilla-Aktion wurden rasant über die sozialen Medien Twitter und Instagram verbreitet und erlangten virale Aufmerksamkeit. Unter dem Hashtag #boycottairbnb wurde zum Boykott der Plattformaufgerufen, um damit gegen weitere Mietpreissteigerungen, zunehmende Touristenzahlen und soziale Verdrängung zu protestieren. Die Kampagne wirkte durch Berichte in internationalen Medien auch über Deutschland hinaus in die globale Gentrifizierungsdebatte hinein (Perry 2016).

Unter dem Druck der medialen Aufmerksamkeit war Airbnb zu einer Stellungnahme gezwungen (RBB 2016a). Der zufolge würden dem Berliner Markt keine Wohnungen entzogen, da die Mehrheit der Gastgeber/innen in Berlin ihr **eigenes Zuhause** vermiete. Eine Auftragsstudie soll belegen, dass das Vermieten von Wohnraum keinen signifikanten Einfluss auf die Wohnungsversorgung Berlins hat (GEWOS 2016). Demnach sei die Wohnraumknappheit vor allem auf ein starkes Bevölkerungswachstum und eine zu geringe Bautätigkeit zurückzuführen. Zusammen mit der Veröffentlichung der Studie im September 2016 startete Airbnb eine Video-Kampagne in sozialen Netzwerken, in der es die Berliner Gastgeber („Airbnb Citizen“) zu Wort kommen lässt. Deren Tenor lautet, Airbnb sei gut für die Stadt Berlin und gut für viele der Gastgeber/innen, weil diese auf kleine zusätzliche Einkommen angewiesen seien, um in ihren Wohnungen bleiben zu können.⁴⁵ Ganz im Gegensatz zu den Vorwürfen aus der Zivilgesellschaft inszeniert sich Airbnb hier also als Gegenkraft zum Gentrifizierungsdruck, wodurch auch Einkommensschwachen in Bezirken mit starkem Strukturwandel eine Möglichkeit gegeben wird, sich der Verdrängung zu widersetzen.

Damit spitzt sich die Debatte zunehmend auf die Frage zu, wer die Gastgebenden tatsächlich sind, die über Vermittlungsportale wie Airbnb, Wimdu und 9flats Übernachtungsmöglichkeiten anbieten und welche Ziele sie verfolgen. Werden tatsächlich überwiegend privat bewohnte Apartments gelegentlich geteilt – und damit der vorhandene Wohnraum intensiver genutzt – oder wird nicht vielmehr ohnehin knapper Wohnraum einer anderen Nutzung als Feriendomizil zugeführt und damit unzulässig zweckentfremdet.

2.5 Regulierung

Für das Hotelgewerbe gilt eine Vielzahl branchenspezifischer Auflagen, von Vorkehrungen zum Brandschutz und Hygienebestimmungen, bis hin zur Abführung von Bettensteuern und Kurtaxen, denen das private Teilen von Wohnungen nicht unterliegt. Damit ist für die Sharing Angebote ein relevanter **Kostenvorteil** gegenüber gewerblichen Anbietern gegeben. Müssten nichtgewerbliche Anbieter dieselben regulatorischen Anforderungen wie Hotels und Pensionen erfüllen, würden viele gemeinnützige Angebote von Übernachtungsmöglichkeiten vermutlich unterbleiben. Eine rechtliche Gleichbehandlung von Sharing Modellen, wie sie der Verband der Hotelwirtschaft zur Herstellung fairer Wettbewerbsbedingungen einfordert, käme faktisch einem Verbot der aufkommenden Praktik des privaten Wohnungsteilens gleich.

⁴⁴ URL: <http://www.roccoundseinebrueder.com/outdoor-detail/boycottairbnb/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

⁴⁵ „Die Gastgeber sind Berliner Bürger, die ihr eigenes Zuhause gelegentlich teilen, weil es ihnen hilft, ihre Rechnungen zu begleichen, ihre Wohnung zu halten und in der Stadt wohnen zu bleiben, die sie lieben. Diese Gastgeber präsentieren ihr Berlin von der besten Seite und ziehen neue Besucher an, die die Stadt wie echte Berliner erleben möchten.“

Die im Juni 2016 von der Europäischen Kommission verabschiedete „Europäische Agenda für die Kollaborativwirtschaft“ spricht sich explizit gegen starke regulatorische Eingriffe in den Markt für Sharing Angebote aus, um die neu entstehenden Geschäftsmodelle nicht im Keim zu ersticken (Europäische Kommission 2016). Verbote und Marktzugangsbeschränkungen sollten nach dieser Auffassung nur als letztes Mittel der Wirtschaftspolitik verstanden werden. Genehmigungsregelungen oder Zulassungserfordernisse sollten als potenzielle Handelsbarrieren im gemeinsamen Binnenmarkt nur dann erteilt werden, wenn sie diskriminierungsfrei und zur Erreichung eines im allgemeinen Interesse liegenden Zieles sowohl erforderlich als auch verhältnismäßig sind. Die EU-Mitgliedsstaaten werden aufgefordert, stattdessen bestehende Gesetze zu überprüfen und gegebenenfalls an neue Geschäftsmodelle anzupassen. In der Tendenz empfiehlt die EU-Kommission somit eine Deregulierung anstelle der Einführung neuer regulatorischer Anforderungen für Sharing Modelle.

Die neue Praxis des Apartment Sharing zwischen Privatpersonen spielt sich in einer **rechtlichen Grauzone** ab, in der die Grenzen zwischen informeller „Nachbarschaftshilfe“ und gewerblichen Dienstleistungen verschwimmen. Für Eigentümer/innen kleiner Stadtwohnungen lohnt es sich, diese über die Vermittlungsplattformen tageweise zu vermieten. Kurzzeitige Vermietungen bringen deutlich mehr Umsatz als eine reguläre Vermietung am Wohnungsmarkt, wenn die Unterkunft halbwegs ausgelastet ist. Viele Anbieter/innen von „geteilten“ Wohnungen nutzen diese gar nicht selbst, sondern vermieten sie als Kapitalanlage immer wieder kurzzeitig an Tourist/innen oder Geschäftsreisende (Müller, B. 2016).

Unter dem Vorwand des gemeinnützigen Teilens hat sich ein ganzer Wirtschaftszweig entwickelt, der sich bisher sowohl einer ordentlichen Besteuerung als auch einer Regulierung zum Schutz öffentlicher Interessen weitgehend entzieht. Ein Untersuchungsbericht des Generalbundesanwalts des Staates New York vom Oktober 2014 kommt zu dem Schluss, dass die Plattform Airbnb von kommerziellen Anbieter/innen unterwandert sei (Schneiderman 2014). Insgesamt seien zwei Drittel der vorhandenen Angebote illegal, wodurch der Stadt **New York** innerhalb von vier Jahren etwa 33 Millionen US-Dollar an Hotelsteuern entgangen seien. Großanbieter machten zwar nur sechs Prozent der gesamten Nutzerschaft aus, erwirtschafteten aber 37 Prozent des Umsatzes. Ein/e einzige/r Nutzer/in habe in New York mit 272 Wohneinheiten etwa 6,8 Millionen US-Dollar umgesetzt.

Um der Kurzzeitvermietung entgegenzuwirken, haben einige amerikanische Städte, wie New York und Santa Monica, **Mindestdauern** für die Vermietung von Wohnungen bei **Abwesenheit des/der Gastgebenden** festgelegt.⁴⁶ Andere Städte, wie Washington, prüfen ein vollkommenes Verbot für die Vermietung von Wohnungen, wenn der/die Gastgebende nicht anwesend ist.⁴⁷ In San Francisco müssen sich die Vermieter/innen bei der Stadt anmelden und Hotelsteuern bezahlen. Sie dürfen ihre Wohnungen nicht länger als 90 Tage im Jahr untervermieten, wenn sie selbst nicht anwesend sind. Mit einem Gesetz, dass das Bewerben illegaler Übernachtungsangebote verbietet, geht die Stadt New York nun auch direkt gegen die Vermittlungsplattformen vor (Nunez 2016). Trotz einer 10 Millionen US-Dollar schweren Kampagne konnte Airbnb dieses Gesetz nicht verhindern (Hawkins 2016).

Der **öffentliche Druck**, die Zweckentfremdung städtischen Wohnraums zu bekämpfen, wächst auch in Europa. Auch in den europäischen Großstädten gibt es Anzeichen dafür,

⁴⁶ Die Vermietung von Wohnungen für weniger als 30 Tage ist nicht erlaubt, wenn der Gastgeber nicht anwesend ist.

⁴⁷ Im September 2015 wurde in Washington DC ein entsprechender Antrag eingereicht.

dass die Vermittlung von Sharing Plattformen für kommerzielle Geschäftsaktivitäten genutzt wird, wie im Folgenden dargelegt wird. Zu den Vorwürfen der Steuerhinterziehung und der Aushebelung regulatorischer Bestimmungen durch die Anbieter/innen von Ferienunterkünften gesellt sich der zivilgesellschaftliche Protest gegen das massive Touristenaufkommen in bestimmten Stadtvierteln, Mietpreissteigerungen und soziale Verdrängung, die mit den Sharing Angeboten in Verbindung gebracht werden (siehe Abschnitt 2.4). Viele Städte sehen sich deshalb veranlasst, gezielt gegen unzulässige Geschäfte auf Sharing Plattformen vorzugehen, indem sie die Vermietung von Ferienwohnungen grundsätzlich unter **Genehmigungspflicht** stellen oder Grenzwerte definieren, ab deren Überschreitung eine Vermietung genehmigungspflichtig ist.

Barcelona ist ein Vorreiter bei der strikten Regulierung von Apartment Sharing. Die Vermietung von Ferienwohnungen an Tourist/innen bedarf seit 2012 grundsätzlich einer Genehmigung durch die katalanische Tourismusbehörde. Im Jahr 2013 schätzte die Regionalregierung von Katalonien das illegale Angebot in Barcelona auf ungefähr eine Million Betten. Die große wirtschaftliche Bedeutung für den Fremdenverkehr in der Stadt geht aus einer Schätzung hervor, wonach im Juni 2015 ein Bettenverhältnis von 36:64 zwischen Hotels und Sharing Angeboten herrschte. Die Geldstrafen für Verstöße gegen die Genehmigungspflicht wurden im Juni 2016 nochmals drastisch auf 600.000 Euro erhöht, nachdem laut einer Studie im Auftrag des Stadtrats weiterhin etwa 40 Prozent der angebotenen Ferienwohnungen illegal betrieben werden (Lomas 2016).

Auch einige deutsche Großstädte versuchen, die Zweckentfremdung per Gesetz einzudämmen. Hamburg und München gehen seit 2013 verstärkt gegen Ferienwohnungen ohne Genehmigung vor. In Berlin und Köln gelten seit 2014 besonders strenge Verordnungen (Müller, B. 2016). Die Stadt **Berlin** erließ zum 1. Mai 2014 ein verschärftes Zweckentfremdungsverbotsgesetz, das sich gegen Betreiber/innen illegaler Ferienwohnungen richtet. Demnach ist die Nutzung von Wohnraum für andere Zwecke als zum Wohnen genehmigungspflichtig. Anbieter/innen von Ferienwohnungen sind bei einem Bußgeld von bis zu 100.000 Euro verpflichtet, für das kurzzeitige Vermieten eine Genehmigung beim Bezirksamt einzuholen. Wird die Genehmigung nicht erteilt, ist die Kurzzeitvermietung illegal. Einen Schlafplatz oder die überwiegend selbst genutzte Wohnung zeitweise zu vermieten, ist aber weiterhin erlaubt. Nach einer zweijährigen Übergangsfrist können die Berliner Behörden seit Mai 2016 nun gegen die illegalen Angebote vorgehen. Um nicht genehmigte Ferienwohnungen ausfindig zu machen, wird die Verwaltung 30 neue Stellen schaffen. Für Sharing Plattformen gilt eine Auskunftspflicht gegenüber den Stadtbezirken. Sie müssen den Behörden künftig die Anbieter/innen von Ferienwohnungen mit vollem Namen und Adresse nennen (RBB 2016b).

Statistiken belegen, dass noch im März 2015 in Berlin etwa 10 Prozent der Airbnb-Anbieter/innen mehr als eine Wohneinheit vermieteten und die zehn größten Inserenten insgesamt 281 Wohneinheiten anboten. Das zeigt deutlich, dass zu diesem Zeitpunkt ein wesentlicher Teil der Anbietenden offenbar nicht nur den eigenen Wohnraum teilte, sondern ein kommerzielles Angebot betrieb.⁴⁸ Insgesamt lag der Anteil kommerzieller Angebote bei den Inseraten auf Airbnb bei etwa 30 Prozent. Dieser Anteil wuchs sogar zum Ende des Jahres 2015 auf bis zu 40 Prozent. Kurz vor Ende der Übergangsfrist war Airbnb allerdings bemüht, sein Angebot zu bereinigen, und kündigte zahlreichen Gastgeber/innen (ZEIT ONLINE 2016).

⁴⁸ Airbnb vs. Berlin? Was sagen die Daten? URL: <http://airbnbvberlin.de/> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

Anzahl an Airbnb-Angeboten in Berlin pro Woche

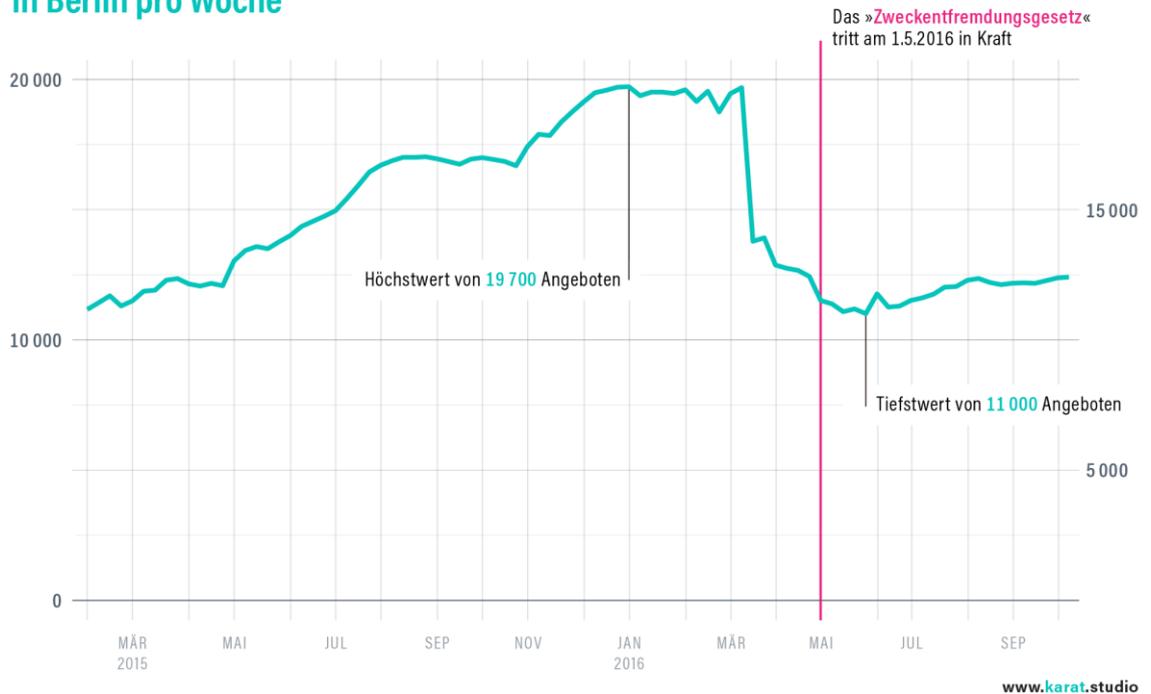


Abb. 4: Entwicklung der Airbnb-Angebote in Berlin

(Quelle: www.karat.studio)

Ein Blick auf die Entwicklung der Berliner Airbnb-Angebotsdaten⁴⁹ (siehe Abb. 4) zeigt, dass noch im Zeitraum bis Januar 2016, obwohl das Zweckentfremdungsverbot bereits längst in Kraft war, die Zahl der Inserate auf der Plattform weiter rasant anstieg. Zu Beginn des Jahres 2016 wurde ein Höchstwert von 19.700 Angeboten erreicht. In den zwei Monaten unmittelbar vor dem Auslaufen der Übergangsfrist sank das Angebot jedoch rapide um etwa 40 Prozent auf einen Tiefstwert von 11.000 Inseraten. Dabei ging vor allem der Anteil komplett vermieteter Wohnungen auf einen Tiefststand von 52 Prozent deutlich zurück. Damit sank auch der Anteil von Angeboten deutlich, die als kommerziell eingestuft werden können. Er liegt inzwischen bei nur noch etwa 20 Prozent. Ob sich kommerzielle Anbieter nun freiwillig von der Plattform zurückgezogen haben oder entsprechende Nutzer/innen von Airbnb ausgeschlossen wurden, das Berliner Zweckentfremdungsverbot hat offensichtlich einen relevanten Abschreckungseffekt erzielt.

Obwohl der überwiegende Teil der Nutzer/innen vermutlich nur das eigene Zuhause vermietet, sind mit dem verschärften Vorgehen gegen die Zweckentfremdung für die Vermittlungsplattformen je nach Nutzerstruktur empfindliche wirtschaftliche Umsatzeinbußen verbunden. Noch stärker als Airbnb wurde offenbar die Berliner Apartment Sharing Plattform Wimdu getroffen, die sich auf die Vermittlung kompletter Ferienwohnungen spezialisiert hatte. Die gemeinsam mit einer Interessenvertretung von Berliner Ferienwohnungeigentümer/innen im April 2016 geführte Klage gegen das Gesetz scheiterte vor dem Verwaltungsgericht

⁴⁹ Die Daten zur Angebotsentwicklung auf Airbnb sind folgender Quelle entnommen: www.karat.studio (letzter Zugriff: 28.03.2017).

(RBB 2016c). Nur wenige Monate später wurde das angeschlagene Unternehmen von seinem direkten Konkurrenten 9flats auf- und weiterverkauft.

Airbnb bekräftigt dagegen sein Interesse an einer Klärung der Rechtslage durch die Festlegung einfacher und verständlicher Regeln für das legale Teilen von Wohnraum. Das Unternehmen sieht sein Geschäftsmodell inzwischen weltweit unter Druck. Es versucht, die positiven Auswirkungen des Sharing Modells auf den Fremdenverkehr und die regionale Entwicklung zu belegen und über die Gründung lokaler Lobbygemeinschaften von Gastgeber/innen auf die öffentliche Meinung Einfluss zu nehmen („Airbnb Citizen“). Vermehrt sucht es den Dialog mit den städtischen Verwaltungen und bietet ihnen eine **Zusammenarbeit** bei der Regulierung an.

So haben einige europäische Städte, wie Paris, London, Amsterdam, Mailand und Lissabon, deutlich weniger restriktive Regelungen für das kurzzeitige Vermieten von Ferienwohnungen über Sharing Plattformen auf den Weg gebracht und arbeiten bei deren Umsetzung oftmals eng mit den Portalen zusammen. In **London** etwa ist seit dem 5. Januar 2017 eine kurzzeitige Vermietung bis zu 90 Tage im Jahr ohne weitere Auflagen möglich. **Lissabon** verlangt zwar eine Registrierung der jeweiligen Wohneinheiten, erlaubt aber die Kurzzeitvermietung für eine unbegrenzte Anzahl von Tagen pro Jahr (Almeida 2016). Die Stadt **Amsterdam** erließ im März 2015 eine neue Verordnung für die Vermietung städtischen Wohnraums als Feriendomizil. Demnach kann eine Wohnung an maximal vier Personen gleichzeitig für bis zu 60 Tage im Jahr vermietet werden, wenn sie zuvor bei den Behörden registriert wurde.⁵⁰ Außerdem ist eine fünfprozentige Tourismussteuer zu entrichten. Die Plattform Airbnb arbeitet dabei eng mit der Stadt zusammen, zieht die Steuer direkt ein und führt sie an die Behörden ab. Auch in **Paris** kooperiert die Stadtverwaltung mit Airbnb: Dort ist die Vermietung für maximal 120 Tage im Jahr erlaubt, wenn es sich bei der Wohnung um den Hauptwohnsitz des/der Gastgebenden handelt. Andernfalls ist bei Bußgeldern von bis zu 25.000 Euro eine Registrierung als Gewerbe und die Beantragung einer Umnutzung notwendig. Seit Oktober 2015 wickelt die Plattform mit der Vermietung die Erhebung von 83 Cent Bettensteuer pro Gast und Nacht für die Stadt ab.

⁵⁰ Ausgenommen sind Sozialwohnungen und illegale Hostels, die mehrere Zimmer an Einzelpersonen vermieten.

2.6 Phasen der gesellschaftlichen Verankerung

Als jeweils größte Vermittlungsplattform ihres Typs stehen Booking.com, Airbnb und Couchsurfing prototypisch für die Entwicklung von Online-Reisebuchungsportalen, Sharing Plattformen und Gastfreundschaftsnetzwerken. Am zeitlichen Verlauf ihrer Entwicklung lassen sich verschiedene Phasen der gesellschaftlichen Verankerung von Peer-to-Peer Apartment Sharing Praktiken festmachen, in denen unterschiedliche Faktoren deren Akzeptanz und Verbreitung beeinflusst haben.

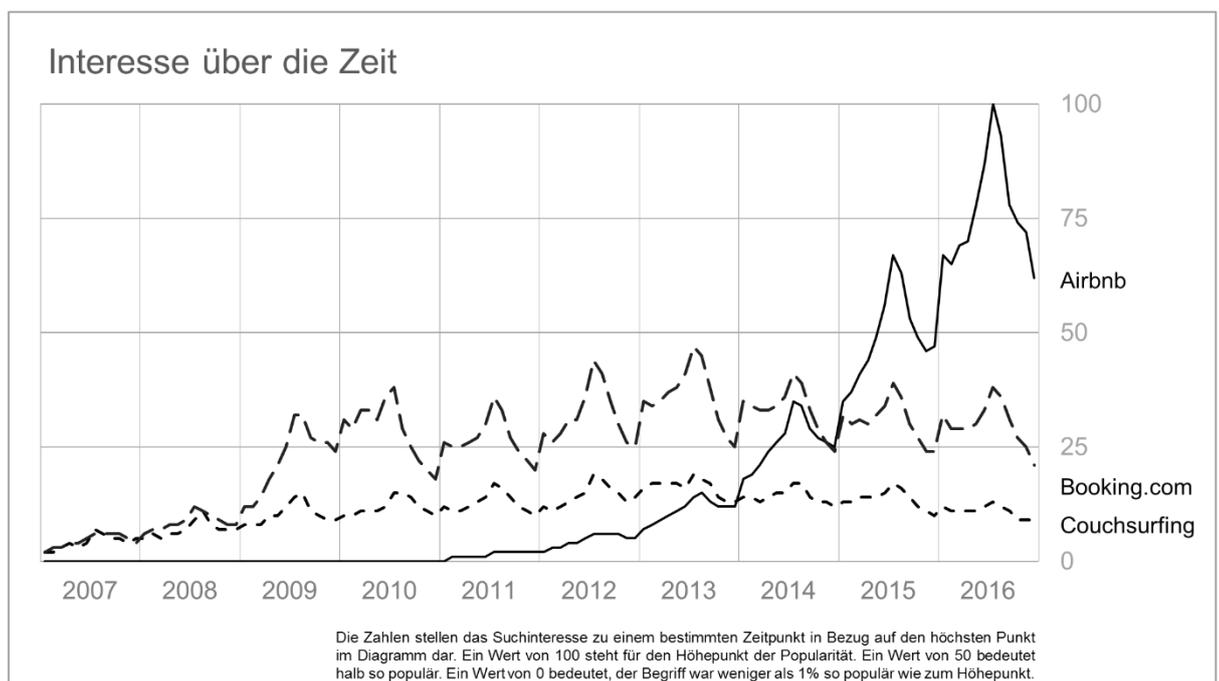


Abb. 5: Weltweite Google-Anfragen unter der Rubrik "Travel" über die Zeit

(eigene Darstellung)

Zieht man die Häufigkeit der Google-Anfragen unter der Rubrik „Travel“⁵¹ als einen Indikator für die **Bekanntheit und Verbreitung** einer Vermittlungsplattform heran (siehe Abb. 5), wird klar, dass in der Zeit bis etwa Ende 2008 das Gastfreundschaftsnetzwerk Couchsurfing und das Online-Reisebuchungsportal Booking.com in Sachen Popularität etwa gleich auflagen. Ab 2009 bis Ende 2014 dominiert das Reisebuchungsportal. Erst 2011 tritt die Sharing Plattform Airbnb aus der Nische und setzt zu einem exponentiellen Wachstum an. Ende 2013 überholt es Couchsurfing und Ende 2014 auch Booking.com, was die Eingabe als Suchbegriff auf Google betrifft. Inzwischen wird der Name der Sharing Plattform mehr als doppelt so häufig gesucht, wie der des wichtigsten Online-Reisebuchungsportals und des bekanntesten Gastfreundschaftsnetzwerks zusammen.

⁵¹ Datenquelle: <https://www.google.com/trends/explore?cat=67&date=all&q=airbnb,couchsurfing,booking.com> (letzter Zugriff: 28.03.2017)

Anhand dieses Verlaufs lässt sich die Entwicklung des Peer-to-Peer Apartment Sharing in drei wesentliche Phasen unterteilen, die jeweils von unterschiedlichen Einflussfaktoren geprägt waren:

2008 – 2010	Inkubationsphase: Gründungen und Nischenexperimente
2011 – 2014	Expansionsphase: Wachstum und globale Verbreitung
2015 – 2016	Konsolidierungsphase: Monopolisierung und neue Geschäftsfelder

Inkubationsphase

In der **Inkubationsphase** ist Peer-to-Peer Apartment Sharing noch ein Nischenphänomen. Der Markt für die Vermittlung von kurzzeitigen Unterkünften wird von zwei Plattfortmtypen bestimmt, die entweder gewerbliche Angebote oder unentgeltliche Angebote vermitteln. Online-Reisebuchungsportalen kommt der Transaktionskostenvorteil gegenüber Hotels und Offline-Reiseagenturen zugute. Sie schalten sich als Vermittler zwischen die Nachfrager/innen und die Anbieter/innen von Übernachtungen und erlangen aufgrund dieser „Gatekeeper“-Position einen Machtzuwachs in der Tourismusbranche, die das Hotelgewerbe dazu zwingt, Gewinnmargen abzutreten. Digitale Gastfreundschaftsnetzwerke werden dagegen vom starken Gefühl der Gemeinschaftszugehörigkeit und der Begeisterung für die neuen Möglichkeiten der globalen Vernetzung getragen. Sie verlieren jedoch schnell an Dynamik, sobald das freiwillige Engagement der Betreiber nachlässt. Auch hat der Austausch ohne Gegenleistung wegen der fehlenden Verbindlichkeit klare Nachteile in Bezug auf die Transaktionskosten.

Es bedarf erst der technischen Voraussetzungen des **Web 2.0** für die Interaktionen von „Peers“ in dezentralen Netzwerken, um die **Vision einer globalen Gemeinschaft** mit der niedrigschwelligen **Anbahnung von Transaktionen** zu verknüpfen, wodurch das Sharing Modell gekennzeichnet ist. Die ersten Vermittlungsplattformen für Sharing Angebote werden gegründet und entwickeln ihre Geschäftsmodelle.⁵² Die einsetzende **Professionalisierung** der Plattformen bildet eine wichtige Voraussetzung für die anschließende Phase der weltweiten Expansion, weil dadurch überhaupt erst das Aufbringen entsprechender Ressourcen möglich wird.

Die erste Entwicklungsphase ist somit überwiegend von einem **technologischen Push** bestimmt, aber auch von den sich dadurch eröffnenden **Marktchancen** für die transaktionskostensparende Vermittlung von Übernachtungsmöglichkeiten, sowie einem zivilgesellschaftlichen Engagement, das sich aus dem **Leitbild** des gegenseitigen Vertrauens in einer global vernetzten Gemeinschaft motiviert. Mit der Institutionalisierung und Professionalisierung der **Vermittlungsportale** am Ende der Inkubationsphase entstehen die Grundlagen für die zunehmende Verbreitung der Sharing Praxis in der darauffolgenden Expansionsphase.

Expansionsphase

2011 markiert den Beginn der **Expansionsphase** des Apartment Sharing. In Gegenwart dynamischer **Netzwerkeffekte** ist der Wettbewerb zwischen den Vermittlungsplattformen von der Notwendigkeit geprägt, die Zahl der Nutzer/innen möglichst schnell auszuweiten. Auf-

⁵² Es dauerte bis weit in die zweite Hälfte der 2000er hinein bis erste kommerzielle Plattformen für die Vermittlung privater Unterkünfte entstehen konnten, während sowohl die Online-Vermittlung von gewerblichen Angeboten über OTAs als auch die ersten Versuche, gemeinnützige Gastfreundschaftsnetzwerke digital zu betreiben, bis in die frühen 90er Jahre zurückreichen.

grund der **selbstverstärkenden Dynamiken** legt die Vorreiterrolle von Airbnb in der Expansionsphase bereits das Fundament für seine heutige Spitzenposition als unangefochtener Weltmarktführer. Unabdingbare Voraussetzung und wesentlicher Erfolgsfaktor für die aggressiven Wachstumsstrategien der Sharing Plattformen ist auch eine frühe Bereitstellung signifikanter finanzieller Ressourcen. Neben einem **zeitlichen Vorsprung** gereicht Airbnb auch die bessere Ausstattung mit **Risikokapital** für die geografische Ausweitung seines Geschäftsfeldes zu einem entscheidenden Vorteil gegenüber den Konkurrenten auf dem Weltmarkt. Für den aktuellen Erfolg des Unternehmens muss im Rückblick aber auch die strategische Entscheidung des Managements für einen **Verdrängungswettbewerb** und gegen den erwarteten Aufkauf seiner Konkurrenten als wesentlich betrachtet werden.

Der erhebliche **Kostenvorteil** des privaten Wohnungsteilens gegenüber gewerblichen Angeboten der Hotelbranche aufgrund existierender Regulierungslücken, half der rapiden Verbreitung des Geschäftsmodells. Dagegen verlor mit fortschreitender **Vermarktung** und Professionalisierung des Sharing Modells, aber auch mit der starken **Ausweitung der Nutzergemeinschaft**, die Vision von Gegenseitigkeit und Vertrauen in einer Netzwerkgemeinschaft an Anziehungskraft und Bedeutung als Treiber.

Die Expansionsphase war von **Netzwerkstrukturen innewohnenden Marktdynamiken** geprägt, die eine schnelle Skalierung der Geschäftsmodelle auf den Weltmarkt erforderlich machen. Diese geografische Ausweitung des Geschäftsfeldes wurde durch entsprechende **Investitionsmittel** und strategische Entscheidungen der **Plattformbetreiber** unterstützt. Während die fortwährende **Abwesenheit relevanter Regulierung** als marktfördernder Faktor betrachtet werden kann, verloren die Faktoren auf der zivilgesellschaftlichen Ebene für die Verbreitung der Praktik des Teilens an Bedeutung.

Konsolidierungsphase

In der **Konsolidierungsphase** ist das Apartment Sharing im **Mainstream** angekommen. Der Markt für die Vermittlung von Sharing Angeboten weist mittlerweile starke **Monopolisierungstendenzen** auf, denn Airbnb hat sich als unangefochtener Weltmarktführer unter den Sharing Plattformen durchgesetzt und nimmt **neue Geschäftsbereiche** ins Visier. Das Hotelgewerbe und deren Online-Vertriebsplattformen haben die Gefahr für ihre Geschäftsmodelle durch die neue Konkurrenz der Sharing Praktiken inzwischen realisiert und organisieren den politischen **Widerstand**. Zugleich sind mit der massiven Verbreitung des Geschäftsmodells die **zivilgesellschaftlichen Vorbehalte** gegen die Praktik gewachsen. Damit steigt insgesamt der **politische Druck**, die neuen Geschäftsmodelle angemessen zu regulieren.

Trotz des Apells der Europäischen Kommission für die einheitliche Regelung der Sharing Economy in Europa und für einen Verzicht auf Genehmigungspflichten oder Verbote, ist das Vorgehen der zuständigen Behörden **regional sehr unterschiedlich**. Manche europäischen Großstädte arbeiten bei der **Besteuerung und Kontrolle** kommerzieller Aktivitäten eng mit den Sharing Plattformen zusammen. Andere Städte, wie Berlin, gehen deutlich rigider gegen eine Kurzzeitvermietung von Ferienwohnungen vor. In Berlin hat die Verschärfung des Zweckentfremdungsverbots offenkundig einige kommerzielle Anbieter abgeschreckt, ohne das Wachstum der Inserate jedoch dauerhaft zu stoppen.

In der nachfolgenden Tabelle sind die wesentlichen Einflussfaktoren entlang der drei Entwicklungsphasen zusammengefasst.

Tab. 1: Einflussfaktoren im Apartment-Sharing

Phase	Fördernde Faktoren	Hemmende Faktoren
Inkubation	Technologie: Web 2.0 Leitbild: Gemeinschaftsgefühl Markt: Transaktionskostenvorteil Akteure: Professionalisierung	Wettbewerb: andere Plattformen Markt: Freiwilligkeit / Gegenseitigkeit Akteure: Richtungsstreits
Expansion	Regulierung: Kostenvorteil Markt: Ressourcenbereitstellung Akteure: Wachstumsstrategie und Vertrauensbildung	Akteure: Nutzerheterogenität Markt: Sicherheitsprobleme Leitbild: Datenschutzbedenken
Konsolidierung	Markt: Konsolidierung Akteure: neue Geschäftsfelder Akteure: Kooperation mit Behörden und lokale Vernetzung	Markt: Wohnraumknappheit Leitbild: wachsende Vorbehalte Wettbewerb: Hotels und OTAs Regulierung: Gesetzesanpassungen

3 Fallstudie Peer-to-Peer Carsharing

3.1 Einführung

Unter Peer-to-Peer Carsharing wird die organisierte gemeinschaftliche Nutzung eines Pkw zwischen Privatpersonen verstanden. Die Vermittlung von Angebot und Nachfrage erfolgt über eine Onlineplattform, die für die Koordinationsleistung und den enthaltenen Versicherungsschutz eine Gebühr verlangt. Vermittlungsplattformen für Peer-to-Peer Carsharing existieren in Deutschland seit 2010. Der erste Anbieter war die Plattform tamyca, die im November 2010 online ging.

Durch den vergleichsweise hohen Formalisierungsgrad unterscheidet sich das Peer-to-Peer Carsharing vom informellen privaten Autoteilen im persönlichen Umfeld, das in dieser Fallstudie nicht weiter betrachtet wird. Mitfahrgelegenheiten fallen – obwohl es zwischen Privatpersonen erfolgt – ebenfalls nicht in den Betrachtungsrahmen.

Unter dem Dach des gewerblichen Carsharings existieren weitere Formen der geteilten Autotonutzung. Unternehmen stellen in stationsbasierten oder freefloating-Systemen Autos zur gemeinschaftlichen Nutzung zur Verfügung. Die Nutzung macht eine Registrierung erforderlich. Klassische Autovermietungen vermieten Autos ebenfalls für die temporäre Nutzung, ohne dass eine vorherige Anmeldung notwendig ist. Das gewerbliche Carsharing und seiner Unterformen stehen nicht im Mittelpunkt der vorliegenden Fallstudie. Besonderheiten in diesem Bereich werden jedoch in die Analysen hinzugezogen, wenn sie zum Verständnis der spezifischen Entwicklungsbedingungen von Peer-to-Peer Carsharing beitragen.

3.2 Akteurskonstellationen

Der deutsche Peer-to-Peer Carsharing-Markt wird gegenwärtig von zwei Anbietern bestritten – Drivy und tamyca. Diese beiden Onlineplattformen konnten sich nach einer sehr dynamischen und von Übernahmen beziehungsweise Aufgaben geprägten Marktentwicklung in den vergangenen Jahren behaupten. So wurde erst kürzlich bekannt, dass Opel sein Angebot CarUnity an tamyca übergeben hat.⁵³

Online-Plattformen für Peer-to-Peer Carsharing

Drivy – Der Marktführer

Die Geschäftsidee für Drivy entstand 2010 in Paris, Frankreich. Gründungsmotiv war nach Aussage von Gründer Paulin Dementhon die Erhöhung der Ressourcenproduktivität bei der Nutzung von Privatfahrzeugen (Kloss 2015). 2011 startete Drivy auf dem französischen Markt. Seit November 2014 ist der Anbieter am deutschen Markt vertreten. Als Investoren haben sich mehrere Fonds und Investoren an insgesamt zwei großen Finanzierungsrunden beteiligt, in denen 47 Millionen Euro zusammen gekommen sind.⁵⁴ Im Mai 2015 übernahm

⁵³ URL: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/autoindustrie/opel-bestehender-mobilitaetsdienst-soll-auch-deutsche-autofahrer-unterstuetzen-a-1124070.html> (letzter Zugriff: 22.3.2017)

⁵⁴ URL: <http://www.crowdbiz.de/drivy-schliesst-neue-finanzierungsrunde-ueber-31-mio-euro-erfolgreich-ab/> (letzter Zugriff: 29.3.2017)

Drivy die deutsche Plattform Autonetzer, die wiederum im September 2014 mit dem Mitbewerber Nachbarschaftsauto fusioniert war.⁵⁵ Mit rund 140.000 registrierten Nutzer/innen und circa 5.000 aktiven Fahrzeugen ist Drivy der bislang größte Peer-to-Peer Carsharing-Akteur am deutschen Markt (Stand: März 2017) (Drivy Deutschland 2017). Europaweit verzeichnet das Unternehmen bereits 1.2 Million Nutzer/innen und rund 40.000 registrierte Fahrzeuge (Stand: März 2017) (Heuzeroth 2017).⁵⁶

Über die Vermittlungsplattform oder eine mobile App können sich Nutzer/innen bei Drivy kostenlos registrieren. Die Autobesitzer/innen erstellen in einem nächsten Schritt ein Profil mit Angaben zum Fahrzeug und legen selbst Ausleihbedingungen, Vermietungspreis sowie die zeitliche Verfügbarkeit fest. Erst nachdem ein Profil durch Drivy verifiziert wurde, können andere Nutzer/innen das Fahrzeug über die Plattform und die App finden und buchen. Nach Erhalt der Buchungsbestätigung durch den Besitzer beziehungsweise die Besitzerin bezahlen die Mieter/innen online die anfallende Mietgebühr. Für jede erfolgreiche Transaktion erhält Drivy 30 Prozent Provision auf den Mietpreis inklusive Versicherungsbeitrag. Drivy arbeitet mit dem Versicherungskonzern Allianz zusammen. Dessen speziell für die private Anmietung von Autos konzipierter Versicherungsschutz greift während eines jeden Anmietungszeitraums.⁵⁷ Für die Über- und Rückgabe des Fahrzeugs treffen sich Besitzer/in und Mieter/in und unterzeichnen einen Mietvertrag. Nach Abschluss der Anmietung bewerten sie sich gegenseitig. Entsprechende Bewertungen sind für alle registrierten Nutzer/innen einsehbar und fungieren dadurch als wichtiges Auswahl- und Vertrauenskriterium.

Seit März 2016 besteht für Berliner, seit Oktober auch für Hamburger und Münchener Nutzer/innen die Möglichkeit der schlüssellosen Fahrzeugübergabe mithilfe der neuen Zugangshardware Drivy Open (Wiesmüller und Plöger 2016). Der Besitzer beziehungsweise die Besitzerin installiert dafür eine Box im Fahrzeug. Mithilfe der mobilen App kann das Fahrzeug von Mieter/innen geöffnet werden, ohne dass eine persönliche Übergabe notwendig ist.⁵⁸ Die Technologie dafür liefert die INVERS GmbH, deren On-Board-Systemlösung neben Drivy auch von vielen gewerblichen Carsharing-Anbietern genutzt wird. Die Integration entsprechender Hardware trägt zu einer Senkung von Transaktionskosten bei und erhöht die Nutzerfreundlichkeit des Angebots. Künftig soll Drivy Open Nutzer/innen bundesweit zur Verfügung stehen. Darüber hinaus kooperiert Drivy mit der Vermittlungsplattform BlaBlaCar, die Mitfahrgelegenheiten (Ridesharing) vermittelt. Drivy-Nutzer/innen können geplante Fahrten mit einem über Drivy angemieteten Fahrzeug auf der Webseite von BlaBlaCar einstellen, wo sie von dessen Nutzer/innen gefunden und gebucht werden können.⁵⁹ Auf diese Weise werden die Mobilitätsdienstleistungen Car- und Ridesharing miteinander verknüpft.

⁵⁵ URL: <http://www.gruenderszene.de/allgemein/drivy-autonetzer-uebernahme> (letzter Zugriff: 22.3.2017)

⁵⁶ Drivy ist vertreten in Frankreich (seit 2011), Deutschland (2014), Spanien (2015), Österreich und Belgien (2016); weitere Expansionen sind geplant.

⁵⁷ URL: <https://www.drivy.de/help/articles/fbb8a5a2ebc3> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁵⁸ URL: <https://www.drivy.de/open-autobesitzer> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁵⁹ URL: <https://blog.drivy.de/2015/06/02/privates-carsharing-und-mitfahrgelegenheiten-eine-erfolgsgeschichte/> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

Zu Beginn des Jahres 2017 kündigte Drivy an, künftig „stärker in die gewerbliche Nutzung vorstoßen“ zu wollen und gab an, diesbezüglich bereits mit Automobilherstellern zu verhandeln (Heuzeroth 2017). Nähere Informationen gab das Unternehmen bis dato noch nicht bekannt.

Tamyca – Der Pionier

Tamyca (von „take my car“) wurde im August 2010 als erste deutsche Vermittlungsplattform für Peer-to-Peer Carsharing in Aachen gegründet. Das Gründungsmotiv bestand in der Vision einer neuen und kostengünstigen Möglichkeit des Carsharings als Alternative zu teuren Mietwagenangeboten (Nicholas 2012). Das Gründungskapital brachte das aus vier Studenten bestehende Gründerteam größtenteils selbst auf. Die erfolgreiche Teilnahme an einem Gründungswettbewerb brachte zudem ein Preisgeld in Höhe von 5.000 Euro ein, welches zur Finanzierung beitrug (Ortmann 2011). Von dem Karlsruher Frühphaseninvestor KIZOO Technology Ventures erhielt das Startup im November 2011 einen Finanzierungsbetrag in sechsstelliger Höhe.⁶⁰

Mit mehr als 55.000 angemeldeten Nutzer/innen und etwa 5.000 nutzbaren Fahrzeugen⁶¹ stellt tamyca gegenwärtig den zweitgrößten Anbieter in Deutschland (Stand: März 2016). Durch den Zusammenschluss mit CarUnity (Opel), der Ende 2016 bekannt gegeben wurde⁶², haben sich die Nutzerzahlen eventuell weiter nach oben verändert, genauere Informationen sind jedoch nicht verfügbar. Das Geschäftsmodell von tamyca entspricht dem von Drivy, ebenso wie die Buchungs- und Mietvorgänge. Tamyca erhebt allerdings 15 Prozent Provision und berechnet den Versicherungsbeitrag separat. Das Start-Up arbeitet mit der R+V Versicherung zusammen, deren Versicherungsschutz für die vollständige Mietdauer greift. Bei jeder privaten Vermietung wird automatisch eine Haftpflichtversicherung sowie eine Voll- und Teilkaskoversicherung abgeschlossen.⁶³ Die Über- und Rückgabe eines angemieteten Fahrzeugs erfolgt ebenfalls persönlich.

Durch die die seit April 2016 bestehende Kooperation mit Carjump, einer App für die Bündelung und Vermittlung von Carsharing-Angeboten mehrerer Anbieter⁶⁴, hat sich tamyca einen zusätzlichen Vertriebskanal erschlossen. App-Kund/innen können auf tamyca registrierte Fahrzeuge finden und buchen, ohne dort selbst registriert zu sein. Ein vergleichbarer Geschäftspartner ist die ebenfalls anbieterübergreifende Carsharing-App MeMobility⁶⁵, deren bislang einziger Geschäftskunde aus dem Bereich Peer-to-Peer Carsharing tamyca ist. In ländlichen Regionen kooperiert tamyca seit 2013 zudem mit verschiedenen Autohäusern der Autovermietung Opel Rent. Deren Mietwagen sind in das tamyca-Angebot integriert und

⁶⁰ URL: <http://www.foerderland.de/gruendung/news-gruenderszene/artikel/tamyca-faehrt-finanzierung-ein/> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁶¹ URL: <https://www.netzsieger.de/p/tamyca> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁶² URL: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/autoindustrie/opel-bestehender-mobilitaetsdienst-soll-auch-deutsche-autofahrer-unterstuetzen-a-1124070.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁶³ URL: <https://www.tamyca.de/versicherung> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁶⁴ URL: <https://ecommerce-news-magazin.de/software/mobile-handy/carjump-vergroessert-carsharing-angebot-carunity-tamyca-und-stadtmobil-berlin-sind-neue-partner/> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁶⁵ URL: <http://memobility.de/> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

können von registrierten Nutzer/innen über das Portal wie Privatfahrzeuge angemietet werden. Weitere Kundensegmente erschließt sich die tamyca GmbH mit dem Vertrieb der seit Februar 2016 verfügbaren Mobilitätsdienstleistung fleetbutler, einer Komplettlösung für die Verwaltung von Fahrzeugflotten, die sich ausschließlich an gewerbliche Kunden richtet.⁶⁶ Das Angebotspaket beinhaltet neben einer Software- auch eine Hardwarelösung für schlüssellosen Fahrzeugzugang, die wiederum durch den Kooperationspartner INVERS GmbH bereitgestellt wird.⁶⁷ Seit November 2013 kooperiert tamyca außerdem mit dem Umzugsportal Immobilienscout24, in dessen Webseite das Angebot der Peer-to-Peer Carsharing-Plattform integriert ist.⁶⁸ Die Kooperation erlaubt die zusätzliche Ansprache autoloser Kund/innen in einer speziellen Bedarfssituation (z. B. Umzug). Neben den gewerblichen Geschäftspartnern kooperiert tamyca auch mit Städten und Gemeinden, z. B. mit der Stadt Hamburg, über deren Stadtportal Fahrzeuge des Anbieters gebucht werden können.

Weitere Anbieter

- Die 2011 gegründete Vermittlungsplattform Rent'n'Roll verschwand 2014 vom deutschen Markt. Über die Gründe des Marktaustritts ist kaum etwas bekannt.
- Ein weiterer deutscher Mitbewerber, die 2012 gegründete Peer-to-Peer Carsharing-Plattform Carzapp, meldete im Dezember 2015 Insolvenz an (Kyriasoglou 2015; Rest 2016). Das Unternehmen entwickelte und vertrieb neben seinem Vermittlungsdienst auf Peer-to-Peer Carsharing zugeschnittene Hard- und Softwarelösungen für schlüssellosen Zugang, das Zapkit, welches die gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen erleichtert (Rest 2016).
- Autonetzer wurde als erstes Unternehmen für privates Carsharing in Deutschland 2010 gegründet. 2014 schloss sich das Unternehmen mit Nachbarschaftsauto (2011 gegründet) unter dem Namen „Autonetzer – Dein Nachbarschaftsauto“ zusammen und deckte mit 75.000 Nutzern und 10.000 Autos 40 Prozent des privaten Carsharing-Marktes ab (Viehmann 2014). Bereits im darauffolgenden Jahr wurde Autonetzer von Drivy aufgekauft (Viehmann 2015; Scherkamp 2015).
- Das Angebot von Opel für privates Carsharing CarUnity wurde nach nur zwei Jahren auf dem deutschen Markt an tamyca übergeben (siehe oben). Der US-amerikanische Mutterkonzern von Opel General Motors (GM) kündigte stattdessen für das Jahr 2017 den Launch des bereits Carsharing-Diensts Maven an.⁶⁹
- Die Vermittlungsplattform Snappcar, marktführend in den Niederlanden und mit über 200.000 angemeldeten Nutzer/innen zweitgrößter Anbieter von privatem Carsharing

⁶⁶ URL: <https://www.fleetbutler.de/faq> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁶⁷ URL: <https://www.carsharing-blog.de/2016/02/tamyca-de-startet-mit-fleetbutler-ins-corporate-carsharing/> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁶⁸ URL: <http://www.carsharing-experten.de/blog/2013/12/05/carsharing-fuer-umzuege-tamyca-kooperiert-immobilien-scout24.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁶⁹ URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/opel-plant-carsharing-dienst-maven-soll-2017-nach-europa-kommen/14426184.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

in Europa⁷⁰, wurde im Juni 2013 auf dem deutschen Markt eingeführt.⁷¹ Auf der deutschen Webseite des Anbieters ist aktuell nur eine äußerst geringe Anzahl Fahrzeuge bundesweit verfügbar und besitzt demnach faktisch keinen Einfluss in Deutschland.

Neue und zukünftige Anbieter

- Rocket Internet kündigte im Frühjahr 2016 an, seine Vermittlungsplattform für privates Carsharing, RideLink, nach Markteinführung in Großbritannien und Spanien auch in Deutschland launchen zu wollen (Weimer 2016b). Die deutsche Webseite ist seit Herbst 2016 online.⁷²
- Im Dezember 2016 startete die von Mercedes Benz/Daimler ins Leben gerufene Peer-to-Peer Carsharing-Plattform Croove. Zunächst wird das Angebot als Pilotversion nur in München verfügbar sein (Jordan 2016).⁷³
- Das sich in der Beta-Phase befindende Berliner Startup Getaway plant den Launch eines neuen Vermittlungsservices für Peer-to-Peer Carsharing für das Frühjahr 2017 (Weimer 2016a). Wie Drivy setzt auch Getaway auf den Einsatz schlüsselloser Zugangshardware und verfolgt damit das Ziel, Transaktionskosten zu senken. Eine Zusammenarbeit mit einem Versicherungspartner, der Gothaer, ist ebenfalls geplant. Im Gegensatz zu seinen Wettbewerbern will sich Getaway mit seinem Angebot nach eigener Aussage verstärkt auf den ländlichen Raum konzentrieren (ebd.).
- Auch der Automobilhersteller BMW kündigte an, im Zuge einer Markenrestrukturierung seines Kleinfahrzeugmodells MINI ein eigenes Peer-to-Peer Carsharing Angebot auf den Markt bringen zu wollen. Dieses soll es MINI-Kund/innen ermöglichen, ihre Fahrzeuge über das konzerninterne Carsharing-Portal DriveNow an Privatpersonen zu vermieten (Bessinger 2016; BMW Group 2015). Mit diesem Geschäftsmodell würde Peer-to-Peer Carsharing erstmalig in Deutschland in ein freefloating Carsharing-System integriert werden.

Die Reaktion der Etablierten: Neue vs. alte Akteure

Die Beispiele von BMW/MINI, Mercedes und Opel zeigen, dass Peer-to-Peer Carsharing nicht länger nur ein Start-up-Phänomen ist, sondern zunehmend auch von etablierten Akteuren wie Automobilherstellern, Autovermietern und gewerblichen Carsharing-Anbietern als Geschäftsfeld erkannt wird. Von besonderem Erkenntnisinteresse ist daher, welchen Einfluss das Aufkommen von Peer-to-Peer Carsharing-Plattformen auf diese Akteure ausgeübt hat und bis heute nachwirkt. Im Folgenden wird daher beschrieben, wie die Etablierten auf den „Trend“ Peer-to-Peer Carsharing reagier(t)en.

Die Plattformen für Peer-to-Peer Carsharing standen von Beginn an in Konkurrenz zu den etablierten Anbietern von Mobilitätsdienstleistungen und insbesondere klassischen Autover-

⁷⁰ Vertreten in den Niederlanden, Schweden, Dänemark und Deutschland.

⁷¹ URL: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/peerby-snappcar-europes-sharing-economy-driven-efficiency/> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁷² URL: <https://ridelink.com/de> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁷³ URL: <https://www.letsCroove.com/> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

mietungen. Die Autovermieter reagierten zunächst mit großer Skepsis auf die neuen Geschäftsmodelle. In einem Positionspapier des Bundesverbands deutscher Autovermieter e. V. (BAV)⁷⁴ zum privaten Carsharing vom April 2012 heißt es z. B.: „Fraglich ist, ob Privatpersonen, welche ihr Auto auf Internetseiten [...] zur Vermietung anbieten, dies bei der Zulassungsstelle und/oder beim Gewerbeamt anmelden müssen und, ob die Gewinne zu versteuern sind“ und weiter: „Es geht in vielen Fällen [...] um erhebliche Rechtsverstöße mit schwerwiegenden Konsequenzen“ (BAV 2012). Im Mai 2012 mahnte der Autovermieter Sixt tamyca ab, nachdem das Start-Up auf seiner Internetseite die eigenen (günstigeren) Preise werbewirksam mit denen von Sixt verglichen hatte (Räth 2012). Eine Unterlassungsklage folgte. Tamyca legte daraufhin vor dem Münchener Landgericht Widerspruch ein, das Gericht gab jedoch dem Mietwagenanbieter Recht (Kröger 2013). Im Jahr 2013 klagte die Hamburger Mietwagenfirma Starcar gemeinsam mit dem BAV gegen Autonotzer. Die Kläger forderten, dass für private Carsharing-Anbieter die gleichen Auflagen wie für professionelle Anbieter gelten sollten. Die Klage scheiterte vor dem Landgericht Berlin mit der Begründung, dass privates Carsharing nicht mit professionellem vergleichbar sei (Harder 2014). Gesicherte Erkenntnisse darüber, ob und wie privates Carsharing das Geschäft der Autovermietungen tatsächlich beeinflusst (hat), fehlen bislang. Das Potential des gewerblichen Carsharings haben große Autovermieter bereits frühzeitig erkannt. Beispielsweise kooperieren Sixt und Europcar jeweils bereits seit 2011 mit deutschen Automobilherstellern und bieten gemeinsam Carsharing-Angebote an (siehe unten). Allianzen mit Peer-to-Peer Carsharing sind deutsche Autovermieter bisher jedoch nicht angegangen. Aktuelle Entwicklungen in den europäischen Nachbarstaaten deuten jedoch darauf hin, dass etablierte Mietwagenanbieter zukünftig mit eigenen Produkten und Kooperationen verstärkt in den bislang von Start-Ups dominierten Peer-to-Peer Carsharing Sektor vordringen könnten (Roland Berger 2014: 9). In Frankreich beispielsweise kooperiert der Autovermieter Europcar seit kurzem in einem Pilot-Projekt mit GoMore, einer aus Dänemark stammenden Vermittlungsplattform für Peer-to-Peer Carsharing, Ride-Sharing und Leasing.⁷⁵ Den Kern des Pilot-Projekts bildet die innovative Carsharing-Lösung „Drive & Share“, die es privaten Kund/innen ermöglicht, ein Fahrzeug für einen festen Zeitraum zwischen vier und zwölf Monaten anzumieten. Wird das Fahrzeug zwischen durch nicht genutzt, kann es über die Vermittlungsplattform von GoMore zum Teilen mit anderen Nutzer/innen angeboten werden (BAV 2016). Das Konzept ermöglicht Europcar-Kund/innen einen bedarfsgerechten und flexiblen Mobilitätszugang und erlaubt zugleich die Deckung der laufenden Mietgebühren durch das Teilen des Fahrzeugs. Ein jüngeres Praxisbeispiel ist die angebotsübergreifende Plattform Ubeeqo, die Mobilitätslösungen wie Carsharing, Autovermietung und Taxidienste vermittelt. Seit 2015 gehört das Startup zur Europcar-Gruppe. In den deutschen Städten Berlin und Hamburg ist der Dienst bereits seit Juni 2016 verfügbar (Ostermaier 2016).⁷⁶

Die großen Automobilhersteller bzw. -vermieter bieten in Deutschland schon länger eigene freefloating Carsharing-Lösungen an. Daimler startete car2go 2009 zusammen mit Europcar in Ulm.⁷⁷ 2011 brachte BMW in Kooperation mit der Autovermietung Sixt DriveNow auf den

⁷⁴ Rund 300 Autovermietungen werden in Deutschland durch den Bundesverband der Autovermieter Deutschlands e.V. vertreten. Das entspricht etwa 75 Prozent des deutschen Gesamtmarkts; URL: <http://www.bav.de/profil/verbandsziele.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).

⁷⁵ URL: <https://gomore.dk/> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁷⁶ URL: <https://www.ubeeqo.com/de/staedte> (letzter Zugriff: 22.03.2017)

⁷⁷ Als Pilotprojekt und zunächst nur für die Mitarbeiter der Daimler Entwicklungsabteilung bereits 2008 in Ulm gestartet.

Markt.⁷⁸ Später folgten andere Hersteller wie z. B. VW mit Quicar (mittlerweile eingestellt) (Dahlmann 2016), Audi mit Audi shared fleet und Citroen mit Multicity. 2015 kam Opel mit dem privaten Carsharing-Angebot CarUnity auf den Markt, von dem sich der Konzern mittlerweile wieder getrennt und sich stattdessen auf die Markteinführung des klassischen Carsharing-Dienstes Maven konzentriert (siehe oben). Ende 2016 brachte Mercedes Benz/Daimler seinen markenunabhängigen Peer-to-Peer Carsharing-Dienst Croove⁷⁹ auf den Markt und auch BMW/MINI kündigte, wie bereits erwähnt, unlängst die Integration eines eigenen Peer-to-Peer Angebots in das DriveNow-System an. Mit seinem im Dezember 2016 gegründeten Tochterunternehmen Moia erschließt sich auch der VW-Konzern neue Geschäftsfelder. Im Fokus des Mobilitätsdienstes stehen intelligente On-Demand-Angebote wie der Pooling-Service „Moia-Shuttle“, ein vollelektrisches Fahrzeug, oder Ride-Hailing, also Fahrdienstleistungen auf Abruf (Schaal 2017). Angesichts neuer Herausforderungen im Mobilitätsbereich scheinen die Erschließung neuer Geschäftsfelder und Absatzmöglichkeiten für die Branche wichtiger zu werden. Immer mehr neue Mobilitätsdienstleistungen und -angebote scheinen einander abzulösen.

Entwicklung des Peer-to-Peer Carsharings (2010 bis 2017)

Die Entwicklung des Peer-to-Peer Carsharings im Zeitverlauf fasst die Meilensteine der Branche zusammen. Deutlich wird auch das Reaktionsmuster der Etablierten auf die neuen Akteure.

- 08/2010: Gründung von tamyca und Autonetzer
- 11/2010: tamyca.de geht online
- 02/2011: Gründung von Rent'n'Roll
- 03/2011: Start von Nachbarschaftsauto.de
- Frühjahr/2011: rent-n-roll.de geht online
- 05/2012: Sixt mahnt tamyca ab
- Sommer 2012: carzapp.de geht online
- 06/2013: der niederländische Anbieter Snappcar geht mit einer deutschen Webseite online
- 10/2013: Starcar und der BAV klagen gemeinsam gegen Autonetzer (Klage wird abgewiesen)
- Frühjahr 2014: rent-n-roll.de stellt Dienst ein
- 09/2014: Autonetzer übernimmt Nachbarschaftsauto (Fusion). Es entsteht die bisher größte deutsche Plattform für privates Carsharing

⁷⁸ Bevor Sixt die Partnerschaft mit BMW einging, betrieb die Autovermietung seit 2008 das stationsbasierte Carsharing-Angebot Sixti Car Club in Berlin.

⁷⁹ Croove ist Teil einer neuen Unternehmens- und Wachstumsstrategie von Daimler/Mercedes Benz, mit welcher der Konzern Führungsanspruch in vier Zukunftsfeldern – Connected, Autonomous, Shared & Service und Electric Drive, kurz CASE – verfolgt. Die CASE-Strategie ist eine Reaktion auf neue Herausforderungen im Mobilitätsbereich. Weitere Informationen verfügbar unter: <https://www.daimler.com/innovation/specials/elektromobilitaet/case.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).

- 11/2014: Der französische Anbieter Drivy erschließt den deutschen Markt
- 05/2015: Drivy übernimmt Autonetzer (Fusion) und ist fortan der größte Anbieter am Markt
- 05/2015: Opel startet seine Peer-to-Peer Vermittlungsplattform CarUnity
- 12/2015: Carzapp verkündet Insolvenz
- 12/2016: Mercedes Benz/Daimler startet das Peer-to-Peer Angebot Croove als Pilotversion in München
- Herbst 2016: RideLink startet in Deutschland
- 12/2016: Opel übergibt CarUnity an tamyca
- Frühjahr 2017: geplanter Launch der Vermittlungsplattform Getaway

3.3 Technologie und Markt

Technologie

Technologische Innovationen verändern den Mobilitätssektor, zum Beispiel indem sie den beteiligten Akteuren neue Handlungsoptionen verschaffen. So waren auch für die Entwicklung der heutigen Peer-to-Peer Carsharing Plattformen neue technologische Möglichkeiten wie die Bereitstellung nutzergenerierten Inhalts maßgebliche Treiber. Auf (zweiseitigen) virtuellen Marktplätzen laufen die über viele Nutzer/innen verteilten Informationen über Angebot und Nachfrage von Privatautos zusammen. Die Koordination von Angebot und Nachfrage wird durch Möglichkeiten der schnellen und kostengünstigen Kontaktaufnahme weiter vereinfacht. Dadurch reduzieren Vermittlungsplattformen die nutzerseitigen Transaktionskosten der gemeinschaftlichen Nutzung erheblich (Lai 2016). Von ähnlicher Bedeutung sind der mobile Zugriff auf das Internet und Kommunikationsanwendungen wie Apps (Lenz und Friedrich 2015: 183). Sie ermöglichen es Nutzer/innen, das nächstgelegene Carsharing-Angebot mittels GPS leicht von unterwegs zu finden und mit Anbieter/innen in Kontakt zu treten. Cloudbasierte Mobilitätsdienste vereinfachen via App zudem die Registrierung, Ortung, Buchung und Abrechnung von Fahrten.

Der Erfolg von Peer-to-Peer Plattformen ist in großem Maße von dem Erreichen einer kritischen Masse an Nutzer/innen abhängig. So genannte Netzwerkeffekte beschreiben den Zusammenhang zwischen Nutzen und Nutzerzahlen. So braucht es beim Peer-to-Peer Carsharing genügend Anbietende im näheren Umkreis, um es für Nachfragende attraktiv zu machen – und umgekehrt. Dies erklärt den hohen Wachstumsdruck und Konzentrationsprozess unter den Vermittlungsplattformen für Peer-to-Peer Carsharing.

Weiterhin sorgen InCar-Technologien dafür, dass das Carsharing allgemein immer nutzerfreundlicher wird. Mittels einer Telematik-Einheit wird die Kommunikation zwischen Smartphone und Fahrzeug hergestellt. So lassen sich beispielsweise Tank- und Kilometerstand des Autos per Smartphone überprüfen und ein schlüsselloses Öffnen des Autos per App umsetzen. Während kommerzielle (freefloating) Carsharing-Anbieter schon seit längerem die

Fahrzeug-Ortung per Smartphone-App und ein schlüsselloses Öffnen des Autos bereitstellen, bieten mittlerweile auch Anbieter von Peer-to-Peer Carsharing diese Technologie an.⁸⁰ Seit März 2016 ermöglicht Drivy Open den Nutzer/innen in drei deutschen Städten ein schlüsselloses Öffnen der Autos, wodurch Treffen zur Schlüsselübergabe entfallen (Wiesmüller und Plöger 2016). Die Kosten für den Einbau der Telematik-Einheit werden von Drivy übernommen, während die Autobesitzer/innen monatlich 29 Euro für die Nutzung bezahlen (Bay 2016).

Weiterhin erhöhen digitale Buchungs-, Reservierungs- und Bezahlssysteme die Nutzerfreundlichkeit.⁸¹ So werden u. a. neue Bezahlssysteme entwickelt, wie die App „Car eWallet“ der Schweizer Großbank UBS, des deutschen Automobilzulieferers ZF und des Energieunternehmens Innogy, mit deren Hilfe sich unterschiedliche Zahl- und Abrechnungsfunktionen abwickeln lassen.⁸² Die App soll zukünftig insbesondere für Elektroautos das Bezahlen an Ladestationen vereinfachen, darüber hinaus besteht beispielsweise auch die Möglichkeit, Zugänge zum Fahrzeug freizuschalten und Gebühren entgegenzunehmen (Berkel 2017). Sie eignet sich daher insbesondere für das Peer-to-Peer Carsharing. So könnten Transaktionskosten weiter reduziert und zusätzlich Netzwerkeffekte gestärkt werden.

Des Weiteren werden umfassende Veränderungen auf das Mobilitätssystem durch neue technologische Entwicklungen und Zukunftsfelder der Mobilität wie z. B. der Automatisierung gesehen. Autonomes Fahren könnte bereits in einigen Jahren Realität auf den Straßen werden und die Mobilitätskultur grundlegend verändern. Während simplere Fahrassistenzdienste (wie Adaptive Cruise Control oder Einparkassistenten) bereits heute existieren, sollen langfristig komplett autonome Systeme das Steuer übernehmen.⁸³ Automobilhersteller sowie große IT-Unternehmen befassen sich derzeit mit der Entwicklung autonomer Fahrzeuge und investieren in neue technologische Anwendungen und Systeme (z. B. hochpräzise Kartendienste und Startups zur Entwicklung von Automatisierungstechnologien⁸⁴) sowie in Ridesharing-Unternehmen wie Uber, Lyft und Gett, um diese perspektivisch als Testfelder für autonome Fahrzeuge nutzen zu können (Schaal 2016). Theoretisch könnten dann auch autonome Fahrzeuge zwischen Privatpersonen geteilt werden. In einem anderen Zukunftsszenario würde der Privatbesitz komplett durch Flotten autonomer Fahrzeuge von Mobilitätsdienstleistern in Sharing-Modellen abgelöst werden (Duong et al. 2016; Phleps et al. 2015). Carsharing-Fahrzeuge könnten dann unmittelbar auf Buchungsanfragen reagieren und von

⁸⁰ Auch internationale Automobilhersteller wollen den Carsharing-Markt erobern. So hat der chinesische Automobilhersteller Geely die Fahrzeuge seiner Automarke Lynk & Co (Modell 01) mit einer eingebauten Mitnutz-Taste ausgerüstet, die ein einfaches Teilen der Autos ermöglichen soll (Brien 2016). Und auch Fahrzeughalter/innen des US-Elektroautobauers Tesla sollen in Zukunft ihre selbstfahrenden Tesla-Autos mit einem einfachen Knopfdruck in eine Tesla-Flotte einbinden können (Plass-Fleßenkämper 2016).

⁸¹ Im Falle von Drivy u. a. durch mobile Mietverträge (URL: <https://blog.drivy.de/2016/01/07/der-mobile-mietvertrag-jetzt-fuer-android/>, letzter Zugriff: 24.03.2017) und die gleichzeitige Versendung mehrerer Anfragen und dem sogenannten „Smart Match“. Dabei werden im Hintergrund Alternativvorschläge für Autos in der Nähe gesucht, falls eine Vermietung mit dem/der angefragten Fahrzeughalter/in nicht zustande kommen sollte (URL: <https://blog.drivy.de/2016/09/28/neues-buchungssystem/>, letzter Zugriff: 24.03.2017).

⁸² URL: <http://www.pressebox.de/inaktiv/zf-friedrichshafen-ag/ZF-UBS-und-innogy-Innovation-Hub-praesentieren-automobile-Geldboerse-Blockchain-Car-eWallet/boxid/831746> (letzter Zugriff: 24.03.2017)

⁸³ URL: <http://www.trendone.com/trenduniversum/macro-trends/macro-trend-detail/autonomous-vehicles.html> (letzter Zugriff: 24.03.2017)

⁸⁴ BMW, Toyota und die Allianz investieren bspw. in das Startup Nauto, das Automatisierungstechniken entwickelt. URL: <http://getmobility.de/20161011-bmw-toyota-allianz-nauto/> (letzter Zugriff: 24.03.2017)

ihrem Standort fahrerlos zu den Nutzer/innen fahren (Duong et al. 2016: 64). Der Unterschied zwischen Carsharing und Ridesharing würde sich dabei zunehmend aufheben – und das Ende des Peer-to-Peer Carsharing, jedenfalls wie wir es heute kennen, bedeuten.

Mittlerweile machen sich auch Versicherungen die technologischen Innovationen für ihr Geschäft zu Nutze. Beim sogenannten Telematik-Tarif⁸⁵ werden regelmäßig Fahrten-Aufzeichnungen über eine Smartphone-App an die Versicherung übermittelt. Auch für Nutzer/innen des Peer-to-Peer Carsharing könnten die Aufzeichnungen des eigenen Fahrstils möglicherweise teuer werden. So soll im Fall des sich in der Beta-Phase befindenden Start-Ups Getaway der Versicherungsschutz nicht an das Fahrzeug, sondern an den/die Fahrer/in geknüpft sein (Comobility 2016).

Markt

Die zunehmende Attraktivität geteilter Mobilitätsformen lässt sich auf die technologischen Innovationen einerseits und auf einen generellen Trend des „Nutzen statt Besitzen“ andererseits zurückführen. Gleichzeitig lässt sich eine zunehmende Verschiebung von einem monomodalen zu einem multimodalen Verkehrsverhalten beobachten – Carsharing allgemein und Peer-to-Peer Carsharing im Speziellen sind sowohl Treiber als auch Objekte dieser Veränderungen.

Der vergleichsweise junge Peer-to-Peer Carsharing Markt in Deutschland, der mit den Gründungen von tamyca und Autonotzer seit 2010 existiert, bleibt durch Neugründungen einerseits dynamisch, ist zugleich aber von starker Konzentration und zunehmender Professionalisierung gekennzeichnet. Die Start-Ups Drivy und tamyca bedienen derzeit den Großteil des Markts. Ihre Machtposition ist auf vorherige Fusionen und Übernahmen bzw. Aufgabe von Konkurrenz-Plattformen zurückzuführen. Die Entwicklung neuer Mitbewerber, hinter denen wie im Falle von Croove große Automobilhersteller oder wie bei RideLink Start-Up-Beteiligungsunternehmen stehen, und die Konsequenzen für das Geschäftsfeld des Peer-to-Peer Carsharing bleiben vorerst abzuwarten.

Automobilhersteller wie Mercedes Benz/Daimler mit Croove und zukünftig auch BMW/MINI erschließen mit dem privaten Carsharing neue Geschäftsfelder („mobility as a service“) und sichern sich so neue Mobilitätskund/innen. Mit der Integration eines Peer-to-Peer Carsharing Angebots in das DriveNow-System würden zudem neue Mischformen des Carsharings entstehen. Autovermietungen wie z. B. Europcar erproben ebenfalls Peer-to-Peer Carsharing-Konzepte („Drive & Share“). Diese neuen angebotsstrategischen Ausrichtungen können als Reaktion auf den Wandel des alten Regimes durch die neuen Geschäftsmodelle der Shared Mobility gedeutet werden. Umgekehrt kündigte der Peer-to-Peer Carsharing Anbieter Drivy unlängst an, sich der gewerblichen Nutzung öffnen zu wollen.

Ferner entstehen neue Geschäftsbeziehungen und Synergien im Bereich des Peer-to-Peer Carsharing. Vom Wachstum des Marktsegments profitieren auch branchenexterne Dienstleister wie Versicherungen (z. B. Allianz, R+V und Gothaer) und IT-Dienstleister (z. B. INVERS GmbH). Mit speziellen Versicherungspaketen, mobilen Apps und Zugangssoftware

⁸⁵ Mit einer sogenannten Telematik-Tarif-Option sollen Fahranfänger, die häufig mit sehr hohen Versicherungsbeiträgen rechnen müssen, Kosten sparen können. Die Höhe der Versicherungstarife hängt dabei von der Fahrweise ab. Mittels einer eingebauten Telematik-Box oder einfach per App werden Lenkverhalten, Geschwindigkeit sowie das Beschleunigungs- und Bremsverhalten ausgewertet und der Rabatt auf die Versicherungsprämie ermittelt. Zum einen hoffen die Versicherer dabei auf die „Erziehungswirkung“ wodurch die Kosten für Unfälle sinken würden, zum anderen erhoffen sie sich Wettbewerbsvorteile, indem sie die Tarife günstiger anbieten können (Gentrup 2016).

und -hardware werden neue Produkte entwickelt, die an die Anforderungen des Peer-to-Peer Carsharing angepasst sind, so z. B. neue Bezahlssysteme wie die App „Car eWallet“. Für anbieterübergreifende Carsharing-Vergleichsportale und Apps wie Carjump und verkehrsmittelübergreifende Mobilitätsplattformen wie MeMobility ist ebenfalls ein neues Betätigungs- und Ertragsfeld entstanden.

Diese Entwicklungen könnten also ein großes Potenzial für die weitere Verbreitung und die Nachfrage nach Peer-to-Peer Carsharing bedeuten. Bereits innerhalb der ersten Monate nach Launch in Deutschland waren rund 1.300 Fahrzeuge bei Drivy registriert (ZEIT ONLINE 2015b). Nach der Übernahme des Konkurrenten Autonetzer zählte das Angebot insgesamt rund 100.000 Nutzer/innen (Bay 2015). Aktuell verzeichnet Drivy etwa 140.000 registrierte Nutzer/innen und circa 5.000 aktive Fahrzeuge (Stand: März 2017). Deutlich mehr Personen nutzen gewerbliche Carsharing-Angebote: Anfang 2017 waren 455.000 Kund/innen bei stationsgebundenen und 1.260.000 bei freefloating Carsharing-Anbietern registriert (bcs 2017). Dabei sind insbesondere die Nutzerzahlen der freefloating-Angebote stark angestiegen – sie haben sich im Zeitraum von einem Jahr verdoppelt. Wenngleich der Carsharing-Markt also seit einiger Zeit (und insbesondere seit dem Aufkommen und der Ausweitung der freefloating-Angebote) von Wachstum gekennzeichnet ist, handelt es sich bei Peer-to-Peer Carsharing weiterhin um einen Nischenmarkt. Etablierte Mobilitätsdienstleistungen wie Autovermietungen und gewerbliches Carsharing sind deutlich verbreiteter. Aber auch wenn das Peer-to-Peer Carsharing heute noch nicht weit verbreitet ist (erst 2 Prozent verfügen über Erfahrungen damit), kann sich immerhin jede/r Zehnte eine Nutzung entsprechender Angebote für die Zukunft vorstellen – dies ist ein Ergebnis der Repräsentativbefragung zum Peer-to-Peer Sharing des vorliegenden Projekts (Scholl et al. im Erscheinen).

3.4 Zivilgesellschaft und Vision

Visionen und Leitbilder

In seinen Anfängen war Carsharing Teil der Vision eines autofreien Lebens. Damals wurde es als informelle und selbstorganisierte Form alternativer Mobilität in ökologisch sensiblen Kreisen vor allem in der Schweiz und in Deutschland praktiziert (Loose 2010). Eine frühe Form (ab 1948) war die Selbstfahrer-Genossenschaft in Zürich. 1988 begann „Stattauto Berlin“ als erste Carsharing-Organisation Deutschlands (Majic 2013). Viele Initiativen zur gemeinsamen Autonutzung wurden als politisches Projekt oder Nachbarschaftshilfe gegründet, häufig wurde dafür die Rechtsform der Genossenschaft gewählt. Die Nutzer/innen beziehungsweise Mitglieder waren von idealistischen und umweltorientierten Werten getrieben. Entsprechend überwogen in der Wahrnehmung von Carsharing auch lange Zeit die damit verbundenen Umweltvorteile (Baum und Pesch 1994). Und auch in der Gründungsphase des Peer-to-Peer Sharing spielten idealistische Motive für Gründer und für Nutzer/innen durchaus eine Rolle – man teilte nicht nur ein Auto, sondern eine Lebensphilosophie. Im Zuge der Wandlung des Carsharings von einem „Ökoprodukt zur Dienstleistung“ (Franke 2001) veränderte sich auch das Image von Carsharing. Heute sind es vor allem ökonomische (z. B. potenzielle Kostenersparnisse) und pragmatische Gründe (erweiterte Mobilitätsoptionen), die für eine Carsharing-Nutzung sprechen (Riegler et al. 2016). Die Umwelt- und Ressourcenschonungspotenziale rücken in den Hintergrund, wenngleich sie als Motiv für Nutzer/innen weiterhin große Bedeutung haben. So zeigt die Befragung von Nutzer/innen

der privaten Carsharing-Plattform Drivy, dass die damit verbundene Verbesserung der Ressourcennutzung das wichtigste (für private Vermieter/innen) bzw. zweitwichtigste (für private Mieter/innen) Motiv ist (Henseling 2017).

Bezüglich des oftmals beschworenen Einstellungswandels bei jungen Menschen in Hinblick auf die Bedeutung von Autobesitz sind die wissenschaftlichen Befunde uneindeutig. Manche konstatieren ihnen eine rationalere und nüchterne Einstellung zum Auto. Für sie stünde die Transportfunktion im Mittelpunkt, während beispielsweise Statusdenken nicht mehr so eng mit einem eigenen Fahrzeug verknüpft ist (Braun 2014). Im Zuge dessen würde die Idee des Carsharings in der jungen Generation aufleben (Calmbach et al. 2016). Andere Studien stellen fest, dass sowohl der Führerschein als auch der Besitz bzw. zukünftige Erwerb eines eigenen Autos für junge Menschen nachweisbar von großer Bedeutung sind und dabei – neben dem Autonomie-Gedanken, also der Möglichkeit zur flexiblen und selbstbestimmten Mobilität durch das Auto – der Statussymbol-Aspekt weiterhin sehr wichtig ist (Witzke 2016). Unabhängig von altersspezifischen Mobilitätspräferenzen lässt sich feststellen, dass die Zulassungszahlen für Pkw kontinuierlich zunehmen (im letzten Jahr um 1,6 Prozent). Der Fahrzeugbestand liegt aktuell bei mehr als 45 Millionen Pkw⁸⁶; 35 Prozent der Pkw-Neuzulassungen in 2016 entfielen dabei auf private Halter/innen.⁸⁷

In der Vision einer nachhaltigen, vernetzten und multimodalen Mobilitätskultur ist Carsharing ein bedeutender Baustein. Darin würde der motorisierte Individualverkehr noch weiter an Bedeutung verlieren und klimaverträgliche Mobilitätsformen den Modal Split dominieren. Intelligente Verknüpfungssysteme („Smart Mobility“) würden flexible, multimodale Wegeketten ermöglichen und die Pkw-Abhängigkeit der Haushalte reduzieren. Indem neue Mobilitätskonzepte immer mehr Zuspruch in breiten Teilen der Bevölkerung finden würden, würde auch die Carsharing-Nachfrage wachsen. Dadurch würde der Parkdruck in Städten sinken, gewonnene Freiflächen umgenutzt werden, Verkehrslärm und Emissionen auf ein verträgliches Maß zurückgehen, wodurch wiederum die städtische Lebens- und Aufenthaltsqualität deutlich ansteigen würde. Um diese Vision einer klimaverträglichen Mobilität konsequent zu fördern und in der Bevölkerung bekannter zu machen, bedarf es jedoch politischer Rahmensetzung und Gestaltungswillen.

Das autonome Fahren verspricht durch Automatisierung und Vernetzung effizienteres, sichereres und umweltverträglicheres Autofahren. Miteinander vernetzte Fahrzeuge könnten den Verkehrsfluss verbessern und so Staus reduzieren bzw. vermeiden. Mittels automatischer Einparksysteme würde zudem weniger Platz für Parkplätze verwendet und so Flächen für die Stadtentwicklung frei werden (Müller, T. 2016). Carsharing würde weiter vereinfacht werden, indem private autonome Fahrzeuge für andere freigegeben und selbstständig auf Buchungsanfragen reagieren würden, während die Eigentümer/innen sie nicht benötigten. In einem weiteren Schritt würde womöglich sogar der Privatbesitz komplett durch Flotten autonomer Fahrzeuge ersetzt werden (siehe Kapitel 3.3). Bis diese Vision jedoch Realität wird bedarf es gesetzlicher Rahmensetzung, u.a. bezüglich der Haftung im Falle eines Unfalls. Zudem bestehen moralische Bedenken beim autonomen Fahren, z. B. wofür sich das Fahrzeug in unvorhergesehenen Situationen entscheidet.

⁸⁶ URL: http://www.kba.de/DE/Statistik/Fahrzeuge/Bestand/FahrzeugklassenAufbauarten/b_fzkl_zeitreihe.html (letzter Zugriff: 24.03.2017)

⁸⁷ URL: http://www.kba.de/DE/Statistik/Fahrzeuge/Neuzulassungen/n_jahresbilanz.html?nn=644522 (letzter Zugriff: 28.03.2017)

Zivilgesellschaftliche Diskurse

Carsharing wird als wichtiger Baustein einer nachhaltigen Mobilitätskultur diskutiert. Verschiedene zivilgesellschaftliche Organisationen (z. B. VCD, BUND, DUH, Klimaallianz Deutschland) und politische Akteure (z. B. BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN) fordern eine „Verkehrswende“ und problematisieren in diesem Zusammenhang die unerwünschten Umweltwirkungen des motorisierten Verkehrs (z. B. Lärm- und Schadstoffemissionen, Flächeninanspruchnahme) und die dadurch entstehende Beeinträchtigung der Lebens-, Wohn- und Aufenthaltsqualität von Städten und Gemeinden ebenso wie die Überlastung urbaner Verkehrsinfrastrukturen und der Verlust von Grün- und Freiflächen im innerstädtischen Raum. Auch Bürger/innen fordern vielerorts eine Abkehr von der autogerechten Stadt- und Verkehrsplanung und setzen sich für den Ausbau stadt- und umweltverträglicher Mobilitätslösungen ein. Eingebunden in ein ganzheitliches Mobilitätskonzept kann Carsharing hierzu einen wichtigen Beitrag leisten⁸⁸, weswegen der übergeordnete Diskurs um nachhaltige Mobilität auch der Bekanntheit und Akzeptanz von Carsharing zuträglich sein kann. In letzter Zeit werden jedoch vereinzelt auch Zweifel an der Umweltverträglichkeit von Carsharing laut. So wird u.a. von der Deutschen Umwelthilfe befürchtet, dass das freefloating Carsharing als neue Form der „Bequemlichkeitsmobilität“ zu einer Zunahme des Autoverkehrs und damit auch zu steigenden Umweltbelastungen führe und im Gegenzug die Nachfrage nach umweltfreundlichen öffentlichen Verkehrsträgern zurückgehe (Tagesspiegel 2017, Nürnberger 2017). Aktuelle Studien legen nahe, dass die Einsparpotenziale in hohem Maße von den verkehrspolitischen Rahmenbedingungen abhängen (UBA 2015).

Zudem werden die Betreiber von Carsharing-Angeboten mit steigenden Anforderungen an Datenschutz und -sicherheit konfrontiert. So stellte sich beispielsweise in Folge eines Auto-unfalls mit einem freefloating Carsharing-Fahrzeug heraus, dass mehr Daten über die Nutzer/innen gespeichert werden als bislang bekannt war (Breitinger 2016). Die umfassende Datenspeicherung ermöglicht es, die gefahrenen Wege von Personen nachzuvollziehen, Personen zu lokalisieren und Rückschlüsse auf ihr Fahrverhalten zu ziehen und – so fürchten Datenschützer – diese Informationen zur Überwachung der Nutzer/innen einzusetzen. Im Falle des genannten Unfalls konnte der Carsharing-Nutzer aufgrund der präzisen Rekonstruktion seines Bewegungsprofils verurteilt werden. Inwieweit eine umfangreiche Speicherung und Verarbeitung von Daten bei Carsharing-Anbietern rechtmäßig ist, ist bisher nicht entschieden.

Auch mit Blick auf die Sharing Economy allgemein mehren sich nach anfänglicher Euphorie zuletzt die kritischen Stimmen. Die profitorientierten Vermittlungsplattformen würden zu den gesellschaftlich erwünschten Ressourceneinsparungen nicht oder nur wenig beitragen oder sogar vermehrten Konsum auslösen (Rebound-Effekte). Zudem wird befürchtet, dass sie Marktregularien nicht einhalten und dadurch im Wettbewerb mit etablierten Marktteilnehmern profitieren könnten. Durch das Umgehen bewährter arbeitsmarkt- und steuerpolitischer Standards bestünde die Gefahr einer Entsolidarisierung in der Gesellschaft (Hagen und Rückert-John 2016). Im Mobilitätsbereich wird der Vermittlungsdienst für private Chauffeurdienste über beispielweise weltweit für die Schaffung unfairer Wettbewerbsvorteile gegenüber traditionellen Taxiunternehmen, das Umgehen bestehender gesetzlicher Vorschriften, die Schlechterstellung bzw. Ausbeutung der selbstständigen Fahrer/innen durch die fehlende sozialrechtliche Absicherung und die ungerechtfertigte Kontrolle der Fahrer/innen kritisiert.

⁸⁸ Die Umweltvorteile und Entlastungseffekte des stationsbasierten Carsharings wurden bereits in vielen Studien nachgewiesen (z. B. bcs 2016, Martin und Shaheen 2011, Haefeli et al. 2006).

Das Landgericht Frankfurt hat bereits 2015 mit einer Grundsatzentscheidung reagiert (Landgericht Frankfurt 2015), die Uber mit Ausnahme von München und Berlin, wo professionelle Chauffeure weiterhin über die App Fahrten anbieten dürfen, deutschlandweit verbietet. Daneben gibt es eine öffentlich und politisch geführte Debatte um die Arbeitsbedingungen der so genannten Solo-Selbstständigen, die in der Sharing Economy vor allem im Dienstleistungsbereich (Reinigungsdienste, Fahrradlieferservice für Essen, Crowd- und Clickworking etc.) tätig sind (Reiter 2014). Hier spielen u. a. Themen wie soziale Sicherung und gerechte Einkommensverteilung eine Rolle. Ob sich die kritischen Schlagzeilen und die Verschärfung der gesetzlichen Rahmenbedingungen durch die Politik negativ auf die Wahrnehmung von Peer-to-Peer Carsharing auswirkt, lässt sich derzeit nur schwer bestimmen.

3.5 Regulierung

Die Geschäftsmodelle der Sharing Economy treten häufig mit den Geschäftsmodellen etablierter Akteure in einen Wettbewerb. Diese unterliegen in der Regel strengeren gesetzlichen Auflagen, wie z. B. der Notwendigkeit einer speziellen Zulassung für Mietfahrzeuge oder jährliche Hauptuntersuchungen, wodurch für die neuen Sharing-Angebote Kosten- und Wettbewerbsvorteile entstehen können. Die nationale und europäische Politik befasst sich zunehmend und auf Druck beider Gruppen mit der Frage nach einem angemessenen Regulierungsrahmen für die Sharing Economy. So spricht sich die im Juni 2016 von der Europäischen Kommission verabschiedete „Europäische Agenda für die Kollaborativwirtschaft“ explizit gegen eine stärkere Regulierung von Sharing-Angeboten aus. Stattdessen wird die Förderung einer ausgewogenen Entwicklung neuer kollaborativer Geschäftsmodelle angestrebt (Europäische Kommission 2016). Verbote und Marktzugangsbeschränkungen sollen dabei als letztes Mittel der Wirtschaftspolitik gelten und nur dann zum Einsatz kommen, sofern sie verhältnismäßig sind und in ihrer Zielerreichung dem Allgemeininteresse dienen (Europäische Kommission 2016: 4). Bei der Prüfung der Erfordernisse von Marktzugangsanforderungen sollte ihrer Empfehlung nach zudem berücksichtigt werden, ob die Angebote gewerblicher oder gelegentlicher Natur sind.⁸⁹ In einem Antrag von März 2017 fordert auch die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN die Bundesregierung dazu auf, Sharing-Angeboten einen fairen Wettbewerb zu ermöglichen und insbesondere gemeinwohlorientierte Modelle der gemeinschaftlichen Nutzung von Gütern und Dienstleistungen politisch stärker zu fördern (Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN 2017).

Das Aufkommen des Peer-to-Peer Carsharing hat – ähnlich wie in anderen Bereichen der Sharing Economy – etablierte Mobilitätsdienstleister wie Autovermietungen auf den Plan gerufen. So reichte der Bundesverband der Autovermieter Deutschlands e.V. (BAV) im Jahr 2013 eine Klage gegen den Peer-to-Peer Carsharing-Dienst Autonetzer ein, mit der Forderung, gleiche Auflagen für private Carsharing-Anbieter wie für professionelle Anbieter geltend zu machen (siehe auch Kapitel 3.2). Das Landesgericht Berlin entschied zugunsten der Peer-to-Peer Carsharing-Anbieter mit der Begründung, dass privates Carsharing nicht mit gewerblicher Autovermietung vergleichbar sei, bei der die Autonutzung ausschließlich durch

⁸⁹ Dabei fehlt es jedoch bisher an einer ausdrücklichen Unterscheidung gewerblicher und gelegentlicher Angebote (Europäische Kommission 2016: 5f.). Als eine Möglichkeit schlägt die Kommission die Festlegung von branchenspezifischen Schwellenwerten vor, unterhalb derer die Anforderungen weniger restriktiv wären (ebd.).

die Vermietung erfolgt (Harder 2014).⁹⁰ Peer-to-Peer Carsharing wurde in dem Zusammenhang als Gelegenheitsvermietung verstanden, die der Reduzierung der Unterhaltskosten dient und keine kommerziellen Zwecke verfolgt. Das Urteil des Landgericht Berlin zu der Klage des BAV erklärt privates Carsharing somit zumindest als nicht vergleichbar mit gewerblicher Autovermietung; „harte“ Kriterien, ab wann privates Teilen gewerbsmäßig betrieben wird, gibt es allerdings bisher vom Gesetzgeber nicht. Welche Auswirkungen hätte eine gerichtliche Entscheidung zugunsten des BAV gehabt? Wäre gesetzlich vorgegeben, dass private Autobesitzer die gleichen Auflagen erfüllen müssen, wären sie gezwungen ihre Privat-Pkws als sogenannte „Selbstfahrervermietfahrzeuge“ anzumelden, eine jährliche statt zweijährliche Hauptuntersuchung bei einer Prüforganisation wie dem TÜV durchzuführen sowie spezielle Versicherungen abzuschließen.⁹¹ Die daraus resultierenden Zusatzkosten würden mit großer Wahrscheinlichkeit das Ende des Peer-to-Peer Carsharing bedeuten.

Der Gesetzgeber kann aber nicht nur regulierend, sondern auch fördernd eingreifen. Im Falle des Carsharings schafft die Bundesregierung mit dem im März 2017 von der Bundesregierung beschlossenen Carsharing-Gesetz eine Rechtsgrundlage, um die Entwicklung des Carsharings weiter voranzutreiben. Mit dem im September 2017 in Kraft tretenden Gesetz soll die Nutzung von Carsharing-Fahrzeugen u. a. durch reservierte Parkplätze und der Befreiung von Parkgebühren attraktiver werden (Bundesregierung 2017). Stationsgebundenen Carsharing-Anbietern soll es zudem ermöglicht werden, Abhol- und Rückgabestationen an ausgewählten Standorten in den öffentlichen Verkehrsraum zu verlagern und so die Vernetzung mit dem ÖPNV zu verbessern (BMVI 2016). In seiner jetzigen Form gilt das Gesetz nur für B2C-Carsharing-Anbieter, um eine missbräuchliche Ausnutzung der Bevorzugung zu verhindern (BMUB 2015). Nach einem Zeitraum von fünf Jahren sieht der Entwurf eine Evaluation des Gesetzes vor, in dem auch die Möglichkeit einer Einbindung von Peer-to-Peer Carsharing Plattformen geprüft werden soll (ebd.: 37f.). Peer-to-Peer Carsharing Plattformen wie tamyca und Drivy fordern allerdings schon jetzt eine stärkere Berücksichtigung von Peer-to-Peer Carsharing in dem Gesetz, beispielsweise indem auch im Peer-to-Peer Carsharing genutzte Privatautos von reservierten Parkplätzen profitieren. Wie die Plattformbetreiber allerdings sicherstellen wollen, dass das Fahrzeug, dem privilegierter Parkraum zur Verfügung steht, auch jederzeit einer öffentlichen Nutzung zugänglich ist, bleibt bislang offen.

Daneben ist für die weitere Verbreitung von Peer-to-Peer Carsharing der Ausbau öffentlicher Verkehrsmittel durch die Politik von Bedeutung. So hängt der Erfolg von Carsharing allgemein unter anderem von den flankierenden Maßnahmen zur Förderung eines multimodalen Verkehrsverhaltens und umweltfreundlicher Mobilitätsstile ab. Dazu zählt beispielsweise die stärkere Verknüpfung verschiedener Anbieter und Verkehrsmittel. So können verkehrsträgerübergreifende Lösungen und Kooperationen etwa zwischen Carsharing-Anbietern und ÖPNV-Unternehmen eine Vorreiterrolle zukommen.⁹²

⁹⁰ Es wurde jedoch nicht abschließend geklärt, wie privates von gewerblichem Teilen abzugrenzen sei. Grundsätzlich dürfen allerdings die Einnahmen aus der Vermietung nicht die Haltungskosten übersteigen, ansonsten wäre eine Umsatzsteuer fällig (URL: <http://www.zeit.de/mobilitaet/2013-10/klage-privates-carsharing>; https://www.carunity.com/blog/wann_einnahmen_besteuern_cu/, letzter Zugriff: 24.03.2017).

⁹¹ URL: <http://www.carsharing-experten.de/blog/2013/10/07/autovermieter-greifen-carsharing-anbieter-bav-gegen-autonetzer.html> (letzter Zugriff: 22.3.2017)

⁹² URL: <http://www.carsharing.de/bcs-jahrespressekonferenz-2016-0> (letzter Zugriff: 22.3.2017)

3.6 Phasen der gesellschaftlichen Verankerung

Die Entwicklung des Peer-to-Peer Carsharing und die gesellschaftliche Verankerung lassen sich in drei Phasen einteilen, die jeweils von unterschiedlichen Einflussfaktoren geprägt waren.

2010 – 2013	Entstehungsphase: Gründungen und Nischenexperimente
2014 – 2015	Konsolidierungsphase: Konzentration und Konsolidierung
2015 – 2017	Umbruchphase: (erneute) Dynamisierung, neue Akteure und Kooperationen

Entstehungsphase

In der Entstehungszeit des Peer-to-Peer Carsharing in Deutschland adaptierten ungefähr zeitgleich mehrere Start-Ups – teils mit studentischem Hintergrund – das Konzept der organisierten Vermittlung von privaten Autos zwischen Fremden. Ihre Geschäftsmodelle waren nahezu identisch. Daher spielten auch dieselben begünstigenden Faktoren, nämlich technologische Innovationen sowie die Kooperationsbereitschaft von Versicherungsunternehmen, eine wesentliche Rolle als Vorbedingungen für die Gründungen. Das Aufkommen des Peer-to-Peer Carsharing wurde von großem Interesse der Medien und wohlwollender Berichterstattung begleitet. Ferner konnte das Peer-to-Peer Sharing von der steigenden allgemeinen Bekanntheit und Sichtbarkeit von Carsharing (etwa in Folge der Verbreitung der freefloating-Modelle in Großstädten) und der wachsenden Zustimmung zum Leitbild einer nachhaltigen und autofreien Mobilitätskultur in der Bevölkerung profitieren.

Mehrere Jahre war der Markt von der Ko-Existenz mehrerer Plattformen (tamyca, Autonotzer, Rent'n'Roll und Nachbarschaftsauto) geprägt. Wenngleich die Konkurrenz untereinander aufgrund der Ähnlichkeit der Geschäftsmodelle groß war, kann die Entstehungszeit als kooperativ-kompetitiv beschrieben werden. Auch wenn die Anbieter jeweils versuchten mit unterschiedlichen Marketingstrategien ihre Alleinstellungsmerkmale herauszuarbeiten, werden die Unterschiede für Nutzer/innen vermutlich kaum erkennbar gewesen sein. So wird es mit großer Wahrscheinlichkeit zu Mehrfachregistrierungen und -nutzungen gekommen sein, wodurch es keiner Plattform gelungen ist, in dieser Phase einen Vorsprung zu gewinnen.

Trotz zunehmender Konkurrenz durch Anbieter anderer Carsharing-Formen, Wettbewerbsdruck untereinander, Angriffe und Diskreditierungsversuche etablierter Mobilitätsunternehmen und -verbände und anhaltender Schwierigkeiten, ausreichend große Nutzerzahlen und Transaktionen zu generieren, gelang es zunächst allen vier genannten Plattformen sich auf dem Markt zu behaupten.

Konsolidierungsphase

Den Übergang in die nächste Phase markierte die Geschäftsaufgabe des kleinsten Anbieters Rent'n'Roll.⁹³ Etwas später erfolgte die Fusion zwischen Autonetzer und Nachbarschaftsauto. Damit hatte sich die Anzahl der Anbieter für Peer-to-Peer Carsharing innerhalb von kurzer Zeit halbiert. Ein Zeichen dafür, dass der damalige Markt des organisierten Autoteilens zwischen Privatpersonen nicht groß genug für vier oder mehr Plattformen war. Den „Verlierern“ war es bis zu diesem Punkt nicht gelungen, genügend Einnahmen aus den erfolgreich vermittelten Transaktionen zu generieren. Den „Gewinnern“ stand hingegen mehr Investorenkapital zur Verfügung, um etwa den laufenden Betrieb weiter zu finanzieren und in die Akquirierung von neuen Nutzer/innen zu investieren.

Die Konsolidierung erreichte mit der Übernahme von Autonetzer durch den französischen Peer-to-Peer Carsharing-Anbieter Drivy die nächste Stufe. Der Zusammenschluss der beiden Plattformen hat die Konzentration des Markts für Peer-to-Peer Carsharing weiter vorangetrieben. Mit seinem Eintritt in den deutschen Markt setzte Drivy seine europäische Expansionsstrategie fort. Mit mehreren Kapitalgebern im Rücken und entsprechenden Investitionsmitteln konnte sich das Unternehmen an die Spitze des deutschen Marktes setzen. Zu dieser Zeit konzentrierte sich die Nutzergruppe von Peer-to-Peer Carsharing also auf wenige Plattformen, was vor dem Hintergrund des Zusammenhangs zwischen Nutzerzahlen und erfolgreichen Transaktionen (Netzwerkeffekte) als eine – zumindest für die Kund/innen und ihre Zufriedenheit mit der Nutzung der jeweiligen Plattform – sinnvolle Entwicklung erscheint. Andererseits verstärkte sich dadurch die Machtkonzentration auf einige wenige Anbieter.

Bei allen Plattformen ist in dieser Phase eine weitere Professionalisierung des Angebots und eine Senkung der Transaktionskosten und damit Vereinfachung der Mietvorgänge der Nutzerfreundlichkeit durch technologische Produktinnovationen wie cloudbasierte Apps oder In-Car-Technologien festzustellen. Weniger als früher setzen die Plattformen hingegen auf den Aufbau sozialer Beziehungen zwischen den Nutzer/innen. Kooperationen mit anderen Mobilitätsdienstleistern wie etwa Ridesharing-Plattformen und der Austausch von technologischem Knowhow zeichnen sich ebenfalls als Trend ab. Damit wurde Peer-to-Peer Carsharing insgesamt nutzerfreundlicher und anschlussfähiger an Zielgruppen, für die Praktikabilität und Komfort wichtig sind. Insgesamt setzt sich der Imagewandel von Carsharing in dieser Phase weiter fort – und wird neben Umweltschutz auch mit Komfort, Zeit- und Geldeinsparungen in Verbindung gebracht.

Umbruchphase

Nachdem sich Drivy im Laufe des Jahres 2014 sehr erfolgreich auf dem deutschen Markt verbreitet hatte, entstand der Eindruck, dass damit eine vorläufige Konsolidierung erreicht war und sich der Markt von nun an auf einige wenige Anbieter aus der Start-Up-Szene konzentrieren wird (siehe oben). Jedoch ist die letzte und aktuell andauernde Phase durch eine (erneute) Dynamisierung gekennzeichnet: Große Automobilhersteller treten in den Markt ein und ergänzen ihr Angebotsspektrum durch moderne Fahrdienstleistungen wie On-Demand-Services aber auch Vermittlungsplattformen für Peer-to-Peer Carsharing. Dadurch vergrö-

⁹³ Die Plattform scheint bereits einige Zeit vor der offiziellen Geschäftsaufgabe nicht mehr betreut worden zu sein (ein Kommentar anlässlich eines Nutzertests im Sommer 2013 legt dies nahe: „Warum die Seite mittlerweile sich selbst überlassen scheint? Wir haben die Macher weder telefonisch, noch per Mail zu einer Stellungnahme bewegen können“; URL: <http://www.lets-share.de/rent-n-roll-de-autos-privat-ver-mieten-und-sparen/> (letzter Zugriff: 23.03.2017).

ßern sie ihre (bisher aus gewerblichen Systemen bestehende) Carsharing-Flotten und können ihren Kunden eine größere Dichte und Reichweite bieten. Die Auswirkungen dieser Wettbewerbsdynamiken können gegenwärtig noch nicht abgeschätzt werden. Fest steht lediglich, dass die Automobilkonzerne im Vergleich zu Start-Ups über deutlich besser ausgestattete Marketing- und Entwicklungsbudgets, mehr personelle Ressourcen und umfassendere Erfahrungen im Mobilitätsmarkt verfügen – und damit (theoretisch) in der Lage wären, den Markt des Peer-to-Peer Sharing zu dominieren. Zudem können sie ihr spezifisches Peer-to-Peer Carsharing-Angebot mit bestehenden Mobilitätsdienstleistungen ihres Konzerns verknüpfen oder in ihre verkehrsmittelübergreifenden Mobilitätsplattformen einbinden – und damit den Kund/innen eine ganzheitliche und nutzerfreundliche Dienstleistung anbieten. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass der erste Automobilkonzern (Opel CarUnity) seine Aktivitäten im Peer-to-Peer-Bereich nach zwei Jahren wiedereingestellt beziehungsweise an tamyca übergeben hat.

Gleichzeitig wendet sich die mediale und öffentliche Aufmerksamkeit kritischeren Aspekten rund um die Sharing Economy zu und umstrittene Themen wie Datenschutz und -sicherheit werden auch auf den Bereich der Mobilitätsdienstleistungen ausgeweitet.

Mit Blick auf die politische Einflussnahme wird in dieser Phase sowohl von der europäischen wie auch von der nationalen Politik begonnen, angemessene Regulierungsrahmen für die Sharing Economy zu etablieren. Dabei ist insbesondere das im März 2017 von der Bundesregierung beschlossene Carsharing-Gesetz von Bedeutung. Das Gesetz fördert alle Carsharing-Angebote, die die im § 2 beschriebenen Voraussetzungen erfüllen, wozu das Peer-to-Peer Carsharing nicht zählt. Mögliche Auswirkungen oder Anpassungen des Gesetzes bleiben abzuwarten.

In der nachfolgenden Tabelle sind die wesentlichen Einflussfaktoren entlang der drei Entwicklungsphasen zusammengefasst.

Tab. 2: Einflussfaktoren im Peer-to-Peer Carsharing

Phase	Fördernde Faktoren	Hemmende Faktoren
Entstehung	Technologie: Web 2.0, Smartphones und mobiles Internet Leitbild: smarte Mobilität Diskurse: nachhaltige Mobilitätskultur Akteure: Versicherungen als Partner	Wettbewerb: klassische Autovermietung und B2C-Modelle Markt: Stationsgebundenheit und Transaktionskostennachteile
Konsolidierung	Markt: Investitionsmittel Akteure: Wachstum Technologie: InCar-Technologien, cloudbasierte Serviceleistungen	Markt: Verdrängungswettbewerb Markt: fehlende Bekanntheit und kritische Masse
Umbruch	Markt: Übernahmen und Fusionen Akteure: Eintritt Automobilkonzerne Regulierung: Carsharing-Gesetz	Regulierung: Parkplatzreservierung fördert einseitig B2C-Modell

4 Fazit

Die vorliegende Studie hat die gesellschaftlichen Herausforderungen bei der Verankerung von Peer-to-Peer Sharing Praktiken in zwei relevanten Handlungsfeldern aufgezeigt. Für die Bereiche der Übernachtungen und des Carsharings wurde herausgearbeitet, wie sich die neuen Geschäftsmodelle in die vorhandenen kulturellen, regulativen und ökonomischen Kontexte einbetten, zu welchen negativen Entwicklungen, nicht-intendierten Folgen und offenen Konflikten es dabei kommt, auf welchen Ebenen sich die Konflikte abspielen und welche Akteure daran beteiligt sind.

Im Folgenden werden die wesentlichen Faktoren zunächst fallspezifisch zusammengefasst und dann gegenübergestellt. In beiden Feldern wurden verschiedene Phasen der Entwicklung ausgemacht, die von unterschiedlichen Einflussfaktoren geprägt waren. Die anschließende Gegenüberstellung erlaubt Gemeinsamkeiten und Unterschiede herauszuarbeiten, um davon Aussagen über **generelle Zusammenhänge und typische Herausforderungen** bei der gesellschaftlichen Verankerung von Peer-to-Peer Praktiken abzuleiten.

4.1 Wesentliche Einflussfaktoren auf die gesellschaftliche Verankerung

Apartment Sharing

Im Bereich des Apartment Sharing hat bereits eine **breite gesellschaftliche Verankerung des Peer-to-Peer Sharing** stattgefunden. Gewerblichen Anbietern von Übernachtungen ist mit dem privaten Teilen von Wohnraum eine ernstzunehmende Konkurrenz erwachsen. Laut einer repräsentativen Umfrage (Scholl et al. im Erscheinen) nutzen aktuell etwa sechs Prozent der Deutschen die Angebote des Apartment-Sharing, 15 Prozent können es sich in der Zukunft vorstellen. Eine Verbreitung dieser Praktiken war in diesem Ausmaß bis vor wenigen Jahren nicht absehbar. Die entgeltlose Bereitstellung von privaten Übernachtungsangeboten, wie sie zunächst vor allem über Gastfreundschaftsnetzwerke erfolgte, hat zwar das **positive Bild** vom privaten Wohnungsteilen entscheidend mitgeprägt, konnte aber nie dem Nischendasein entwachsen. Die relativ aufwendige Anbahnung und die mangelnde rechtliche Verbindlichkeit entgeltloser Angebote für Nutzer/innen, sowie die geringe Zahl von Anbietenden, die ohne Gegenleistung Übernachtungen zur Verfügung stellen wollten, waren Gründe für die begrenzte Reichweite dieser Praktik.

Viele dieser Hemmnisse konnten mit der Möglichkeit der Vermietung von Wohnungen über Sharing Plattformen überwunden werden. Die Bereitstellung privaten Wohnraums blieb dadurch nicht mehr nur auf idealistisch motivierte Anbietende beschränkt. Die ausdrückliche Vereinbarung von Gegenleistungen erhöhte zugleich auch die Verbindlichkeit des Angebots und verringerte für den Nachfragenden die Such- und Anbahnungskosten. Mit dem Aufkommen kommerzieller Plattformen und einer fortschreitenden **Professionalisierung** der Vermittlung konnten starke Abhängigkeiten von einem freiwilligen Engagement weniger Personen und gewisse Entwicklungsblockaden aufgrund politischer Richtungsstreits innerhalb der Netzwerke überwunden werden.

In der daraufhin einsetzenden Wachstumsphase wurden Probleme im Zusammenhang mit einer stark anschwellenden Nutzergemeinschaft relevant. Mit zunehmender **Heterogenität** der Netzgemeinde verlor das Leitbild einer verschworenen Gemeinschaft als begünstigender

Faktor an Bedeutung. Darüber hinaus wurde das **Vertrauen in die Gemeinschaft** durch mehrere Vorkommnisse erschüttert, die sowohl die Sicherheit der Gäste als auch die Sicherheit des Eigentums der Gastgeber in Frage stellten. Aufkommenden Sicherheitsbedenken konnten die Vermittlungsplattformen durch **vertrauensbildende Maßnahmen**, wie Informationsbereitstellung, Versicherungsregelungen, Bewertungsinstrumente und Ausweispflichten, erfolgreich begegnen. Trotz vermehrter Datenerhebung konnten Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes bisher keine größere hemmende Wirkung entfalten.

Mit zunehmender Verbreitung des Geschäftsmodells wuchsen die **zivilgesellschaftlichen Vorbehalte** gegen die Praktik des privaten Wohnungsteilens. Während verbreitete Vorwürfe der Steuerhinterziehung und der rassistischen Diskriminierung in Deutschland kaum skandalisiert wurden, sind aktuell die Proteste erheblich, die sich gegen die Auswirkungen auf den Wohnungsmarkt und die Tourismusentwicklung in – vor allem – größeren Städten richten. Dabei ist der unterstellte Zusammenhang zwischen der kurzzeitigen Vermietung von Privatwohnungen über Sharing Plattformen und den aktuell zu beobachtenden Tendenzen des Massentourismus in Städten, der Mietpreisentwicklung und der Verdrängung Geringverdienender an den Stadtrand höchst umstritten. Die Proteste auf zivilgesellschaftlicher Ebene verbinden sich dabei mit den Forderungen des Hotelgewerbes nach einer rechtlichen Gleichstellung plattformvermittelter privater Angebote und erzeugen großen **politischen Handlungsdruck**. Die zuständigen Behörden stehen vor der schwierigen Herausforderung, einerseits die unerwünschten Nebeneffekte der kurzzeitigen Vermietung von Ferienunterkünften zu bekämpfen, ohne jedoch andererseits durch eine übermäßige Reglementierung mögliche positive Wirkungen des gelegentlichen Teilens von privaten Wohnungen vollkommen zu unterbinden.

Es liegt durchaus im öffentlichen Interesse, ein **echtes Wohnungsteilen** zu unterstützen, wenn durch die intensivere Nutzung der vorhandenen Bausubstanz Umweltentlastungen entstehen, der soziale Zusammenhalt gefördert und neue Einkommensquellen für Geringverdienende eröffnet werden können. Die positiven ökologischen und sozialen Wirkungen sind bei den quasi-gewerblichen Übernachtungsangeboten, die ebenfalls über die Sharing Plattformen vermittelt werden, eher gering. Für Regelungen zum Schutz des Gemeinwohls ist es deshalb notwendig, Unterscheidungskriterien für gemeinnützige und rein kommerzielle Aktivitäten zu entwickeln und daran unterschiedliche rechtliche Anforderungen zu knüpfen.

Peer-to-Peer Carsharing

Im Gegensatz zum Apartment Sharing ist das Teilen unter privaten Fahrzeughaltern immer noch eine **Nischenpraxis**. Aktuell nutzen nur zwei Prozent der Deutschen eine Plattform für Peer-to-Peer Carsharing, immerhin zehn Prozent können es sich in Zukunft vorstellen (Scholl et al. im Erscheinen). Dabei ist zu berücksichtigen, dass (nachhaltige) Mobilitätsalternativen in Deutschland insgesamt zugenommen haben. Insbesondere der Carsharing-Markt ist gewachsen und hat sich stark ausdifferenziert. Autovermietungen klassischen Zuschnitts existieren bereits seit langer Zeit, das Angebot an freefloating B2C-Carsharing ist in den letzten Jahren vor allem in den Großstädten gewachsen. Außerdem ist die Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten und von privaten Fahrdienstleistungen hinzugekommen. Das **Wettbewerbsumfeld** des Peer-to-Peer Carsharing gestaltet sich also äußerst heterogen und dynamisch.

In seiner Entstehungsphase wurde das Peer-to-Peer Sharing im Mobilitätsbereich vor allem von **Unternehmensneugründungen** geprägt. Start-Ups versuchten sich mit der Vermittlung von privaten Fahrzeugen auf einem Markt zu etablieren, der von Unternehmen mit großen

Fahrzeugflotten beherrscht wird. Technologische Entwicklungen, insbesondere das mobile Internet, hatten zu diesem Zeitpunkt bereits das Angebot klassischer Autovermietungen um Carsharing-Modelle erweitert, die nicht mehr an zentrale Stationen der Fahrzeugübergabe gebunden waren. Carsharing-Plattformen dieser Art wurden häufig von Autovermietungen und Automobilherstellern gemeinsam betrieben.

Die Vermittlung privater Fahrzeuge bedurfte erst der Technologien des Web 2.0, um eine dezentrale Angebotsbereitstellung durch die Halter zu ermöglichen. Darüber hinaus war die Entwicklung spezifischer **Versicherungsleistungen** notwendig, um die Risiken von Nutzer/innen und Anbietenden zu begrenzen. Die Zusammenarbeit mit Versicherungsunternehmen war für die Akzeptanz des P2P-Modells am Markt entscheidend. Trotz des dezentralen Charakters hat das Modell gegenüber freefloating-Angeboten den Nachteil der **Stationsgebundenheit**, da die Fahrzeuge wieder zum Besitzer bzw. zur Besitzerin zurückgebracht werden müssen.

Die Attraktivität einer P2P-Carsharing Plattform hängt also unmittelbar davon ab, ob potenzielle Mieter/innen passende Angebote in ihrer Umgebung finden können. Die komplexe Herausforderung der Vermittlungsplattformen besteht also darin, ein entsprechendes Verhältnis von Angebot und Nachfrage im jeweiligen Geschäftsgebiet zu organisieren. Im Gegensatz zu konkurrierenden B2C-Modellen kann dieses Verhältnis nicht über **Flottenmanagement** gesteuert werden. Ein weiterer Nachteil gegenüber Wettbewerbern besteht darin, dass die Transaktionspartner nach einer erfolgreichen Kontaktvermittlung durch die Plattform weitere Transaktionen selbst organisieren und ohne deren Vermittlung durchführen können.

Nach etwa drei Jahren der Erprobung des P2P-Carsharing-Modells setzte eine Entwicklungsphase ein, in der einige dieser Start-Ups entweder aufgegeben oder mit anderen zusammengelegt wurden. Die Zahl der Plattformen verringerte sich. Gleichzeitig gelang es aber einigen Akteuren weitere Investitionsmittel anzubieten und zu wachsen. Der **Einsatz neuer Technologien**, wodurch die Anmietung weniger aufwendig wird, erlaubte eine weitere Absenkung der Transaktionskosten und damit eine Verbesserung der Attraktivität des P2P-Sharing gegenüber B2C-Modellen. Letztere sind jedoch weiterhin hinsichtlich des Bekanntheitsgrads und der Nutzerzahlen überlegen. Die Tragfähigkeit der P2P-Plattformen ist somit keinesfalls gesichert.

Die Dynamik, mit der die Fusionen, Übernahmen und Neugründungen in den letzten Jahren in diesem Bereich vorstättengingen, kündigen einen erneuten **Umbruch** an. In jüngster Zeit werden zunehmend etablierte Akteure, vor allem Automobilhersteller, auch im Bereich der Vermittlung privater Fahrzeugvermietung aktiv. Dabei wird Peer-to-Peer Sharing häufig nur als **ergänzendes Angebot** zum klassischen B2C-Modell betrieben. Der Vorteil einer solchen Kombination liegt auf der Hand: Private Fahrzeuge können den Fuhrpark der Großanbieter ergänzen, durch Flottenmanagement können Lücken in der Abdeckung durch Privatanbieter/innen kompensiert werden.

Es bleibt abzuwarten, in welche Richtung sich das Peer-to-Peer Carsharing entwickeln wird und welche Akteure diese Entwicklung maßgeblich beeinflussen werden. Insgesamt besteht beim heutigen Entwicklungsstand des Peer-to-Peer Carsharing **wenig Regulierungsbedarf**. Die öffentliche Diskussion um das private Autoteilen ist größtenteils wohlwollend, wenngleich das mediale Interesse daran merklich zurückgegangen ist. Das Peer-to-Peer Carsharing ist als ein Baustein eines multimodalen Mobilitätsstils zu unterstützen, insofern als ökologische

Vorteile mit Blick auf Ressourceneinsparungen entstehen können, wenn Nutzer/innen ihr eigenes Auto für die gemeinschaftliche Nutzung zur Verfügung stellen oder sich aufgrund des Angebots erst gar kein Privatauto anschaffen.

4.2 Vergleich der Fallstudien

Die Verbreitung der Peer-to-Peer Sharing Praxis ist im Bereich der Beherbergung deutlich weiter fortgeschritten als im Mobilitätsbereich. Nicht nur kamen die ersten Geschäftsmodelle für eine Online-Vermittlung von privaten Angeboten zunächst im Übernachtungsbereich auf, auch ist die Praktik des kurzzeitigen Vermietens von privatem Wohnraum in Deutschland heutzutage deutlich weiter verbreitet als das Vermieten von privat gehaltenen Fahrzeugen: Eine Repräsentativbefragung (Scholl et al. im Erscheinen) zeigt, dass nur zwei Prozent der deutschen Bevölkerung die Angebote des P2P-Carsharings nutzen, während die Gruppe der Nutzer/innen von Apartment-Sharing etwa dreimal so groß ist.

Bei näherer Betrachtung der Erkenntnisse beider Fallstudien stellt sich die Frage, ob für das private Carsharing überhaupt eine ähnlich dynamische Entwicklung erwartet werden kann, wie sie im Übernachtungsbereich am Geschäftsmodell von Airbnb nachvollzogen werden kann, da unterschiedliche **Ausgangslagen** und zugrundeliegende **Marktstrukturen** auch **andere Dynamiken der Verankerung** begründen. Für das Verständnis der Entwicklungen sind die industrieökonomischen Konzepte der **Netzwerkeffekte** und **Transaktionskosten** von herausragender Bedeutung.

In beiden Handlungsbereichen etablierten sich in Form von Onlinebuchungsplattformen für Übernachtungen und B2C-Carsharing zunächst solche Geschäftsmodelle, die **gewerbliche Angebote** über die neuen Kanäle des Internets mit geringeren Transaktionskosten vertrieben. Im Beherbergungssektor, der aufgrund der Vielzahl kleiner und mittelständischer Hotels und Ferienunterkünfte bereits einen hohen Wettbewerbsgrad aufwies, konnten sich digitale Vermittlungsplattformen als neue dritte Kraft zwischen Angebot und Nachfrage drängen. Im stärker konzentrierten Markt für Autovermietung übernahmen dagegen mit den Automobilherstellern und den klassischen Betreibern von Vermietstationen die etablierten Akteure selbst den Online-Vertrieb ihrer Fahrzeugflotten. Dementsprechend unterschiedlich gestaltet sich das unmittelbare Wettbewerbsumfeld für Sharing Plattformen in den beiden Bereichen.

In beiden Fällen geht ein wesentlicher Impuls für das Aufkommen von Peer-to-Peer Sharing von neuen Möglichkeiten des Mitwirkens im Internet und des Austauschs innerhalb sozialer Netzwerke aus. Apartment-Sharing und privates Carsharing wurden in der heutigen Form erst durch das interaktive Web 2.0 und den erleichterten Zugriff auf Informationen über mobile Endgeräte möglich, wodurch die **Transaktionskosten für Gelegenheitsanbieter** dramatisch abgesenkt wurden. **Markteintrittsbarrieren**, die bis zu diesem Zeitpunkt Gewerbetreibende vor nichtkommerziellen Wettbewerbern schützten, fielen durch die neuen offenen Vertriebswege weg. Sowohl das klassische Hotelgewerbe als auch klassische Fahrzeugvermietungen sind seither durch das Hinzukommen neuer privater Anbieter einem höheren **Wettbewerbsdruck** ausgesetzt.

Dabei besitzen nichtgewerbliche Gelegenheitsanbieter mitunter **erhebliche Kostenvorteile**, da sie nicht denselben branchenspezifischen Auflagen unterliegen, die gewerbliche Anbieter erfüllen müssen. Dies gilt insbesondere für den stark regulierten Übernachtungsbereich. Im Mobilitätsbereich sind die regulativen Anforderungen an die Fahrzeugvermieter/innen eher gering, sodass privaten Anbietenden dadurch kein wesentlicher Wettbewerbsvorteil erwächst.

Die Wahrnehmung des Peer-to-Peer Sharing-Angebots durch potenzielle Nutzer/innen spielt in beiden Bereichen eine herausragende Rolle, da sich in Gegenwart von **Netzwerkeffekten** die Anzahl anderer Nutzer/innen direkt auf die Attraktivität einer Plattform auswirkt. In beiden Fällen ist die **Erreichung einer kritischen Masse** der entscheidende Faktor für den Erfolg einer Plattform. Dabei ist jedoch zu beachten, dass die Nutzerattraktivität der Plattformen in beiden Märkten in sehr unterschiedlichem Maße von der **Angebotsdichte** und der **Angebotsbreite** bestimmt wird. Während eine Apartment-Sharing Plattform eine große Auswahl verschiedener, möglichst verteilter (internationaler) Übernachtungsmöglichkeiten bieten sollte, hängt die Attraktivität einer Plattform zur Vermittlung privater Fahrzeuge entscheidend von der räumlichen Nähe der Angebote ab. Während die einen bestrebt sein müssen, ein möglichst vielfältiges und weiträumiges Netz von Anbietern aufzubauen, ist für die anderen ein hinreichend dichtes Netz an Angeboten in einem begrenzten Umfeld ausschlaggebend. Für letztere kann eine räumliche Konzentration daher strategisch sinnvoll sein.

In Abgrenzung zu den gewerblichen Übernachtungsangeboten von Onlinebuchungsplattformen knüpfen Vermittlungsplattformen für Apartment-Sharing an ein **Gemeinschaftsgefühl** und die Ideale von Gastfreundschaftsnetzwerken an, gegenüber denen sie sich wiederum durch geringere Transaktionskosten und eine zunehmende Professionalisierung auszeichnen. Dagegen sind Vermittlungsplattformen für privates Carsharing dem Vergleich mit B2C-Carsharing-Modellen ausgesetzt, denen gegenüber sie im Allgemeinen höhere Transaktionskosten (aufgrund der unterschiedlichen Fahrzeughalter und Fahrzeugtypen, Qualitäts- und Sicherheitsrisiken) und eine geringere Flexibilität (aufgrund von Stationsgebundenheit, Notwendigkeit persönlicher Schlüsselübergabe etc.) aufweisen. Auch das **Leitbild einer smarten, autobesitzfreien Mobilität** gereicht nicht zur Abgrenzung von den B2C-Angeboten, die zudem durch eine einheitliche Gestaltung der Fahrzeugflotte und eine entsprechende Sichtbarkeit im Straßenbild besser auf ihr Angebot aufmerksam machen können.

Während das Apartment-Sharing in der zweiten Phase seiner Entwicklung global expandiert und zunehmend erfolgreich den Wettbewerb mit gewerblichen Angeboten führt, fristet das private Carsharing auch nach einer ersten Konsolidierungsphase eher ein Nischendasein. Angesichts der beschriebenen Wettbewerbskonstellationen können die **unterschiedlichen Verläufe** bei der weiteren Verbreitung der Praktiken des Teilens in beiden Bereichen besser verstanden werden. Die Gegenüberstellung beider Fallstudien macht deutlich, dass diese Unterschiede im Wesentlichen durch **ökonomische Überlegungen** und Nutzenvorteile zu erklären sind. Nachhaltigkeitsideale und Leitbilder sind beim überwiegenden Teil der Nutzer/innen als Motivationen für die Teilnahme an Modellen des Peer-to-Peer Sharing eher zweitrangig.

4.3 Herausforderungen bei der gesellschaftlichen Verankerung

Die Herausforderungen bei der gesellschaftlichen Verankerung von Peer-to-Peer Sharing für eine nachhaltigkeitsorientierte Wirtschaftspolitik liegen darin, den Prozess des Übergangs aus der Nische in den Mainstream so zu gestalten, dass die Nachhaltigkeitspotenziale, die in einer intensiveren Ressourcennutzung durch die gemeinsame Beanspruchung existierender Güterbestände liegen, möglichst umfassend ausgeschöpft werden, ohne dass diese ökologischen Wirkungen zulasten anderer Gemeinwohlintereessen erfolgen.

Die Fallstudien haben gezeigt, dass über die Koordinierung und Vermittlung von Plattformen private Gelegenheitsangebote durchaus mit gewerblichen Marktakteuren in den Wettbewerb treten und signifikante Marktanteile erzielen können. Die Tatsache, dass auf diese Weise

wesentliche Teile der Marktnachfrage durch intensivere Nutzung statt durch Neuproduktion bedient werden können, spricht für das ökologische Entlastungspotenzial der Praktiken des Teilens. Der Substitutionseffekt stützt sich dabei zugleich auf ökonomische Nutzenvorteile der privaten Sharing-Angebote gegenüber gewerblichen Angeboten und bedarf dafür nicht einer idealistischen Motivation der Plattformnutzer/innen.

Es ist jedoch zu beachten, dass die Wettbewerbsvorteile der privaten Gelegenheitsangebote mitunter auf einer Aushebelung branchenspezifischer Regelungen zur Sicherung anderer Gemeinwohlinteressen beruhen, deren Nichtbeachtung unerwünschte Nebeneffekte nach sich ziehen kann, wenn relevante Teilsegmente des Marktes davon betroffen sind. Gerade also beim Übergang in den Mainstream ist deshalb eine Anpassung der Gesetzeslage zur Gewährleistung des öffentlichen Interesses notwendig.

Im Übernachtungsbereich sind dabei insbesondere Meldepflichten zur Sicherstellung der allgemeinen Sicherheit, Vorkehrungen des Arbeitsschutzes, des Verbraucherschutzes, des Brandschutzes, sowie die Einhaltung von Hygiene- und Gesundheitsstandards relevant. Im Bereich der Fahrzeugvermietung könnten insbesondere Fragen der Versicherung und der Unfallhaftung sowie die Sicherstellung der Verkehrssicherheit der vermieteten Fahrzeuge durch regelmäßige Überprüfung zu regeln sein, wenn diese Praktik wesentliche Verbreitung finden sollte. Nicht zuletzt sind in beiden Handlungsbereichen auch Fragen der Besteuerung von Mieteinnahmen zu klären, wenn Marktaktivitäten massiv über private Akteure abgewickelt werden, die dafür keine Gewerbeanmeldung besitzen. Zur Sicherstellung eines europäischen Binnenmarkts sollten die Bestimmungen darüber hinaus auf europäischer Ebene weitgehend harmonisiert werden.

Um die Belastungen der privaten Akteure nicht so weit zu erhöhen, dass sich eine nichtgewerbliche Bereitstellung ungenutzter Güter faktisch verbietet, wäre zu prüfen, ob die Sicherstellung der Gemeinwohlinteressen dadurch bewerkstelligt werden kann, dass die Sharing-Plattformen stärker in die Pflicht genommen werden. Bisher ziehen sich die Plattformbetreiber auf ihre vermittelnde Rolle zurück und übernehmen kaum Verantwortung für die Ausgestaltung und Rechtmäßigkeit der Angebote ihrer Nutzer/innen. Gleichzeitig wächst jedoch der Druck gegen die Geschäftsmodelle, dem die Plattformbetreiber durch stärkeres lokales Engagement und Kooperation mit den zuständigen Behörden zu begegnen suchen. In der Zusammenarbeit zwischen Regulierern und Plattformen, deren Geschäftsmodell auf der informationellen Erhebung und Abwicklung der Transaktionen ihrer Nutzer/innen beruht, liegt der Schlüssel für eine nachhaltige Ausgestaltung der gesellschaftlichen Verankerungsprozesse.

5 Literaturverzeichnis

- AHGZ (2016a): Airbnb macht Reiseveranstalter Konkurrenz. Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung, 18.11.2016. URL: <https://www.ahgz.de/unternehmen/sharing-economy-airbnb-macht-reise-veranstalter-konkurrenz,200012235561.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- AHGZ (2016b): Airbnb und Airplus integrieren Bezahlösung. Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung, 14.11.2016. URL: <https://www.ahgz.de/news/sharing-economy-airbnb-und-airplus-integrieren-bezahlloesung,200012235412.html> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- AHGZ (2016c): Hotels verlieren Marktanteile an Airbnb. Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung, 21.11.2016. URL: <https://www.ahgz.de/news/sharing-economy-hotels-verlieren-marktanteile-an-airbnb,200012235581.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Ahrens, Andrea; Braun, Angelika; Effinger, Andrea; von Gleich, Arnim; Heitmann, Kerstin; Lißner, Lothar; Weiß, Matthias; Wölk, Claudia (2003): SubChem - Gestaltungsoptionen für handlungsfähige Innovationssysteme zur erfolgreichen Substitution gefährlicher Stoffe - Ergebnisse - Hypothesen – Definitionen. Berlin/Bremen.
- Almeida, Henrique (2016): Airbnb Find Sweet Spot in Lisbon After Berlin an Barcelona Struggles. Bloomberg, 07.07.2016. URL: <https://skift.com/2016/06/07/airbnb-finds-sweet-spot-in-lisbon-after-berlin-and-barcelona-struggles/> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Baum, Herbert; Pesch, Stephan (1994): Untersuchungen der Eignung von Car-Sharing im Hinblick auf Reduzierung von Stadtverkehrsproblemen; Schlussbericht. Köln: Inst. für Verkehrswissenschaft.
- BAV (2012): Privates Carsharing: Was ist davon zu halten? BAV, 17.04.2012. URL: <http://www.bav.de/carsharing/marktinformationen/1237-take-my-car-nachbarschaftsauto-a-co-was-ist-davon-zu-halten.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- BAV (2016): Pressemeldung Europcar: „Drive & Share“ - Europcar und GoMore revolutionieren den Mobilitätsmarkt mit neuer Carsharing-Lösung. BAV, 28.09.2016. URL: <http://www.bav.de/carsharing/presse-carsharing.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Bay, Lukas (2015): Drivy übernimmt Autonetzer - Französische Offensive bei Carsharing. Handelsblatt, 28.05.2015. URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/drivy-uebernimmt-autonetzer-franzoesische-offensive-bei-carsharing/11836018.html> (letzter Zugriff: 18.04.2017).
- Bay, Lukas (2016): Ein Ausflug mit dem Auto des Nachbarn. Handelsblatt, 25.03.2016. URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/privates-carsharing-privatautos-mit-dem-smartphone-oeffnen/13365586-2.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Bcs (2016): Mehr Platz zum Leben – wie CarSharing Städte entlastet. Ergebnisse des bcs-Projektes „CarSharing im innerstädtischen Raum – eine Wirkungsanalyse“. URL: http://carsharing.de/sites/default/files/uploads/alles_ueber_carsharing/pdf/endbericht_bcs-eigenprojekt_final.pdf (letzter Zugriff: 13.08.2017)
- bcs (2017): Aktuelle Zahlen und Daten zum CarSharing in Deutschland. URL: <https://carsharing.de/alles-ueber-carsharing/carsharing-zahlen/aktuelle-zahlen-daten-zum-carsharing-deutschland> (letzter Zugriff: 20.03.2017).
- Berkel, Manuel (2017): Innogy plant Einstieg in privates Carsharing. Bizz Energy, 06.01.2017. URL: http://bizzenergytoday.com/innogy_plant_einstieg_privates_carsharing (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Bessinger, Benjamin (2016): Teilen und absahnen. ZEIT ONLINE, 07.12.2016. URL: <http://www.zeit.de/mobilitaet/2016-12/carsharing-projekt-maven-opel/seite-2> (letzter Zugriff: 22.03.2017).

- Beuth, Patrick (2012): Couchsurfer-Dienst schafft Datenschutz faktisch ab. ZEIT ONLINE, 14.09.2012. URL: <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2012-09/couchsurfing-nutzungsbedingungen-datenschutz> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- BMUB (2015): Entwurf eines Gesetzes zur Bevorrechtigung des Carsharing. URL: http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Verkehr/carsharinggesetz_entwurf_bf.pdf Entwurf eines Gesetzes zur Bevorrechtigung des Carsharing (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- BMVI (2016): BMVI unterstützt Carsharing. URL: <https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/LA/car-sharing-gesetz.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- BMW Group (2015): Die Zukunft gehört MINI: BMW Group richtet Produkt- und Markenstrategie von MINI neu aus. BMW Group, 24.06.2015. URL: <https://www.press.bmwgroup.com/deutschland/article/detail/T0223548DE/die-zukunft-gehört-mini:-bmw-group-richtet-produkt-und-markenstrategie-von-mini-neu-aus?language=de> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Braun, Jessica (2014): Carsharing: „Unsere Beziehung zum Auto wird rationaler“. ZEIT ONLINE, 22.4.2014, URL: <http://www.zeit.de/mobilitaet/2014-04/carsharing-auto-emotion-psychologie> (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Breitinger, Matthias (2016): Geteiltes Auto, geteilte Daten. ZEIT ONLINE, 28.7.2016. URL: <http://www.zeit.de/mobilitaet/2016-07/carsharing-drive-now-datenschutz-bewegungsprofil/komplettsicht> (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Brien, Jörn (2016): Lynk & Co: Neue Automarke der Volvo-Mutter Geely soll Carsharing-Markt erobern. T3n, 20.10.2016. URL: <http://t3n.de/news/lynk-co-geely-carsharing-markt-757684/> (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Bundeskartellamt (2013): Bestpreisklausel des Hotelportals HRS verstößt gegen das Kartellrecht – Verfahren gegen weitere Hotelportale eingeleitet. Pressemitteilung, 20.12.2013. URL: http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2013/20_12_2013_HRS.html?nn=3591568 (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Bundeskartellamt (2015): Bundeskartellamt mahnt auch Bestpreisklauseln von Booking.com ab. Pressemitteilung, 02.04.2015. URL: http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2015/02_04_2015_Booking.com.html (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Bundesregierung (2017): Das Auto teilen statt besitzen. URL: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2016/12/2016-12-21-carsharing-gesetz.html> (letzter Zugriff: 13.08.2017).
- Calmbach, Marc; Borgstedt, Silke; Borchard, Inga; Thomas, Peter Martin; Flaig, Berthold Bodo (2016): Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Chafkin, Max; Newcomer, Eric (2016): Airbnb faces growing pains as it passes 100 million guests. Bloomberg, 11.07.2016. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-07-11/airbnb-faces-growing-pains-as-it-passes-100-million-users> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- Comobility (2016): Getaway: Private Autos in der Carsharing-Flotte. Comobility.News, 31.8.2016. URL: <http://comobility.news/getaway-privateautosindercarsharingflotte/> (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Conrady, Roland (2015): Sharing Economy: Stärken und Schwächen eines Megatrends aus Kundensicht – eine exklusive empirische Studie von ITB und Hochschule Worms. ITB Berlin Kongress, 06.03.2015. URL: https://v-i-r.de/wp-content/uploads/2016/03/Sharing-Economy-Studie-HS-Worms_ITB_06.03.2015.pdf (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Dahlmann, Don (2016): VW stellt Carsharing-Projekt komplett ein. Gründerszene, 18.01.2016. URL: <http://www.gruenderszene.de/automotive-mobility/vw-quicar-eingestellt> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Die Welt (2013): Schaar kritisiert Backpacker-Netzwerk Couchsurfing. WeltN24, 13.09.2012. URL: https://www.welt.de/newsticker/dpa_nt/infoline_nt/computer_nt/article109193276/Schaar-kritisiert-Backpacker-Netzwerk-Couchsurfing.html (letzter Zugriff: 27.03.2017).

- Drivy Deutschland (2017): URL: <https://www.drivy.de/press> (letzter Zugriff: 22.03.2017)
- Duong, Thuy Chin; Foljanty, Lukas; Kudella, Carsten; Runge, Diana; Ruoff, Paula; Gossen, Maike; Scholl, Gerd (2016): Mobilität der Zukunft. URL: [https://www.ioew.de/fileadmin/user_upload/BIL-
DER_und_Downloaddateien/Publikationen/2016/ShareWay-Ergebnisbericht.pdf](https://www.ioew.de/fileadmin/user_upload/BIL-DER_und_Downloaddateien/Publikationen/2016/ShareWay-Ergebnisbericht.pdf) (letzter Zugriff: 29.03.2017).
- Edelman, Benjamin; Luca, Michael; Svirsky, Dan (2015): Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment. *American Economic Journal: Applied Economics*, forthcoming
- Europäische Kommission (2016): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, 02.6.2016. URL: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881/attachments/2/translations/de/renditions/native> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Fichter, Klaus (2005): *Interpreneurship: Nachhaltigkeitsinnovationen in interaktiven Perspektiven eines vernetzenden Unternehmertums*. Metropolis-Verlag, Marburg.
- Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN (2017): Share Economy - Ökologische Chancen nutzen und Teilen statt Besitzen unterstützen. Antrag an die Bundesregierung vom 08.03.2017 URL: <http://dipbt.bundestag.de/doc/btd/18/114/1811411.pdf> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Franke, Sassa (2001): *Car-Sharing: vom Ökoprojekt zur Dienstleistung*. Edition Sigma, Berlin.
- Freudstein (2010): Freudstein Private Equity Fonds GmbH -Beteiligung an der Gloveler GmbH eingegangen. Pressemitteilung, 08.03.2010. URL: <http://www.presse-artikel.org/2010/freudstein-private-equity-fonds-gmbh-beteiligung-an-der-gloveler-gmbh-eingegangen-1177/> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Gallagher, Billy (2015): CouchSurfing Raises \$15 Million Series B From General Catalyst Partners, Menlo Ventures, Others. Techcrunch, 22.08.2012. URL: <https://techcrunch.com/2012/08/22/couchsurfing-raises-15-million-series-b-from-general-catalyst-partners-others/> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- GBI AG (2016): Etwa jeder elfte Städtereisende in Deutschland schläft bei Airbnb & Co. Pressemitteilung, 11.04.2016. URL: <http://www.gbi.ag/detailansicht/n/etwa-jeder-elfte-staedtereisende-in-deutschland-schlaeft-bei-airbnb-co/> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Geels, Frank W. (2002): Technological transitions as evolutionary reconfiguration processes: A multi-level perspective and a case-study. *Research Policy* 31(8/9), S. 1257-1274.
- Geels, Frank W.; Schot, Johan (2007): Typology of sociotechnical transition pathways. *Research Policy* 36(3), S. 399-417.
- Geels, Frank W.; Schot, Johan (2010): The Dynamics of Transitions. A Socio-Technical Perspective. In: Grin, John; Rotmans, Jan; Schot, Johan: *Transitions to Sustainable Development: New Directions in the Study of Long Term Transformative Change*. Routledge, S. 9-101.
- Gentrup, Anna (2016): Neue Versicherungs-App überwacht den Fahrer. SZ Online, 7.4.2017. URL: <http://www.sueddeutsche.de/auto/auto-versicherung-neue-versicherungs-app-ueberwacht-den-fahrer-1.2938986>
- GEWOS (2016): Airbnb und der Berliner Wohnungsmarkt 2016: Auswirkungen des Airbnb-Angebots auf die Berliner Wohnraumversorgung. Berlin, September 2016. URL: <http://berlin.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/sites/59/2016/12/Okt.2016-Studie-GEWOS-Studie-Airbnb-und-Wohnungsmarkt-Berlin.pdf> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Haefeli, Ueli (2006): *Evaluation Carsharing: Schlussbericht*. Hg. v. Bundesamt für Energie, Bern.
- Hagen, Kornelia; Rückert-Jon, Jana (2016): Teilen, tauschen, leihen – Tragfähige Modelle zukünftigen Wirtschaftens? In: DIW Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung, 85. Jahrgang, S. 5-12.
- Harder, Sören (2014): Wer teilt, gewinnt. Spiegel Online, 11.09.2014. URL: <http://www.spiegel.de/auto/aktuell/carsharing-klage-gegen-plattform-autonetzer-de-abgewiesen-a-990781.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).

- Hartmans, Avery (2016): Airbnb might not be hurting the hotel industry after all. Business Insider Deutschland, 12.10.2016. URL: <http://www.businessinsider.de/airbnb-isnt-hurting-hotels-2016-10> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Hawkins, Andrew J. (2016): Airbnb is now banned from listing short-term rentals in New York. The Verve, 21.10.2016. URL: <http://www.theverge.com/2016/10/21/13361536/airbnb-new-york-cuomo-bill-ban-short-term> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Haywood, Jessica (2016): New Airbnb data sheds light on 13 global markets. Hotel News Now, 11.10.2016. URL: <http://hotelnewsnow.com/Articles/77191/New-Airbnb-data-sheds-light-on-13-global-markets> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Hegenauer, Michael (2016): Schläft eigentlich noch irgendetwas im Hotel? WeltN24, 30.08.2015.
- Hemmelskamp, Jens (1999): Umweltpolitik und technischer Fortschritt. Eine theoretische und empirische Untersuchung der Determinanten von Umweltinnovationen. Springer-Verlag. Heidelberg.
- Henseling, Christine (2017): Befragung von Drivy-NutzerInnen – Ergebnisse einer Onlinebefragung. Präsentation auf dem Praxis-Workshop „Marktdynamik des Peer-to-Peer Sharing“ des Projekts PeerSharing, Berlin. URL: http://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/Vortrag_Christine_Henseling_Drivy_Nutzer_innen.pdf (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Heuzeroth, Thomas (2017): Carsharing-Anbieter streiten erbittert um Parkplätze. Die Welt, 04.01.2017. URL: https://www.welt.de/print/die_welt/wirtschaft/article160845656/Carsharing-Anbieter-streiten-erbittert-um-Parkplaetze.html (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Hotelleriesuisse (2016): Die Nutzung von Airbnb durch Hoteliers – Chancen und Risiken? Merkblatt, 2016. URL: https://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf11/Merkblatt_Airbnb_fr_Hoteliers_Airbnb_dt.pdf (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- HOTREC (2015a): Levelling The Playing Field: Policy Paper On The “Sharing” Economy. Hotrec Policy Paper, November 2015, Brüssel. URL: http://www.hotrec.eu/Documents/Document/20151105143558-2015-11-05_Hotrec_Policy_paper.pdf (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- HOTREC (2015b): Dominant online platforms gaining market share in travel trade, no signs of increased competition between online travel agents – unveils European hotel distribution study. Pressemitteilung, 18. Juli 2016, Brüssel. URL: <http://www.hotrec.eu/cust/documentrequ-est.aspx?UID=3259d377-9218-45ba-b5de-7cadf7c8e978> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Hüsing, Alexander (2016): Fusion: Wimdu und 9flats schließen sich zusammen. Deutsche Startups, 10.10.2016. URL: <https://www.deutsche-startups.de/2016/10/10/fusion-wimdu-9flats/> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- HWW (2016): Neuer Investor für die Buchungsplattform gloveler.de. Insolvenz Portal, 2016-11-09. <https://app.insolvenz-portal.de/Nachrichten/neuer-investor-fuer-die-buchungsplattform-gloveler-de/13822/> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- Jansen, Jonas (2015): Airbnb ist jetzt 30 Milliarden Dollar wert. FAZ, 07.08.2016. URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/wohnungsvermittlungsportals-airbnb-verdreifacht-wert-14376535.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Jordan, Markus (2016): Mercedes-Benz startet privates Car-Sharing in München. Mbpassionblog, 10.11.2016. URL: <http://blog.mercedes-benz-passion.com/2016/11/mercedes-benz-startet-privates-carsharing-in-muenchen/> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Kaczmarek, Joel (2011): Airbnb übernimmt Accoleo und expandiert nach Europa. Gründerszene, 01.06.2011. URL: <http://www.gruenderszene.de/news/airbnb-accoleo> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- Kagermeier, Andreas; Köller, Julia; Stors, Natalie (2015): Airbnb als Share Economy-Herausforderung für Berlin und die Reaktionen der Hotelbranche, Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, 11.

- Khoschnam, Awazeh (2011): Airbnb, Wimdu und 9flats: Der Kampf der Rivalen. Gründerszene Magazin, 8.11.2011. URL: <http://www.gruenderszene.de/allgemein/airbnb-9flats-wimdu-kampf-privatunterkunfte> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Kloss, Chris (2015): Drivy. Let's talk about Startups, 19.01.2015. URL: <https://letstalkaboutstartups.de/drivy/> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Koolhoven, Rosalie (2016): The private law's reflection of sharing intentions. Konferenzband der 1. Interdisziplinären Konferenz zur Zukunft der Wertschöpfung, 14.-15. Dezember 2016, Hamburg. URL: http://www.openproduction.info/wp-content/uploads/2016/12/161205_Konferenzband_Zukunft-der-Wertsch%C3%B6pfung_2016_digital.pdf (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Kotowski, Timo (2016): Deutscher Airbnb-Konkurrent verkauft sich nach Singapur. FAZ online, 27.04.2016. URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/9-flats-deutscher-airbnb-konkurrent-verkauft-sich-nach-singapur-14202691.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Kröger, Michael (2013): Der Mietkrieg. Spiegel Online, 13.10.2013. URL: <http://www.spiegel.de/auto/aktuell/mietwagenfirmen-klagen-gegen-carsharing-plattform-a-926938.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Kyriasoglou, Christina (2015): Von der Crowd finanziertes Startup Carzapp meldet Insolvenz an. Gründerszene, 22.12.2015. URL: <http://www.gruenderszene.de/allgemein/carzapp-insolvenzverfahren> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Kyriasoglou, Christina (2016): Führt Wimdu seine Kunden in die Irre? Gründerszene, 22.01.2016. URL: <http://www.gruenderszene.de/allgemein/wimdu-versicherung-sachschaeden> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Lai, Tuan (2016): Disruptive Technologien verändern die Mobilität. Flinc, 11.04.2016. URL: <http://blog.flinc.org/disruptive-technologien-in-der-mobilitaet/> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Landgericht Frankfurt am Main (2015): Presseinformation „Landgericht Frankfurt untersagt „Uber“ die Vermittlung von Fahrten ohne Erlaubnis nach dem Personenbeförderungsgesetz“. URL: https://lg-frankfurt-justiz.hessen.de/irj/servlet/prt/portal/prtroot/slimp.CMReader/HMdJ_15/LG_Frankfurt_Internet/med/6e8/6e8dfb8c-17cc-4179-cdaa-2b417c0cf46a,22222222-2222-2222-2222-222222222222,true (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Lenz, Barbara; Fraedrich, Eva (2015): Neue Mobilitätskonzepte und autonomes Fahren: Potenziale der Veränderung. In: Maurer, Markus; Gerdes, J. Christian; Lenz, Barbara; Winner, Hermann (Hrsg.) (2015): Autonomes Fahren. Technische, rechtliche und gesellschaftliche Aspekte. S. 175-196.
- Lomas, Natasha (2016): Airbnb faces fresh crackdown in Barcelona as city council asks residents to report illegal rentals. TechCrunch, 21.09.2016. URL: <https://techcrunch.com/2016/09/19/airbnb-faces-fresh-crackdown-in-barcelona-as-city-council-asks-residents-to-report-illegal-rentals/> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Loose, Willi (2010): Aktueller Stand des Car-Sharing in Europa. Endbericht D 2.4 Arbeitspaket 2. Bundesverband CarSharing e.V.
- Lunden, Ingrid (2013): Tony Espinoza steps down as CEO of couchsurfing, Jennifer Billock steps up as interim as startup lays off staff, "double down" on mobile. Techcrunch, 10.10.2013. URL: <https://techcrunch.com/2013/10/10/tony-espinoza-steps-down-as-ceo-of-couchsurfing-jen-billock-steps-up-as-interim-as-startup-lays-off-staff-doubles-down-on-mobile/> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- Majic, Danijel (2013): Autos für alle. FR Online, 22.03.2013. URL: <http://www.fr.de/panorama/car-sharing-autos-fuer-alle-a-726426> (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Malik, Om (2011): What every Startup can learn from Airbnb. GIGAOM, 22.02.2011. URL: <https://gigaom.com/2011/02/22/airbnb/> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- Martin, E.; Shaheen, S. (2011): The Impact of Carsharing on Household Vehicle Ownership. In: ACCESS, Nr. 38, Spring 2011.

- McCarthy, Niall (2016): Which Cities Have The Most Airbnb Listings? Forbes, 07.07.2016. URL: <http://www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2016/07/07/which-cities-have-the-most-airbnb-listings-info-graphic/> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Meretz, Stefan (2011): Das Ende von CouchSurfing. Keimform.de, 05.09.2011. URL: <http://keimform.de/2011/das-ende-von-couchsurfing/> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Müller, Benedikt (2016): Zu viele Ferienwohnungen, kein Platz für Mieter. Süddeutsche Zeitung, 18.04.2016. URL: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/airbnb-in-staedten-vermietung-von-ferienwohnungen-laeuft-aus-dem-ruder-1.2954475> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Müller, Thomas (2016): Spannende Zukunftstechnologie: So wird das autonome Fahren unsere Welt verändern, FOCUS ONLINE, 30.01.2016. URL: http://www.focus.de/finanzen/experten/mueller/spannende-zukunftstechnologie-so-wird-das-autonome-fahren-unsere-welt-veraendern_id_5156132.html (letzter Zugriff: 19.04.2017).
- Murphy, Laura W. (2016): Airbnb's Work to Fight Discrimination and Build Inclusion. Report submitted to Airbnb, 08.09.2016. URL: http://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2016/09/REPORT_Airbnbs-Work-to-Fight-Discrimination-and-Build-Inclusion.pdf (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Nicholas, Kamal (2012): „Traumautos gibt es viele“-Ein Interview mit Tamyca's Geschäftsführer. Androidpit, 27.02.2012. URL: <https://www.androidpit.de/tamyca-Interview> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Nürnberg, Dieter (2017): Carsharing wächst - aber auch die Kritik. Deutschlandfunk, 21.02.2017. URL: http://www.deutschlandfunk.de/mobilitaet-carsharing-waechst-aber-auch-die-kritik.697.de.html?dram:article_id=379512 (letzter Zugriff: 13.08.2017).
- Nunez, Michael (2016): New York Law Bans Airbnb Short-Term Rentals. Gizmodo, 21.10.2016. URL: <http://gizmodo.com/new-york-law-bans-airbnb-short-term-rentals-1788086399> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Ong, Josh (2012): Airbnb launches in Australia with new office in Sydney, coming soon to Thailand and Indonesia. The next web, 02.11.2012. URL: <http://thenextweb.com/asia/2012/11/02/airbnb-launches-in-australia-coming-soon-to-thailand-and-indonesia/> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- Ortmann, Yvonne (2011): Fünfzehn Fragen an Michael Minis von Tamyca. Deutsche Startups, 29.07.2011. URL: <https://www.deutsche-startups.de/2011/07/29/fuenfzehn-fragen-an-michael-minis-von-tamyca/> (letzter Zugriff 22.03.2017).
- Ostermaier, Sascha (2016): UbeeQo: Carsharing, Mietwagen und Taxi aus einer App startet in Deutschland. Caschys Blog, 22.06.2016. URL: <http://stadt-bremerhaven.de/ubeeqo-carsharing-mietwagen-und-taxi-aus-einer-app-startet-in-deutschland/> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Perlroth, Nicole (2011): Non-Profit CouchSurfing Raises Millions In Funding. Forbes, 24.08.2011. URL: <http://www.forbes.com/sites/nicoleperlroth/2011/08/24/non-profit-couchsurfing-raises-millions-in-funding/#49e04d26621b> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Perry, Francesca (2016): 'We are building our way to hell': tales of gentrification around the world. The Guardian, 05.10.2016. URL: <https://www.theguardian.com/cities/2016/oct/05/building-way-to-hell-readers-theses-gentrification-around-world> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Phleps, Peter; Feige, Irene; Zapp, Kerstin (2015): Die Zukunft der Mobilität – Szenarien für Deutschland in 2035. IFMO, 2015. URL: http://www.ifmo.de/tl_files/publications_content/2015/ifmo_2015_Zukunft_der_Mobilitaet_Szenarien_2035_de.pdf (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Plass-Fleßenkämper, Benedikt (2016): Kein Geld für einen Tesla? Vermietet ihn doch! Wired, 27.09.2016. URL: <https://www.wired.de/collection/business/kein-geld-fuer-einen-tesla-kein-problem-vermietet-ihn-doch> (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Postinett, Axel (2016): Neuer Maßnahmenkatalog: Wie Airbnb den Rassismus besiegen will. Handelsblatt, 09.09.2016. URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/neuer-massnahmenkatalog-wie-airbnb-den-rassismus-besiegen-will/14522084.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017).

- Räth, Magdalena (2012): Tamyca: Sixt-Abmahnung zieht nun doch. Gründerszene, 16.04.2012. URL: <http://www.gruenderszene.de/news/tamyca-sixt-abmahnung> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- RBB (2016a): Airbnb fühlt sich zu Unrecht kritisiert. rbb|24, 15.07.2016. URL: <http://www.rbb-online.de/panorama/beitrag/2016/07/boycott-airbnb---boycottairbnb-berlin.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- RBB (2016b): Auskunftspflicht für Internetplattformen - Berlin zwingt "airbnb" zur Offenlegung von FeWo-Betreibern. rbb|24, 09.02.2016, Berlin.
- RBB (2016c): Urteil des Berliner Verwaltungsgerichts - Erste Klagen gegen Fewo-Verbot gescheitert. rbb|24, 09.06.16, Berlin. URL: <http://www.rbb-online.de/politik/beitrag/2016/06/berliner-verwaltungsgericht-zu-ferienwohnungen.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Reiter, Anja (2014): Crowdworking: Die ganze Welt als Konkurrenz. ZEIT ONLINE, 27.11.2014. URL: <http://www.zeit.de/2014/47/crowdsourcing-freelancer-digital-arbeitsmarkt> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Rest, Jonas (2016): Privates Carsharing ohne Schlüssel – Drivy startet neuen Dienst in Berlin. Berliner Zeitung, 22.03.2016. URL: <http://www.berliner-zeitung.de/berlin/privates-carsharing-ohne-schluesel---drivy-startet-neuen-dienst-in-berlin-23765178> (letzter Zugriff: 22.03.2017).
- Riegler, Sebastian; Juschten, Maria; Hössinger, Reinhardt; Gerike, Regine; Rößger, Lars; Schlag, Bernhard; Manz, Wilko; Rentschler, Christoph; Kop, Johanna (2016): Carsharing 2025 – Nische oder Mainstream? Studie beauftragt durch das Institut für Mobilitätsforschung (ifmo). URL: http://www.ifmo.de/tl_files/publications_content/2016/ifmo_2016_Carsharing_2025_de.pdf (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Rohrbeck, Felix (2016): Wimdu: „Meine Wohnung wurde zerstört“. ZEIT ONLINE, 21.1.2016. URL: <http://www.zeit.de/2016/04/wimdu-berlin-apartments-vandalismus> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Roland Berger (Hrsg.) (2014): Shared Mobility. How new businesses are rewriting the rules of the private transportation game. München.
- Roudman, Sam (2013): How to Lose Funds and Infuriate Users: Couchsurfing, a Cautionary Tale From the "Sharing Economy. Techpresident, 07.11.2013. URL: <http://techpresident.com/news/24498/couchsurfing2> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Rungg, Andrea (2016): Novasol schluckt Rocket-Internet-Start-up. Manager Magazin, 29.11.2016. URL: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/novasol-schluckt-privatbetten-vermittler-wimdu-a-1123551.html> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Schaal, Sebastian (2016): Warum die digitale Auto-Zukunft so teuer ist. Wirtschafts Woche, 02.06.2016. URL: <http://www.wiwo.de/unternehmen/auto/autokonzerne-kaufen-start-ups-vw-gett-flotte-als-testfeld-fuer-autonome-autos/13677388-3.html> (letzter Zugriff: 24.03.2017).
- Schaal, Sebastian (2017): Was VW mit Moia vorhat. Wirtschaftswoche, 27.03.2017. URL: <http://app.wiwo.de/unternehmen/auto/moia-chef-ole-harms-was-vw-mit-moia-vorhat/19585320.html> (letzter Zugriff: 30.03.2017).
- Scherkamp, Hannah (2015): Drivy übernimmt deutschen Marktführer Autonetzer. Gründerszene, 28.05.2015. URL: <http://www.gruenderszene.de/allgemein/drivy-autonetzer-uebernahme>
- Schlautmann, Christoph (2016): Richter stoppen weltgrößtes Hotelportal. Handelsblatt, 09.05.2016. URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/booking-com-richter-stoppen-weltgroesstes-hotelportal/13569594.html> (letzter Zugriff: 27.03.2017).
- Schmidt, Holger (2011): Rekord: Start-Up Wimdu erhält 90 Millionen Dollar Finanzspritze. FAZ online, 15.06.2011. URL: <http://blogs.faz.net/netzwirtschaft-blog/2011/06/15/wohnungsvermittler-wimdu-erhaelt-90-millionen-euro-finanzspritze-2630/> (letzter Zugriff: 28.03.2017).
- Schneiderman, Eric T. (2014): Airbnb and the City. Oktober 2014.
- Scholl, Gerd; Gossen, Maike; Holzauer, Brigitte (2017): Peer-to-Peer Sharing: Von der neuen digitalen Kultur des Teilens. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. Praxisbroschüre. Berlin. URL:

http://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/PeerSharing_Brosch%C3%BCre_Teilen_digital.pdf (letzter Zugriff: 13.08.2017).

Snyder, Benjamin (2014): Airbnb closes \$475 million funding round. Fortune, 01.08.2014. URL: <http://fortune.com/2014/08/01/airbnb-closes-475-million-funding-round/> (letzter Zugriff: 27.03.2017).

UBA (2015): Nutzen statt Besitzen. Neue Ansätze für eine Collaborative Economy. Dessau-Roßlau.

Tagesspiegel (2017): Carsharing nicht unbedingt ein Vorteil für die Umwelt, 21.02.2017. URL: <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/verkehr-in-der-grossstadt-carsharing-nicht-unbedingt-ein-vorteil-fuer-die-umwelt/19420012.html> (letzter Zugriff: 13.08.2017).

Verhage, Julie (2016): Morgan Stanley: Airbnb's Threat to Hotels Is Only Getting Sharper Thanks to (you guessed it!) millennials. Bloomberg, 14.11.2016. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-11-14/morgan-stanley-airbnb-s-threat-to-hotels-is-only-getting-sharper> (letzter Zugriff: 28.03.2017).

Viehmann, Sebastian (2014): Mega-Fusion in der Carsharing-Branche. Focus Online, 26.09.2014. URL: http://www.focus.de/auto/ratgeber/kosten/autonetzer-und-nachbarschaftsauto-in-jeder-strasse-ein-nachbarschaftsauto-mega-fusion-in-der-carsharing-branche_id_4161501.html (letzter Zugriff: 22.03.2017).

Viehmann, Sebastian (2015): Private Auto-Revolution: Neuer Carsharing-Riese in Deutschland. Focus Online, 28.05.2015. URL: http://www.focus.de/auto/ratgeber/unterwegs/autonetzer-und-drivy-fusionieren-private-auto-revolution-neuer-carsharing-riese-in-deutschland_id_4709209.html (letzter Zugriff: 22.03.2017).

Vogelpohl, Thomas; Simons, Arno (2015): Kontroversen ums Teilen: Ein Überblick über das online gestützte Peer-to-Peer Sharing als gesellschaftliche Innovation und eingehende allgemeine und spezifische Kontroversen. PeerSharing Arbeitsbericht 2, Berlin.

Wauters, Robin (2012): Airbnb: 5 million nights booked, opening 6 new international offices in Q1 2012. Techcrunch, 26.01.2012. URL: <http://social.techcrunch.com/2012/01/26/airbnb-5-million-nights-booked-opening-6-new-international-offices-in-q1-2012/> (letzter Zugriff: 27.03.2017).

Weimer, Marco (2016a): Getaway rüstet euer Auto zur Geldmaschine auf. Gründerszene, 04.08.2016. URL: <http://www.gruenderszene.de/automotive-mobility/carsharing-flotte-getaway-drivyopen> (letzter Zugriff: 22.03.2017).

Weimer, Marco (2016b): Rocket verzögert den Start seiner Carsharing. Gründerszene, 13.04.2016. URL: <http://www.gruenderszene.de/automotive-mobility/rocket-start-carsharing-ridelink> (letzter Zugriff: 22.03.2017).

Wiesmüller, Max; Plöger, Steven (2016): Auto per App: Drivy Open startet in Hamburg und München. Computer BILD, 18.10.2016. URL: <http://www.computerbild.de/artikel/cb-News-Connected-Car-Car-sharing-Drivy-Open-Berlin-Hamburg-Muenchen-15249247.html> (letzter Zugriff: 22.03.2017).

Witzke, Sarah (2016): Carsharing und die Gesellschaft von Morgen. Ein umweltbewusster Umgang mit Automobilität? Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Wohlert, Nora-Vanessa (2011): Versicherungen von 9flats, Wimdu und Airbnb überzeugen weiterhin nicht. Gründerszene, 13.10. 2011. URL: <http://www.gruenderszene.de/news/versicherungen-9flats-wimdu-airbnb-holger-schnittker> (letzter Zugriff: 28.03.2017).

Zaleski, Olivia; De Vynck, Gerrit (2016). Airbnb Is Building a Flight-Booking Tool. Bloomberg Technology, 19.12.2016. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-12-19/airbnb-is-building-a-flight-booking-tool> (letzter Zugriff: 28.03.2017).

ZEIT ONLINE (2015a): Airbnb erhält 1,5 Milliarden Dollar. ZEIT ONLINE, 08.12.2015. <http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2015-12/airbnb-investoren-milliarden> (letzter Zugriff: 27.03.2017).

ZEIT ONLINE (2015b): Große Übernahme bei privatem Carsharing in Deutschland. ZEIT ONLINE, 28.05.2015. <http://www.zeit.de/news/2015-05/28/auto-grosse-uebernahme-bei-privatem-carsharing-in-deutschland-28153220> (letzter Zugriff: 18.04.2017).

ZEIT ONLINE (2016): Airbnb kündigt Vermietern in Berlin. ZEIT ONLINE, 27.4.2016. URL: <http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2016-04/airbnb-berlin-ferienwohnungen-vermieten-zweck-entfremdung-gesetz> (letzter Zugriff: 28.03.2017).

www.peer-sharing.de

