

# Ökonomie des Teilens



AK Steiermark, Abteilung Marktforschung | 2013

15 Nutzungsgemeinschaften im Überblick

Meine AK. Ganz groß für mich da. **AK-Hotline** ☎ 05 7799-0



[www.akstmk.at](http://www.akstmk.at)



# *Ökonomie des Teilens*

---

*15 Nutzungsgemeinschaften im Überblick*

*Gerd Kaup*

*im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Steiermark*

*AK-Marktforschung/Dezember 2013*

# Inhalt

Verzeichnis der Tabellen und der Abbildung .....	2
Einleitung.....	3
1 Sharing Economy: eine Ökonomie des Teilens.....	4
1.1 Sharing Economy: Merkmale und Abgrenzung.....	4
1.2 Treibende Kräfte für eine Ökonomie des Teilens.....	8
2 Beispiele.....	12
2.1 Mobilität: Car-Sharing und Ride-Sharing .....	12
2.2 Unterkünfte: Privatquartier und Gastfreundschaftsnetzwerk.....	19
2.3 Musikstreaming: Legale Abonnements.....	28
2.4 Schwarmfinanzierung: Crowdfunding und Crowdfunding .....	36
2.5 Verschiedenes: Sachgüter und Dienstleistungen .....	45
3 Vor- und Nachteile für Ko-KonsumentInnen.....	50
3.1 Vorteile.....	50
3.2 Nachteile.....	51
4 Sharing Economy: Auswirkungen und Aussichten .....	53
5 Zusammenfassung und Schluss .....	56
Literatur .....	62
Anhang: Übersicht von Online-Plattformen (Aktualität der Beschreibungen: September 2013).....	i

## **Verzeichnis der Tabellen und der Abbildung**

Tabelle 1: Mobilitätsangebote im Überblick .....	15
Tabelle 2: Unterkunftsvermittlungen im Überblick .....	22
Tabelle 3: Musikstreaming-Dienste .....	32
Tabelle 4: Crowdfunding- und Crowdfunding-Plattformen .....	40
Tabelle 5: Sharing von verschiedenen Sachgütern und Dienstleistungen .....	48
Abbildung 1: Der Zugriff auf Güter und Ressourcen bei P2P, B2C und C2B .....	7

## **Einleitung**

Der Bekanntheitsgrad und die Beliebtheit von „Sharing Economy“ haben in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Eine gemeinsame Nutzung von Gütern, beispielsweise Autos, steht dabei im Mittelpunkt. Die Reduktion von Kosten sowie der Gedanke an ökologische Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung werden dafür als wichtigste Argumente vorgebracht.

Im vorliegenden Bericht wird anfangs gezeigt, was diese „Ökonomie des Teilens“ bedeutet, indem auf Merkmale, Abgrenzungen und treibende Kräfte eingegangen wird. Im Anschluss werden Beispiele und Online-Plattformen aufgezeigt, die der Sharing Economy zuzuordnen sind. Auf Vor- und Nachteile für die sogenannten „Ko-KonsumentInnen“ und auf mögliche Auswirkungen wird im dritten und vierten Kapitel eingegangen. Eine Zusammenfassung schließt diesen Bericht.

# 1 Sharing Economy: eine Ökonomie des Teilens

Im Mittelpunkt einer Ökonomie des Teilens steht die gemeinsame Nutzung von Gegenständen, von Dienstleistungen und Fertigkeiten. Charakteristisch für diese Form des Wirtschaftens ist das zeitlich beschränkte besitzen und der vorübergehende Zugriff auf materielle und immaterielle Güter.<sup>1</sup> Benötigt eine Person beispielsweise eine Bohrmaschine, dann kauft sie sich keine, sondern leiht, mietet oder borgt sich eine von jemand anderem für die Dauer der Nutzung aus. In einer „Eigentums-Ökonomie“ steht die Anhäufung von Eigentum im Mittelpunkt, in einer Ökonomie des Teilens fokussiert man auf den Nutzen und den kurzfristigen Zugriff.

Aus dem englischsprachigen Raum kommend, haben sich verschiedene Bezeichnungen durchgesetzt: „Access Economy“ (Zugriffsökonomie), „Asset-light Lifestyle“ (Lebensstil, der den Eigentumsverzicht betont), „Collaborative Consumption“ (gemeinschaftlicher Konsum bzw. Ko-Konsum), „Peer Economy“ (Ökonomie der „Gleichgesinnten“) oder das Kunstwort „Shareconomy“ sind nur einige Beispiele.<sup>2</sup>

Im Folgenden wird zuerst die Frage beantwortet, was unter Sharing Economy zu verstehen ist und danach Einflüsse beschrieben, die zu einer Ökonomie des Teilens führen.

## 1.1 Sharing Economy: Merkmale und Abgrenzung

Sharing Economy umfasst das kurzzeitige Mieten und Vermieten, gegenseitiges Leihen und Teilen von Gütern. Die Beteiligten treffen dabei auf vielfältige Weise aufeinander. Sie können profitorientiert agieren oder auch nicht, sie können Unternehmer sein oder KonsumentInnen, sie können einzeln aufeinander treffen oder als Einzelne mit vielen AkteurInnen zu tun haben. Schließlich können sie einmal Anbieter, einmal Nachfragende sein.

---

<sup>1</sup> Bei dieser Definition soll gemäß österreichischem Recht zwischen Eigentum und Besitz unterschieden werden. Eigentum stellt ein „Vollrecht“ auf eine Sache dar. In der Sharing Economy liegt die Betonung allerdings auf dem „besitzen“ im Sinne einer „Innehabung“, d.h. eine Person ist bloß vorübergehende Inhaberin einer Sache und betrachtet diese nicht als die ihre. Siehe auch die entsprechenden Erläuterungen im Begriffslexikon von <https://www.help.gv.at>

<sup>2</sup> Im Frühjahr 2013 war „Shareconomy“ das Leitthema der IT-Fachmesse *CeBit* in Hannover. Seitdem wird dieser Begriff im deutschsprachigen Raum häufig verwendet.

Typisch für die Sharing Economy ist erstens, dass alle Beteiligten einer Nutzungsgemeinschaft oder einem Nutzungsnetzwerk angehören bzw. darauf Zugriff haben, und zweitens, dass sie einfach und rasch Angebot und Nachfrage kommunizieren bzw. anderen mitteilen können. Sowohl die Organisation als auch die Kommunikation innerhalb der Gemeinschaft erfolgt meist über das Internet in Form von Online-Plattformen, Web-Portalen<sup>3</sup> und internetbasierenden sozialen Netzwerken wie *Facebook* oder *Google+*.<sup>4</sup> Dadurch wird der Austausch zwischen den AkteurlInnen deutlich beschleunigt und mittels mobiler Endgeräte überall verfügbar gemacht sowie die Zahl der Gemeinschaftsmitglieder erheblich vergrößert.

Die Vermittlung und Organisation erfolgt entgeltlich oder unentgeltlich. In den meisten Fällen wird jedoch eine Vermittlungsgebühr, eine Provision oder ein Mitgliedsbeitrag eingehoben. Unentgeltliche oder Gratis-Angebote sind entweder nur zeitlich beschränkt oder verdeckt mit kommerziellen Interessen verbunden. Letzteres ist der Fall, wenn das Web-Portal über die Nutzungsgewohnheiten oder mit den Nutzerdaten Werbung verkauft, oder Informationen über die Mitglieder der Nutzungsgemeinschaft an Dritte weitergibt.<sup>5</sup>

Dort wo es sich nicht um B2C-Modelle handelt, ist Vertrauen zwischen den Mitgliedern Voraussetzung dafür, dass ein Mitglied einem anderen aus der Sharing-Gemeinschaft sein Eigentum zur Verfügung stellt. Die Mitglieder kennen sich allerdings zuerst nur virtuell. Für die Organisation über Online-Plattformen ist deshalb ein System notwendig, mit dem Mitglieder ihre Reputation bzw. ihr Ansehen innerhalb des Netzwerks aufbauen können. In der Regel erfolgt dies mittels gegenseitiger Bewertungen, die für Mitglieder der Gemeinschaft einsehbar sind.<sup>6</sup>

Was die Weitergabe von Gütern oder Ressourcen betrifft, können grundsätzlich drei Modelle unterschieden werden, welche in Abbildung 1 exemplarisch dargestellt sind:

- „Peer-to-Peer“-Modelle (P2P): Mitglieder einer Nutzungsgemeinschaft, sogenannte „Peers“, bieten untereinander Güter zum vorübergehenden Gebrauch

---

<sup>3</sup> „Online-Plattform“ und „Web-Portal“ wird hier synonym verwendet.

<sup>4</sup> Auf vielen Online-Plattformen kann man sich außerdem über sein *Facebook* oder *Google*-Konto anmelden.

<sup>5</sup> Siehe auch Kapitel 2.

<sup>6</sup> Ähnlich den Bewertungssystemen großer Online-Marktplätze wie *eBay*.



an. Dies kann entweder profitorientiert sein oder nicht. Im ersten Fall verlangt der Privatanbieter eine Miet- oder Bereitstellungsgebühr, er kann also Geld „verdienen“. Im zweiten Fall verlangt der Anbieter des Gutes nichts, oder bloß einen Kostenersatz oder eine Kostenbeteiligung. Letzteres ist häufig der Fall bei privatem Car-Sharing, also der Kurzzeit-Autovermietung einer Privatperson an eine andere Privatperson.<sup>7</sup> Auch das gegenseitige Anbieten und Nachfragen von Dienstleistungen, Wissen oder Fertigkeiten fällt in den P2P-Bereich. Jeder Pfeil in Abbildung 1 steht für ein Gut. Jeder „Peer“ bzw. jedes Mitglied einer Nutzungsgemeinschaft kann theoretisch einem anderen ein Gut oder eine Ressource zur Verfügung stellen.

- „Business-to-Consumer“-Modelle (B2C): Unternehmen bieten Privatpersonen oder KonsumentInnen Güter zeitweilig gegen Gebühr zur Nutzung an. Bei diesem Verkauf eines temporären Nutzungsrechts handelt es sich um ein herkömmliches profitorientiertes Modell, wie z. B. Car-Sharing Angebote von Autovermietungen.
- „Consumer-to-Business“-Modell (C2B): Als umgedrehtes Modell von B2C treten Schwarmfinanzierungen oder „Crowdfundings“ auf. Viele Personen stellen einer anderen Person oder mehreren anderen Personen, einem Unternehmen oder einer Organisation Ressourcen – meistens Geld – zur Verfügung. Als weiteres Beispiel ist „Prosuming“<sup>8</sup> zu nennen, bei dem KonsumentInnen gleichzeitig zu ProduzentInnen werden, in dem sie ihr Wissen und ihre Ideen bei der Entwicklung und Gestaltung von Produkten einbringen (etwa in Form der Teilnahme an einem Preisausschreibens oder einer Befragung).

Sind die Beteiligten Unternehmen, dann kann man von „Business-to-Business“ (B2B) sprechen: Profitorientiert stellen Unternehmen anderen Unternehmen in einem Nutzungsnetzwerk Güter zur Verfügung, die zeitweise Bereitstellung von Arbeitsplätzen in „Co-Working-Spaces“ oder von Produktionsinfrastrukturen in „Fab-Labs“ fällt darunter.<sup>9</sup>

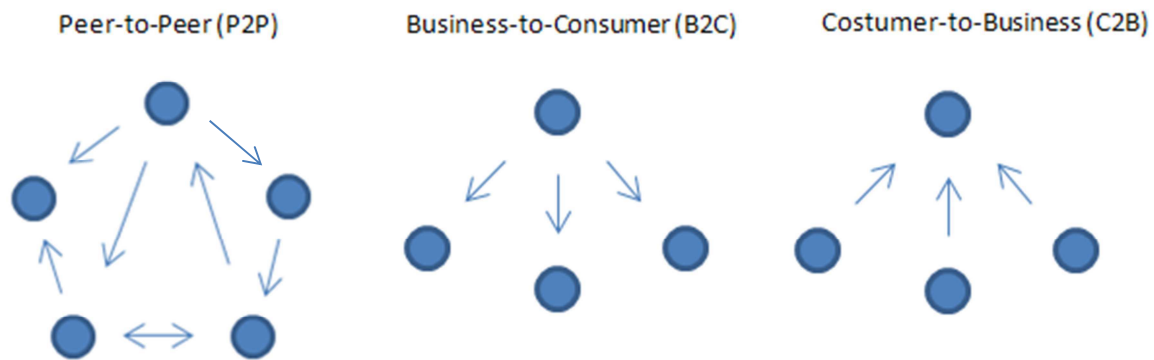
#### Abbildung 1: Der Zugriff auf Güter und Ressourcen bei P2P, B2C und C2B

---

<sup>7</sup> Über die Schwierigkeit, zwischen profitorientiert und nicht profitorientiert zu unterscheiden, siehe Kapitel 2 und 3.

<sup>8</sup> Ein Kunstwort aus „Produzent“ und „Konsument“.

<sup>9</sup> Siehe auch die Beispiele und Beschreibungen im Anhang.



Von Modellen der Sharing Economy sind folgende Formen zu unterscheiden:

- Kauf und Verkauf gegen Geld oder sonstige Gegenleistungen (Tausch) und dem damit einhergehenden Eigentumswechsel.
- Konsumgemeinschaften, wie z. B. Einkaufsgenossenschaften, bei denen jedes Genossenschaftsmitglied Eigentum erwirbt, um es selbst zu nutzen.<sup>10</sup>
- Miet- und Pachtverhältnisse, die rechtlich geregelt sind: Nutzungen nach dem Mietrechtsgesetz mit Mietzins, mittels Pachtvertrag, aber auch Vermietungen im Rahmen von Beherbergungs-, Speditions- oder Lagerunternehmen. Dazu zählen auch „Timesharing“-Konzepte, bei denen das Recht erworben wird, eine Ferienwohnung regelmäßig zu benutzen, wobei die rechtliche Ausgestaltung unterschiedlich erfolgen kann.<sup>11</sup>

Problematisch ist die Überschneidung dieser Formen mit jenen der Sharing Economy. So sind vor allem B2C-Modelle im Bereich der üblichen Miete oder Vermietung angesiedelt. Als Beispiel sind Car-Sharing Angebote von Unternehmen zu nennen, bei denen die Vermietung im Prinzip wie bei einer herkömmlichen Autovermietung abläuft.<sup>12</sup> Schwierig ist auch eine Abgrenzung zu Formen des Tauschens und des Verschenkens z. B. auf Tauschbazaren oder -börsen. Beim Verschenken oder beim nichtmonetären Tausch wechseln Sachgüter den Eigentümer oder die Eigentümerin. Streng genommen

<sup>10</sup> Auch Web-Portale für Rabatt- oder Gutscheineinkäufe fallen in diese Kategorie, beispielsweise *Groupon* oder *DailyDeal*.

<sup>11</sup> Das Nutzungsrecht kann auch im Miteigentum an einer Ferienwohnung begründet sein. In diesem Fall gibt es nicht nur mehrere NutzerInnen, sondern auch mehrere Eigentümerinnen und Eigentümer. Diese althergebrachte Form der Sharing Economy wird hier jedoch nicht behandelt.

<sup>12</sup> Unterschiede gibt es hauptsächlich bei der Mietdauer und bei den Fahrzeugstandorten. KundInnen zahlen außerdem einen Mitgliedsbeitrag o.ä. Beispiele werden in Kapitel 2 und im Anhang genannt.

entspricht dies zwar nicht dem Prinzip der bloßen Nutzung, wird aber in der Literatur trotzdem im Bereich der Sharing Economy oder des gemeinschaftlichen Konsums angesiedelt.<sup>13</sup>

Zusammenfassend können folgende vier Grundannahmen für die Sharing Economy herausgearbeitet werden:

1. Ressourcennutzung: Es werden Güter von vielen Personen verwendet und nicht nur vom Eigentümer oder von der Eigentümerin. „Zugriff statt Eigentum“<sup>14</sup> lautet der Wahlspruch der Sharing Economy.
2. Zeit: Die Nutzung erfolgt nur vorübergehend bzw. zeitlich beschränkt, auch treffen sich Angebot und Nachfrage sehr schnell.
3. Organisationsform: Die Nutzung erfolgt zwischen Mitgliedern einer Gemeinschaft, die über das Internet organisiert ist. Aufgrund der Einfachheit und Schnelligkeit der Kommunikation kann der Nutzerkreis erheblich sein. Die Sharing-Economy ist somit Teil der sogenannten „Internetökonomie“.<sup>15</sup>
4. Vertrauenssystem: Ein Online-Bewertungssystem zum Aufbau von Reputation und Vertrauen zwischen den Mitgliedern der Gemeinschaft ermöglicht soziale Kontrolle.<sup>16</sup>

## 1.2 Treibende Kräfte für eine Ökonomie des Teilens

Teilen, gemeinschaftliches Nutzen und Kooperieren sind keine Erfindung der letzten Jahre. Mehrere Einflüsse haben bewirkt, dass sich die Ökonomie des Teilens in ihrer jetzigen Form herausgebildet und viele AnhängerInnen gefunden hat. In diesem Kapitel werden einerseits die Besonderheiten herausgearbeitet, die zu einer Ökonomie des Teilens geführt haben, und andererseits die Motive betrachtet.

---

<sup>13</sup> Siehe beispielsweise „Bartering“ (Tausch) in Gansky 2010, Botsman/ Rogers 2011 und Leismann et al. 2012. Der Vollständigkeit halber beziehen sich deshalb einige Beispiele in Kapitel 2 und im Anhang auf Tausch- und Schenkplattformen.

<sup>14</sup> Rifkin 2000.

<sup>15</sup> Grob/ vom Brocke 2006.

<sup>16</sup> Die britische Autorin *Rachel Botsman*, eine der bekanntesten BefürworterInnen der „Collaborative Consumption“, sieht gerade in der Entwicklung von plattformunabhängigen Vertrauens- und Bewertungssystemen die große Zukunft. Das Reputationskapital eines Menschen könnte in einer informationsvernetzten Welt immer und überall abrufbar sein. Vgl. Botsman/ Rogers 2011 und Botsman 2012.

„Freie Software“: Entsprechendes Fachwissen vorausgesetzt, kann jeder und jede diese Software so verändern, wie er oder sie es für nötig hält, da der Zugriff auf den sogenannten Quellcode, dem Herzstück eines Programms, möglich ist. Hinter diesem Prinzip „Open Source“ steht die Annahme, dass Menschen durch Kooperationen bessere Lösungen finden, als wenn sie vereinzelt und abgeschlossen an Entwicklungen arbeiten.<sup>17</sup>

Die kanadischen Autoren und Organisationsspezialisten *Don Tapscott* und *Anthony D. Williams* nennen diese Art der kollaborativen Produktion „Netzwerkintelligenz“ und haben mehrere Erfolgsprinzipien hervorgehoben: Solche Kollaborationen funktionieren, wenn Menschen freiwillig zusammenarbeiten, wenn eine Offenheit gegenüber neuen Ideen vorhanden ist und diese offen kommuniziert werden können, wenn statt strikter Hierarchien gleichberechtigte „Peers“ miteinander interagieren, wenn Wissen und materielle Güter geteilt werden, und wenn Ehrlichkeit zu anderen im Netzwerk, Zuverlässigkeit und Loyalität „für die Sache“ vorhanden sind.<sup>18</sup>

Einen viel älteren Einfluss hat die Diskussion um Ressourcenschonung und um die damit verbundene nachhaltige Entwicklung.<sup>19</sup> Im Jahr 1972 veröffentlichte der *Club of Rome* die Ergebnisse der Studie „Die Grenzen des Wachstums“. Das Forschungsteam rund um den US-amerikanischen Ökonomen *Dennis Meadows* kam zum folgenden Schluss: „Wenn die gegenwärtige Zunahme der Weltbevölkerung, der Industrialisierung, der Umweltverschmutzung, der Nahrungsmittelproduktion und der Ausbeutung von natürlichen Rohstoffen unverändert anhält, werden die absoluten Wachstumsgrenzen auf der Erde im Laufe der nächsten hundert Jahre erreicht.“<sup>20</sup> Die alarmierende Botschaft lautete: Würde man das Ruder nicht sofort herum reißen, wären Rohstoffmangel und Lebensmittelknappheit die baldige Folge.<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> Als zwei der bekanntesten Beispiele der Software-Branche sind *Linux* und *OpenOffice* zu nennen.

<sup>18</sup> In Anlehnung an das sich nach diesen Kriterien entwickelnde Online-Lexikon *Wikipedia* subsumieren die Autoren diese Prinzipien (Collaboration, Openness, Sharing, Integrity, Interdependence) unter den Begriff „Wikinomics“. Vgl. Tapscott/Williams 2010: 26-36.

<sup>19</sup> Gemäß Grunwald/ Kopfmüller (2012) kommt hier nicht „Nachhaltigkeit“ als Bezeichnung für einen erwünschten Endzustand zur Verwendung, sondern die zeitlich vorgelagerte und noch andauernde „nachhaltige Entwicklung“.

<sup>20</sup> Meadows et al. zit. n. Kupper 2004: 100.

<sup>21</sup> Vgl. ebd.: 101.

Auch wenn die Studie hinsichtlich der Datenbasis, der verwendeten Methoden und der Aussagen stark kritisiert wurde, so bewirkte sie eine breite Auseinandersetzung über die Zusammenhänge zwischen Produktionsbedingungen, Konsum und Lebensstilen, und die Verfügbarkeit und Knappheit von Ressourcen. Die Ölkrise 1973 verstärkte dann noch die Wirkung dieses Berichts.<sup>22</sup> Der auf „Mehr-und-Mehr“ setzende Fortschrittsoptimismus wurde in den 1970er Jahren gebremst, Umweltschutzbewegungen fanden stärkeren zivilgesellschaftlichen Rückhalt und gipfelten ein Jahrzehnt später in den Gründungen der ersten Grün-Parteien. Zwar waren Umweltthemen in den 1980er Jahren zumindest in einigen europäischen Ländern stärker im Vordergrund als heute, Umwelt- und Naturschutz sind allerdings „[...] in Politik, Bildung, Medien, Wissenschaft und Verbänden heute fest institutionalisiert und professionalisiert.“<sup>23</sup>

Eine nicht zu unterschätzende Wirkung hat der Wertewandel, der mit Ereignissen auf weltpolitischer Ebene verknüpft werden kann. Der Zerfall des osteuropäischen Sozialismus in den späten 1980ern „[...] läutete den Siegeszug der individual-kapitalistischen Wirtschaftsweise ein.“<sup>24</sup> Damit einhergehend wurde eine Wertehaltung bestätigt, die individuelle Verantwortung stark betont und die Verantwortung des Staates in den Hintergrund rückt.<sup>25</sup> Die Vermutung liegt nahe, dass auch beim Umweltschutz und den damit verbundenen Handlungsweisen der Fokus auf der individuellen Verantwortung liegt. Zum privaten Umwelthandeln gehört auch der ökologische und nachhaltige Konsum des Einzelnen.<sup>26</sup> Unternehmen haben mittlerweile einen großen Absatzmarkt für Bioprodukte und für ökologisch unbedenkliche Güter gefunden.

Neben diesem Individualitätsschub attestieren Kultur-, und Sozialwissenschaften sowie Gegenwartsdiagnostiker den vergangenen 50 Jahren noch weitere Veränderungen, zumindest in westlich geprägten Gesellschaften. Erstens findet ein Aufbrechen traditioneller Lebensentwürfe statt – Menschen sind nur mehr schwach an Traditionen gebunden und müssen sich beim Stecken ihrer Lebensziele „neu erfinden“; zweitens entwickelte sich eine Pluralisierung, eine Vervielfachung von weltanschaulichen Orientierungen und Interessen, und drittens existiert ein Multioptionalismus, eine Vervielfachung von Möglichkeiten, und zwar bei Lebensstilen, bei Erwerbs- und bei

---

<sup>22</sup> Vgl. ebd.: 103 und Grunwald/ Kopfmüller 2012: 21.

<sup>23</sup> Kuckartz/ Rheingans-Heintze 2006: 18.

<sup>24</sup> Hadler/ Kaup 2011: 258.

<sup>25</sup> Vgl. Kryzanski 2011.

<sup>26</sup> Vgl. Hadler/Kaup 2011.

Konsummöglichkeiten.<sup>27</sup> Die Sharing Economy ermöglicht neben der erweiterten Vernetzung von Menschen diese Vervielfachung der Erwerbs- und Konsummöglichkeiten.

Das Internet hat sich besonders begünstigend auf diese Vernetzung ausgewirkt. Im Jahr 2012 hatten rund 80% der ÖsterreicherInnen ab 16 Jahren einen Zugang zum Internet. In skandinavischen Ländern wie Dänemark und Schweden haben ihn sogar 90% der Bevölkerung und mehr. Der EU-Schnitt lag 2011 bei 71% mit wachsender Tendenz.<sup>28</sup>

Diese drei Bereiche – erstens die moderne Netzwerkorganisation von Information und Wissen, v.a. vermittelt über das Internet, zweitens ein gestiegenes Ressourcen- und Umweltbewusstsein, und drittens ein Wertewandel (Individualität und Multioptionalität) – sind treibende Kräfte für eine Ökonomie des Teilens.

Es gibt allerdings noch eine „menschliche Seite“, die bei der Ökonomie des Teilens wichtig ist, denn hinter menschlichen Handlungen stecken oft mehrere Bedürfnisse und Motive.<sup>29</sup> Eine Kostenersparnis, die Einsparung von Ausgaben, und der Wunsch, dass „sich etwas rechnet“ sind rationale Motive, während der Gedanke des bloßen Nutzen-Wollens eines Gutes die pragmatische Seite darstellt. Ein soziales Motiv wiederum ist das Bedürfnis nach Zugehörigkeit oder Ansehen. Intrinsisch nennt man ein Motiv, wenn ein Verhalten „um seiner selbst willen“<sup>30</sup> durchgeführt wird, weil man etwas gerne macht oder aufgrund der persönlichen Werthaltung überzeugt ist, etwas Gutes zu tun.

Gerade diese rational-pragmatischen und sozial-intrinsischen Bedürfnisse sind es, die durch das Teilen und Tauschen, durch das Vernetzt-Sein mit anderen und durch Kooperation befriedigt werden.<sup>31</sup>

---

<sup>27</sup> Soziologen haben diesen Veränderungen prägnante Namen gegeben: „Risikogesellschaft“ nennt sie *Ulrich Beck*, eine „Multioptionsgesellschaft“ sieht *Peter Gross*, die Entwicklung einer „Neokonsumistischen Geisteshaltung“ attestiert *Manfred Prisching*; vgl. Beck 1986, Gross 1994, Prisching 2006.

<sup>28</sup> Statistik Austria 2012: 172 und 174.

<sup>29</sup> Fetchenhauer 2011: 58.

<sup>30</sup> Ebd.: 62.

<sup>31</sup> Fetchenhauer in ORF 2013.

## 2 Beispiele

In diesem Kapitel werden Angebote aus verschiedenen Branchen der Sharing Economy dargestellt. Die Beispiele wurden nach folgenden zwei Merkmalen ausgesucht: Erstens muss das Sharing-Angebot in Österreich verfügbar sein und zweitens ist der Bekanntheitsgrad und die Dauer der Marktpräsenz des Angebots ausschlaggebend. In jedem Kapitel werden mindestens eine bekannte Online-Plattform und/oder ein älteres Angebote berücksichtigt. Am Schluss jedes Kapitels findet sich die Auflistung auftretender Probleme oder Kritikpunkte.

### 2.1 Mobilität: Car-Sharing und Ride-Sharing

Zu den meist verbreiteten Angeboten der Sharing Economy gehören jene zur Mobilität. Die Palette reicht von verschiedenen Systemen des Auto-Teilens (Car-Sharing) bis zur Vermittlung von Fahrgemeinschaften (Ride-Sharing bzw. Carpooling).

Car-Sharing bedeutet eine gemeinschaftliche, meist kurzfristige Nutzung eines oder mehrerer Autos. Kurzfristig heißt tages-, (häufiger) stunden-, oder minutenweise Verwendung, oder auch die Nutzung für Kurzstrecken. Die Organisation der gemeinsamen Nutzung kann unterschiedlich erfolgen:

- Profitorientiert wie eine herkömmliche Autovermietung, bei der ein Unternehmen Autos aus seinem Fahrzeugpark an Endkunden oder Unternehmen vermietet (B2C – Business-to-Consumer und B2B – Business-to-Business). Die Fahrzeuge können Stellplatz-gebunden abgestellt oder „flexible-on-demand“ sein. Bei ersterem müssen die Autos an fixen Standplätzen abgeholt und zurückgebracht werden, beim flexiblen System sind sie an frei verfügbaren Parkplätzen innerhalb eines abgegrenzten Gebietes abzuholen und zurück zu bringen.<sup>32</sup>
- Peer-to-Peer (P2P), das heißt: Fahrzeuge einer privaten Sharing-Gemeinschaft werden von den Mitgliedern, den „Peers“, genutzt. Ein Auto oder mehrere Fahrzeuge können im Gemeinschaftseigentum sein, weit häufiger kommt es jedoch vor, dass ein Eigentümer sein Fahrzeug anderen Peers zur Verfügung stellt. Die Autos werden dann je nach Vereinbarung übergeben. Auch der P2P-Nutzung kann manchmal ein

---

<sup>32</sup> *CarSharing.at* als Stellplatz-gebundene Variante wird in diesem Kapitel genauer erklärt, als flexibles System ist das nur in Wien verfügbare *car2go* zu nennen. Eine Übersicht verschiedener Angebote findet sich im Anhang.

kommerzieller Aspekt nicht abgesprochen werden, wenn zum Beispiel Vermittler „mitverdienen“.

Laut Verkehrsclub Österreich (VCÖ) ist die Nutzung von kommerziellem Car-Sharing bei einer Fahrleistung von weniger als 12.000 km pro Jahr kostengünstiger als die Verwendung eines eigenen PKW, auch die Parkplatzerparnis sei hier zu nennen: so soll ein Car-Sharing Auto mindestens acht private Autos ersetzen.<sup>33</sup>

Mit Ride-Sharing werden Fahrgemeinschaften bezeichnet. Sie gehören zu den ältesten Formen des gemeinsamen Nutzens. Meist unter ArbeitskollegInnen, Familienmitgliedern und Freunden informell stattfindend, gibt es mittlerweile zahlreiche Online-Plattformen, über die unbekannte Personen Fahrgemeinschaften bilden oder Mitfahrgelegenheiten anbieten und nutzen können.<sup>34</sup> Beim Car-Sharing teilt man sich ein Fahrzeug zeitlich hintereinander, bei Mitfahrgelegenheiten findet das Sharing zeitgleich statt.

Tabelle 1 zeigt zwei Car-Sharing Angebote und eine Ride-Sharing Plattform. *CarSharing.at/ Zipcar Austria*<sup>35</sup> ist der älteste B2C-Kurzzeitvermieter, *carsharing24/7* die größte österreichische Plattform für privates bzw. P2P-Car-Sharing und *mitfahrgelegenheit.at*, ebenso P2P, ist der österreichische Ableger der deutschen Firma *carpooling.com*<sup>36</sup>. Zahlreiche andere Angebote finden sich mit Kurzbeschreibung im Anhang dieser Studie. Die Nutzung der Angebote setzt eine Registrierung auf der jeweiligen Webseite bzw. der Online-Plattform voraus. Die NutzerInnen können sich in der Regel auch mit den Daten ihrer *Facebook*- oder *Google*-Konten anmelden.

---

<sup>33</sup> VCÖ 2013.

<sup>34</sup> Eine besondere Form des Ride-Sharing ist das Teilen von Transportmöglichkeiten. Die 2012 in Österreich gegründete Plattform *checkrobin.com* hat sich auf die Vermittlung des Transports von Paketen, Möbeln usw. nach dem P2P-Prinzip spezialisiert, befindet sich allerdings noch in der Testphase. (Stand: 5.9.2013)

<sup>35</sup> Der US-amerikanische Weltmarktführer *Zipcar* hat 2011 die österreichische *Carsharing.at* (ehemals *DENZEL Mobility CarSharing GmbH*) übernommen.

<sup>36</sup> Das Mutterunternehmen *carpooling.com* hat im Jahr 2013 in neun europäischen Ländern rund 5 Mio. registrierte Mitglieder. Ursprünglich startete *mitfahrgelegenheit.de* 2001 in Deutschland.



Tabelle 1: Mobilitätsangebote im Überblick

	<i>CarSharing.at Zipcar Austria</i>	<i>carsharing24/7</i>	<i>mitfahrgelegenheit.at</i>
Sharing-Modell	B2C	P2P	P2P
Standorte	Österreichweit (außer Burgenland); v.a. in Landeshauptstädten	Österreichweit, v. a. in Wien, Graz, Linz	Österreichweit
Mitgliedsbeitrag (Fixkosten)	Mitglieds- bzw. Jahresbeitrag: € 60 (Standard) bis €180 (Reduktion des Selbstbehalts und 10% Rabatt auf Nutzungstarif)	Kein Mitgliedsbeitrag für das Web-Portal Fixkosten als Mitglied eines „24/7-Teams“, in anteilmäßiger Höhe der Fahrzeugfixkosten Keine Fixkosten beim Tarif „SingleDay“	Kein Mitgliedsbeitrag für das Web-Portal
Nutzungsgebühr (Variable Kosten)	Pro Stunde: € 6-12 Pro Tag: € 59-119 Inklusive Treibstoff (Routex-Tankkarte im Auto), Kilometer, Versicherungen (Haftpflicht, Insassen) Autobahnvignette, Parkplatz	Überlassungsgebühr (Nutzungstarif) pro Nutzungstag im Ermessen des Fahrzeughalters Versicherung: € 5-9 pro Nutzungstag Sonstige Kosten (Benzin etc.) sind extra zu bezahlen	Fahrpreis bzw. Fahrtkostenbeteiligung abhängig vom Fahrer bzw. verhandelbar. „Variabler Fahrpreis“ (abhängig von Anzahl der Mitfahrer) oder „Fixpreis“, ab € 5 pro 100 km
Nutzungsdauer (Mindestens/Maximum)	30 min./ 16 Tage	verhandelbar, i.d.R. 1 Tag, aber auch länger	Abhängig von Fahrstrecke, Mitfahrt auf Teilstrecken möglich
Reservierung und Buchung	Buchung bis unmittelbar vor Fahrtantritt möglich, Verfügbarkeit des Fahrzeugs zu jeder halben Stunde Buchung über (mobile) Website/ App ( <i>iOS, Android</i> ), telefonisch	Buchungsanfragen direkt an FahrzeughalterIn; Reservierungskalendarer zeigt Verfügbarkeit des Fahrzeugs an Reservierung nur über Website/ App ( <i>iOS, Android</i> ), telefonisch, E-Mail	Platzreservierung i. d. R. 2-5 Tage vor der Fahrt, aber auch kurz vor Fahrtantritt. Anfrage direkt an FahrerIn oder über Buchungssystem Reservierung telefonisch, per E-Mail oder über die Plattform: (mobile) Website/ App ( <i>iOS, Android, Facebook</i> )
Vertrauenssystem (Referenzen und Bewertungen der „Peers“)	Keine Angabe	Bewertung des Fahrers und des Fahrzeughalters; einsehbar nach Kontaktaufnahme/ Anfrage; Einträge auf Pinnwand und Diskussion möglich	Bewertung für Fahrer und Mitfahrer; drei Bewertungskriterien (Pünktlichkeit etc.), Aktivitätsindex, einsehbar im Benutzerprofil
<b>Anm.:</b> Wenn nicht anders erwähnt, stammen die Angaben von den Websites der Online-Plattformen, den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Nutzungsbedingungen bzw. -hinweisen. Preise, Tarife, Gebühren für Privatkunden. (Stand: 20.8.2013)			

*CarSharing.at/Zipcar Austria (www.carsharing.at):*

Die Fahrzeugabholung und -rückgabe erfolgen an fixen und markierten Standplätzen. Österreichweit stehen 200 Fahrzeuge bzw. acht Modelle zur Verfügung – vom kleinen *Hyundai i10* (um € 6/h) bis zum *Ford Galaxy* (um € 12/h), außerdem gibt es noch mit dem *Think City* ein Elektroauto. 10.000 Privat- und Unternehmenskunden nutzen das Angebot des ursprünglich von *DENZEL* gegründeten Unternehmens.

Für die Registrierung muss eine Kopie bzw. ein Scan des Führerscheins vorgelegt werden. In der Regel ist die Dauer der Mitgliedschaft 12 Monate, sie wird automatisch verlängert, wenn keine Kündigung zum Ende der Jahresbeitragsperiode erfolgt (Kündigungsfrist: ein Monat). Das Mindestalter für die Teilnahme liegt bei 18 Jahren, für den Besitz des Führerscheins gibt es keine Mindestdauer.

Neben den in Tabelle 1 erwähnten Jahresbeiträgen gibt es noch Test-Aktionen für vier Monate (€ 25-50) und Ermäßigungen für BesitzerInnen der *ÖBB-Vorteilscard* (€ 29) und Mitglieder von *ÖAMTC* und *ARBÖ* (€ 39), außerdem gibt es zeitlich begrenzte Angebote für Kooperationspartner. Ein Zusatzkunde (mit gleicher Meldeadresse wie der Standardkunde) zahlt € 30, Ehe- und Lebenspartner zahlen zusammen € 60 pro Jahr.

Es gibt keine Kautions, Gebühren fallen jedoch bei telefonischer Reservierung und Stornierung (€ 1,50) an und bei Änderung der Buchung (€ 0,40) während der Fahrzeugnutzung, z. B. bei Verlängerung oder vorzeitiger Beendigung der Nutzung.

Bezahlt wird für die gesamte reservierte Zeit. Die monatliche Rechnung kann per Lastschrift oder Kreditkarte beglichen werden.

Versicherung: Selbstbehalt € 1.000 pro Schadensfall; Reduktion auf € 195 durch erhöhte Jahresgebühr möglich.

Geöffnet wird das Fahrzeug mit der „CarSharing-Card“ des/der BenutzerIn, die Fahrzeugschlüssel und -papiere befinden sich im Handschuhfach. Ebenso im Fahrzeug befindet sich die *Routex*-Tankkarte für *BP*, *OMV*, *ARAL* und *ENI*-Tankstellen. Der oder die FahrerIn soll das Fahrzeug mit mindestens einer Drittel-Tankfüllung wieder abstellen. Der 24h-Tarif inkludiert eine Tankfüllung und wird verrechnet, sobald die Stundenkosten

den Tagestarif übersteigen. Ein zusätzlicher Treibstoffverbrauch wird mit € 2/Liter im Nachhinein verrechnet.

Preisbeispiel ohne zusätzlichen Treibstoff:<sup>37</sup> Die Nutzung eines *Mitsubishi Colt*, reserviert für 4,5 Stunden: € 6 mal 4,5 ergeben € 27.

*carsharing24/7* (<https://carsharing247.com>)

Die Online-Plattform für nichtgewerbliches Car-Sharing unter Privatpersonen wurde 2012 gegründet und vermittelt gratis unterschiedliche Kraftfahrzeuge, darunter Motorräder und Wohnmobile. Im Web-Portal sind rund 2.200 Mitglieder und 200 Fahrzeuge registriert. Die Fahrzeugübergabe erfolgt nach Vereinbarung (meist am Ort des Fahrzeughalters oder der Fahrzeughalterin), außerdem werden Fahrgemeinschaften vermittelt.<sup>38</sup>

Der Zugriff auf das Web-Portal ist auch über eine App (*iOS, Android*) möglich. Vor der Erstnutzung eines Fahrzeugs müssen im Web-Portal Angaben zum Führerschein gemacht werden bzw. FahrzeughalterInnen die Daten ihres Fahrzeugs eintragen. Die Mitgliedschaft ist gratis und auf unbestimmte Zeit. Die Kündigung ist jederzeit zum Monatsende unter Einhaltung einer 10-tägigen Frist möglich.

Zwei Tarife bzw. Nutzungsvarianten beim Autoteilen stehen zur Verfügung: (1) „SingleDay“ bzw. Eintagestarif: Der oder die FahrerIn zahlt pro Nutzungstag eine Überlassungs- bzw. Nutzungsgebühr an den oder die FahrzeughalterIn/-eigentümerIn. Von der Plattform empfohlen werden 2% der Jahreserhaltungskosten, dieser Prozentsatz entspricht dem „[...] durchschnittlichen Fahrverhalten von rund 50 Nutzungstagen pro Jahr und schließt Kosten für die Nicht-Benutzung (Abwertung) bereits ein.“<sup>39</sup> Die Nutzungsgebühr ist bei Schlüsselübergabe fällig.

(2) „24/7-Team“ bzw. Nutzergemeinschaft: Das 24/7-Team ist eine längerfristige Gemeinschaft aus FahrzeughalterIn (TeamgründerIn) und den NutzerInnen bzw. FahrerInnen. Zu zahlen sind dem oder der TeamgründerIn im Nachhinein (zum Beispiel monatlich) pro Nutzungstag 1/365 der Jahresfixkosten. Zusätzlich fallen Kosten für Leertage, an denen das Fahrzeug steht, an. Diese Leertage werden auf alle

---

<sup>37</sup> Berechnet laut Angaben auf <http://www.carsharing.at> (20.8.2013)

<sup>38</sup> Die Vermittlung von Fahrgemeinschaften befindet sich noch im Testbetrieb. Stand: 20. 8 2013.

<sup>39</sup> § 5/3(B) der Allgemeinen Geschäftsbedingungen; verfügbar unter: <https://carsharing247.com/allgemeine-geschaeftsbedingungen> (7.10.2013)

Teammitglieder aufgeteilt und werden von allen bezahlt. Auf der Online-Plattform wird eine Teammitgliedschaft empfohlen, wenn man öfters als zweimal pro Monat ein Fahrzeug benötigt.

Der oder die FahrzeughalterIn entscheidet, ob eine Kautions anfällt. Zu sehen ist dies im jeweiligen Profil bzw. im Inserat auf dem Web-Portal.

Zusätzlich zu den Nutzungstarifen ist vom Fahrer oder der Fahrerin eine Versicherung (Haftpflicht und Vollkasko) zu zahlen. Der Betrag ist abhängig vom Selbstbehalt der Kaskoversicherung, zwischen € 5 (Selbstbehalt € 1.000) und € 9 (Selbstbehalt € 250) pro Tag. Die Bezahlung der Versicherung erfolgt über das Web-Portal, entweder mittels Kreditkarte oder mittels Abbuchung. Die Versicherung wird zwischen MieterIn und der *Niederösterreichischen Versicherung (NV)* abgeschlossen. Im Schadensfall muss der oder die FahrzeughalterIn (VermieterIn) kontaktiert werden. Die Schadenmeldung der *NV*, eine Bestätigung für die Einzahlung der Versicherung und ein europäischer Unfallbericht (bei einer Kollision mit einem anderen Fahrzeug) müssen dem Vermieter/der Vermieterin innerhalb von 24 Stunden übergeben werden. Der oder die VermieterIn muss dann den Schaden bei der *NV* innerhalb von 48 Stunden melden.

Es müssen einige Auflagen beachtet werden: Der oder die MieterIn darf nicht jünger als 25 und älter als 64 Jahre sein und muss den Führerschein mindestens zwei Jahre besitzen. Der Neupreis bzw. Zeitwert des Fahrzeugs darf maximal € 20.000 betragen und die Motorleistung darf bei höchstens 100 kW liegen.

Preisbeispiel ohne Treibstoff: € 1.500 jährliche Fixkosten eines PKW (Abnutzung, Haftpflichtversicherung, Autobahnvignette, Parkgebühren bzw. -pickerl, etc.); (1) „SingleDay“-Tarif (2% von € 1.500) ergeben € 30 pro Nutzungstag, die man an den Fahrzeughalter oder der -halterin bei Fahrzeugübergabe direkt bezahlt. Zusätzlich sind € 7 für die Versicherung (Selbstbehalt: € 500) mittels Kreditkarte über das Web-Portal zu zahlen; ergibt in Summe € 37 pro Nutzungstag.

(2) „24/7-Team“ bei drei Teammitgliedern (ein Fahrzeughalter und zwei andere FahrerInnen) und insgesamt 150 Nutzungstagen im Jahr: € 4 pro Nutzungstag (= ungefähr 1/365 der jährlichen Fixkosten von € 1.500) plus € 7 für die Versicherung (Selbstbehalt: € 500) ergeben € 11 pro Tag für die Nutzung.<sup>40</sup> Leertage: 365 Tage minus

---

<sup>40</sup> Preisbeispiel anhand des Preiskalkulators auf <https://carsharing247.com/hilfe/features/preiskalkulator> (Weblink funktioniert nur bei Anmeldung beim Web-Portal) (20.8.2013)

150 Nutzungstage ergeben 215 Leertage, multipliziert mit € 4 (tägliche Fixkosten), dividiert durch 3 Teammitglieder ergeben ca. € 287. Jeder Fahrer und jede Fahrerin zahlen somit zusätzlich € 287 pro Jahr für die Leertage bzw. einen Fixbeitrag von € 24 pro Monat.

*Mitfahrgelegenheit.at* ([www.mitfahrgelegenheit.at](http://www.mitfahrgelegenheit.at))

Als Tochterunternehmen der Deutschen *carpooling.com*<sup>41</sup> wurden im Jahr 2010 rund 35.000 Mitfahrgelegenheiten in Österreich vermittelt, wobei Fahrgemeinschaften für Autos, Bahn, Bus und Flugreisen möglich sind.<sup>42</sup> Ebenso wird die Vermittlung für Transport von Möbeln und Gegenständen unter Privaten und Mobilitätslösungen für Unternehmen und Gemeinden angeboten. Das Web-Portal ist über eine mobile Website und über eine App (*iOS, Android, Facebook*) erreichbar.

Vor der Erstnutzung bzw. vor der ersten Schaltung eines Inserats/Angebots muss die Telefonnummer angegeben werden. Die Gratismitgliedschaft läuft auf unbestimmte Zeit, die Kündigung ist jederzeit unter Einhaltung einer 7-tägigen Frist möglich.

Grundsätzlich ist der Fahrpreis bzw. die „Fahrtkostenbeteiligung“ abhängig vom Fahrer oder der Fahrerin. Der Preis ist vor Fahrtantritt direkt zu bezahlen. Nutzt man das Buchungssystem des Web-Portals (über *PayPal*), werden 11% abgezogen. Es gibt zwei Preismodelle:

(1) Der variable Fahrpreis ist abhängig von der Anzahl der MitfahrerInnen, wobei es eine Preisempfehlung durch das Web-Portal gibt:<sup>43</sup> Spritkosten für die Fahrt + 10%, dividiert durch Anzahl der Personen im Auto.

(2) Ein Fixpreis für die Mitfahrt, unabhängig von der Anzahl der MitfahrerInnen. Empfehlung:<sup>44</sup> € 5-7 je 100 km.

Preisbeispiele für Einfachfahrten:<sup>45</sup> von Leibnitz nach Graz: € 3; Wien-Salzburg: ab € 14, Dornbirn-Rankweil: € 5.

---

<sup>41</sup> Eine weitere Tochter von *carpooling.com* ist [www.mitfahrzentrale.at](http://www.mitfahrzentrale.at).

<sup>42</sup> Von der täglichen Kurzstrecke zur/von der Arbeit bis zu Fahrgemeinschaften und Strecken quer durch Europa, wobei auch Fahrgemeinschaften auf Teilstrecken angeboten werden.

<sup>43</sup> Laut Empfehlungen auf <http://mitfahrgelegenheit.at> (23.8.2013)

<sup>44</sup> Laut Empfehlungen auf <http://mitfahrgelegenheit.at> (23.8.2013)

<sup>45</sup> Laut Angebote auf <http://mitfahrgelegenheit.at> (23.8.2013)

## Probleme bei P2P-Mobilitätsangeboten

Problematisch kann das Einheben einer Überlassungsgebühr, des Fahrpreises oder eines Fahrkostenersatzes werden, wenn sich daraus eine laut österreichischer Gewerbeordnung gewerbsmäßig ausgeübte Tätigkeit für den Fahrzeughalter ergibt.<sup>46</sup> Der ÖAMTC empfiehlt daher, sich als FahrzeughalterIn bei der Preisgestaltung an das amtliche Kilometergeld von € 0,42 pro km zu halten. Der Kostenersatz beim Car-Sharing sollte unter dieser Basis liegen. Auch müssen die Einkünfte aus dem Verleih von Fahrzeugen ab einer bestimmten Höhe versteuert werden und bei mehrmaligem Verleih wird das Gewerberecht gültig.<sup>47</sup> Gleiches gilt für Mitfahrgelegenheiten: Laut ÖAMTC dürfen die tatsächlichen Kosten von den Mitfahrenden nicht verlangt werden, da die Fahrgemeinschaft sonst als konzessionspflichtiges Gewerbe angesehen wird. Allerdings ist ein Kilometer-Betrag von maximal € 0,05 pro mitfahrende Person erlaubt. „Dieser Betrag orientiert sich am Richtwert des Kilometergeldes für Mitfahrer.“<sup>48</sup>

Neben dem Aufwand für die zeitliche und räumliche Koordination zwischen FahrerIn und Mitfahrenden können folgende Probleme bei Mitfahrgelegenheiten auftreten: Trotz diverser Regelungen in den Nutzungsbedingungen besteht für die Mitfahrenden immer das Risiko, dass die Fahrt kurzfristig abgesagt wird oder eine Ablehnung durch den oder die FahrerIn erfolgt. Auch sollte rechtzeitig vor Fahrtantritt abgeklärt werden, ob von den Mitfahrenden eine Haftungsbeschränkung zu unterzeichnen ist oder nicht.<sup>49</sup>

## **2.2 Unterkünfte: Privatquartier und Gastfreundschaftsnetzwerk**

Neben dem Teilen von Fahrzeugen gehört die Nutzung von Privatunterkünften zu den am häufigsten verwendeten Formen der Sharing Economy. Die drei P2P-Modelle in Tabelle 2 verfolgen dabei unterschiedliche Wege. Die Online-Plattformen *Airbnb* vermittelt Privatunterkünfte, für die GastgeberInnen einen Mietpreis bzw. Unterkunftspreis verlangen. Das Gastfreundschaftsnetzwerk *Couchsurfing* vermittelt Gratis-Privatunterkünfte und -schlafplätze unter den Mitgliedern. *HomeLink*, als das

---

<sup>46</sup> Obwohl in den AGB der Plattformanbieter eine gewerbsmäßige Ausübung verboten ist.

<sup>47</sup> ÖAMTC: Checkliste Carsharing; verfügbar unter: <http://www.oeamtc.at/?id=2500,1384763> (10.10.2013)

<sup>48</sup> ÖAMTC: Fahrgemeinschaft. Welcher Kilometer-Beitrag erlaubt ist; verfügbar unter: <http://www.oeamtc.at/?id=2500,1116786> (10.10.2013)

<sup>49</sup> Als MitfahrerIn ist man zwar über die Kfz-Haftpflichtversicherung des Fahrers bis zur maximalen Versicherungssumme mitversichert. Darüber hinaus haftet ein Lenker laut ÖAMTC „[...] mit seinem eigenen Vermögen für Unfallschäden seiner Mitfahrer. Um dieses Risiko zu minimieren empfiehlt es sich, die Mitfahrer eine Haftungsbeschränkungserklärung unterschreiben zu lassen.“ (Ebd.)

älteste der hier behandelten Angebote, wiederum basiert auf dem Prinzip des vorübergehenden Tauschens und fungiert als Tauschplattform für (Ferien-) Wohnungen.

Tabelle 2: Unterkunftsvermittlungen im Überblick

	<i>Airbnb</i>	<i>Couchsurfing</i>	<i>HomeLink</i>
Sharing-Modell	P2P	P2P	P2P
Zahlen und Fakten	Weltweit 300.000 Unterkünfte/ Inserate in 34.000 Städten und 192 Ländern	Weltweit Unterkünfte in 100.000 Städten und 6 Mio. Mitglieder	Weltweit 13.500 Tauschangebote in 69 Ländern
Mitgliedsbeitrag (Fixkosten)	Kein Mitgliedsbeitrag	Kein Mitgliedsbeitrag Einmalige Zahlung („Spende“) zur Identitätsüberprüfung über Kreditkarte/ Bankkonto möglich. Empfohlener Mindestbetrag: \$ 23,55	Mitgliedsbeitrag („Teilnahmegebühr“): € 112 für ein Jahr € 201,60 für zwei Jahre € 268,80 für drei Jahre
Nutzungsgebühr (Variable Kosten)	Gast: Unterkunftspreis laut Inserat/ Angebot plus 6-12% „Servicegebühr für Gäste“ an <i>Airbnb</i> . Sonstige Gebühren (Reinigungskosten, Kaution etc.) möglich, laut Inserat. GastgeberIn: bei Auszahlung behält <i>Airbnb</i> 3% vom Unterkunftspreis als „Servicegebühr für Gastgeber“	Gast: Keine Unterkunftspreise oder Nutzungsgebühren, evtl. Kostenersatz für Mahlzeiten etc. (verhandelbar) GastgeberIn: Keine Gebühren	Keine Nutzungsgebühr
Nutzungsdauer (Mindestens/Maximum)	Abhängig vom Gastgeber: 1 Nacht bis mehrere Monate	Dauer der Übernachtung: Abhängig vom Gastgeber bzw. VHS	Dauer des Wohnungstauschs je nach Inserat bzw. VHS: Wochenend-Tausch bis Langzeit-Tausch (ab 6 Wochen) möglich
Reservierung und Buchung	Buchung nur über (mobile) Website/ App ( <i>iOS, Android, Facebook</i> )	Website/ App ( <i>iOS, Android, Facebook</i> )	Datenbankeintrag online (Website)
Vertrauenssystem (Referenzen und Bewertungen der „Peers“)	Referenzen: Gäste und GastgeberIn bewerten einander; auch privates Feedback im Nutzer-profil ist möglich	Referenzen: Gäste und GastgeberIn bewerten einander („Reviews“) Bürgschaft: NutzerInnen bzw. „Peers“ können für andere NutzerInnen bürgen (Vouching-System)	Referenzen: Bewertung des Tauschpartners bzw. der Tauschpartnerin
<u>Anm.:</u> Wenn nicht anders erwähnt, stammen die Angaben von den Websites der Online-Plattformen, den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Nutzungsbedingungen bzw. -hinweisen. Preise, Tarife, Gebühren für Privatkunden. (Stand: 25.8.2013)			

*Airbnb* ([www.airbnb.at](http://www.airbnb.at))

Als Abkürzung für „Airbed and breakfast“ – auf Deutsch: „Luftmatratze und Frühstück“ – präsentiert sich die 2008 in den USA gegründete Online-Vermittlung als „der weltweit bekannteste gemeinschaftliche Marktplatz, um außergewöhnliche Unterkünfte rund um den Globus zu entdecken und zu vermieten.“<sup>50</sup> Inseriert werden hauptsächlich einzelne Zimmer, Wohnungen, Häuser, aber auch exotische Unterkünfte, z. B. Baumhäuser. 2.900 Inserate kommen aus Österreich.<sup>51</sup>

Die GastgeberInnen schalten ein Inserat, in dem die Unterkunft genau beschrieben wird, sie bestimmen die Preise, ebenso können sonstige Kosten, z. B. Reinigungskosten oder eine Kautionszahlung anfallen. Die Höhe muss im Inserat beschrieben sein oder vor der Buchung klargestellt werden. Die Kautionszahlung kann über *Airbnb* erfolgen (wird von *Airbnb* empfohlen) oder direkt an den oder die GastgeberIn. Kautionen sind zwischen \$ 100 und \$ 5.000 möglich.

Die Kontaktaufnahme zwischen Gast und GastgeberIn und die Buchung ist nur über die Online-Plattform möglich. Der Austausch der persönlichen Kontaktdaten erfolgt erst nach der Buchung. Ein Gastgeber kann innerhalb von 24h auf die Buchungsanfrage reagieren, ansonsten verfällt sie. Es gibt aber auch Inserate mit der Option „Sofort buchen“, bei der die Buchung sofort bestätigt wird. Weitere Informationen, z. B. zur Schlüsselübergabe, werden danach direkt ausgetauscht.

Die Bezahlung der Unterkunft erfolgt über das Web-Portal. Wird eine Buchungsanfrage vom Gastgeber oder der Gastgeberin angenommen, dann bucht *Airbnb* den Betrag von der Kreditkarte des Gastes (Unterkunftspreis plus Servicegebühr etc.) in voller Höhe ab, auch wenn der Aufenthalt erst in einigen Monaten beginnt. Das Geld wird bis 24 Stunden nach der Ankunft bzw. dem Check-In zurück gehalten, und – falls keine Reklamation durch den Gast innerhalb dieser Zeit erfolgt (z. B. weil die Unterkunft nicht dem Inserat entspricht) – an den/die GastgeberIn abzüglich der Gebühren ausbezahlt. Bei Langzeitbuchungen (ab 28 Übernachtungen) wird die Kreditkarte des Gastes mit der monatlichen Rate belastet bzw. dem oder der GastgeberIn monatlich ausbezahlt.

---

<sup>50</sup> <https://www.airbnb.at/about> (21.8.2013)

<sup>51</sup> Stand: 25.8.2013



Vertrauensvolle Gäste und GastgeberInnen sind die Basis für das Geschäftsmodell und die Vermittlung von Privatwohnungen. *Airbnb* stellt hierfür ein Verifizierungssystem und ein Bewertungssystem zur Verfügung.

(1) Die Verifizierung der Identität von NutzerInnen der Plattform erfolgt einerseits online über die Verknüpfung von Benutzerdaten diverser sozialer Netzwerke, z. B. die Verknüpfung des Airbnb-Profiles mit den Profilen auf *Facebook* und *LinkedIn* („Social Connections“-Funktion). Andererseits sollten auch Daten amtlicher Dokumente, beispielsweise von Führerschein oder Pass, mit jenen der Online-Identität abgeglichen werden, in dem das Dokument eingescannt an Airbnb geschickt wird. Im öffentlichen Nutzerprofil sieht man, welche Identifizierungsmethoden schon durchgeführt wurden.<sup>52</sup> Anonymität ist hier nicht erwünscht.

(2) Wichtig für *Airbnb* sind auch die Bewertungen, die sogenannten „Reviews“, für die es eigene Richtlinien gibt.<sup>53</sup> GastgeberInnen und Gäste sollen sich nach dem Aufenthalt gegenseitig bewerten, dabei stehen mehrere Kriterien zur Wahl, z. B. die Richtigkeit der Angaben, Sauberkeit, Qualität der Kommunikation. Auch privates Feedback bzw. Einträge von „Freunden“ sollen dem Aufbau von Reputationskapital dienen.

Versicherung: Für GastgeberInnen gibt es die sogenannte „Gastgeber Garantie“, die allerdings keine Haushaltsversicherung ersetzt. Schäden bis zu € 700.000 sollen laut Angaben von *Airbnb* abgedeckt werden.<sup>54</sup>

Die Stornierungsbedingungen variieren je nach Inserat. GastgeberInnen können zwischen mehreren standardisierten Stornierungsbedingungen wählen (flexibel, moderat, streng, sehr streng und Langzeitmiete über 28 Tage).<sup>55</sup> Beim „flexiblen“ Storno kann der Gast bis 24 Stunden vor dem Check-In stornieren, der Buchungsbetrag wird nach Abzug der Servicegebühren rückerstattet. Bei „sehr strengen“ Bedingungen muss der Gast mindestens 30 Tage vor dem Anreisetag stornieren und bekommt 50% rückerstattet. Je nach Land sind allerdings nicht alle Stornobedingungen rechtens.<sup>56</sup> Somit ist für die NutzerInnen ein zusätzlicher Informationsaufwand notwendig, das heißt im Einzelnen, dass sich die Beteiligten darüber informieren müssen, welche Bedingungen im jeweiligen Land rechtmäßig sind.

---

<sup>52</sup> <https://www.airbnb.at/help/question/269> (21. 8. 2013)

<sup>53</sup> [https://www.airbnb.at/help/policies/content#review\\_guidelines](https://www.airbnb.at/help/policies/content#review_guidelines) (21. 8. 2013)

<sup>54</sup> <https://www.airbnb.at/guarantee> (21. 8. 2013)

<sup>55</sup> [https://www.airbnb.de/home/cancellation\\_policies](https://www.airbnb.de/home/cancellation_policies) (21. 8. 2013)

<sup>56</sup> Vgl. ebd.

Preisbeispiele: Die Preise variieren je nach Art der Unterkunft (Zimmer, Wohnung, Haus etc.), Ausstattung (WLAN, Küche etc.) und Reiseziel. Für die GastgeberInnen gibt es eine Hilfestellung zur Einschätzung des Unterkunftspreises.<sup>57</sup> Als erstes Beispiel wird auf der Online-Plattform ein Privatzimmer ohne besondere Ausstattung in Innsbruck gesucht, An-/Abreise am 31.10.2013/3.11.2013 (drei Nächte) und zwar für zwei Personen. 18 Inserate für Privatzimmer werden angezeigt, wobei fünf Ergebnisse außerhalb von Innsbruck liegen.<sup>58</sup> Der kleinste Gesamtpreis für drei Nächte und zwei Personen: ein „freundliches und helles Zimmer“, Größe 9 m<sup>2</sup>, in einer „tiptop 4er WG“ im Zentrum von Innsbruck um € 90 + € 11 (Servicegebühr) = € 101, mit moderater Stornierung und einer Kautions von € 100. Für die Gastgeberin gibt es sechs positive Textbewertungen, die allgemeine Zufriedenheit der Gäste wird mit ca. 4,5 von 5 Sternen angegeben. Das Inserat mit dem höchsten Gesamtpreis zeigt ein „Spacious room in central Innsbruck“ in der Nähe des Hauptbahnhofs um € 260 + € 31 (Servicegebühr) = € 291, mit moderater Stornierung und einer Kautions von € 100. Von den zwei Textbewertungen für den Gastgeber ist eine positiv, eine allgemeine Zufriedenheit gibt es bei diesem Ergebnis nicht. In beiden Inseraten werden mehrere Bilder gezeigt, als Art des Bettes wird „Richtiges Bett“ angegeben. Die Küche kann in beiden Unterkünften von den Gästen benützt werden, ebenso gibt es Zeiten für „Check-In“ und „Check-Out“.

Für Nutzerinnen und Nutzer bietet *Airbnb* ausführliche Information auf Deutsch an, z. B. die Nutzungsbedingungen der Plattform, Richtlinien und Bedingungen für Unterkunftssuchende und für die GastgeberInnen, Rückerstattungsrichtlinien usw. Die Datenschutzregeln sind jedoch nur auf Englisch verfügbar.

#### *Couchsurfing (www.couchsurfing.org)*

In einem Gastfreundschaftsnetzwerk erklären sich die Mitglieder bereit, für einen begrenzten Zeitraum Schlaf- und Übernachtungsmöglichkeiten anzubieten. Beim 2003 in den USA gegründeten Netzwerk *Couchsurfing* können sich die Mitglieder deklarieren, und zwar als reiner Gast (Surfer), der nur die Gastfreundschaft sucht, als GastgeberIn (Host), oder aber als beides. Im Jahr 2012 waren weltweit 46% der Mitglieder als GastgeberInnen in das Netzwerk eingetragen.<sup>59</sup> In Wien und Umgebung sind rund 57%

---

<sup>57</sup> <https://www.airbnb.de/whats-my-place-worth> (21.8.2013)

<sup>58</sup> Abfrage am 10.10.2013. In der Suchmaske kann kein Umkreis vom Zielort angegeben werden, mittels eingblendeter Karte ist aber die Suche innerhalb eines Gebiets möglich.

<sup>59</sup> <http://www.couchsurfing.org/statistics> (29.8.2013)

der 35.000 Mitglieder Hosts, in Linz und Umkreis 68% (von 4.700 Mitgliedern).<sup>60</sup> In Österreich ist *Couchsurfing* seit 2005 aktiv und verfügt hier über rund 57.000 Mitglieder.<sup>61</sup>

Der Charakter eines Netzwerks wird verstärkt durch die Möglichkeit, Online-Gruppen mit verschiedenen Interessen, beispielsweise Musik, Politik, Abenteuer, beizutreten.<sup>62</sup> Ebenso können, ausgehend vom jeweiligen Gebiet, Mitfahrgelegenheiten, Wander-/Reisebegleitungen etc. ausgeschrieben oder angeboten werden. Die Teilnahme an Netzwerktreffen, organisiert von erfahrenen Mitgliedern, sogenannten „Ambassadors“, in der eigenen Stadt/Region wird vor allem Neulingen empfohlen. Jedes Mitglied kann auch selbständig Veranstaltungen, z. B. Workshops zu allen möglichen Themen, anbieten. Die Anmeldung zu solchen Veranstaltungen können registrierte Mitglieder online durchführen.

Die Mitgliedschaft ist für GastgeberInnen und Gäste kostenlos, eine Spende ermöglicht eine Identitätsprüfung mittels der Daten des Bankkontos oder der Kreditkarte. Diese Überprüfung wird im Profil angegeben, was wiederum Vertrauen schaffen soll.

*Couchsurfing* bietet keine zusätzliche Möglichkeit einer Versicherung an.

Obwohl man verschiedene Sprachen zur Benutzung der Online-Plattform auswählen kann, sind die Seiten zum Teil nur auf Englisch verfasst, dies trifft auch auf die Nutzungsbedingungen („Terms of Use“) und die Datenschutzrichtlinien („Privacy Policy“) zu.

Datenschutz: Als problematisch wurde in der Vergangenheit der Umfang mit den Mitgliederdaten und Nutzerinhalten (Texte, Fotos etc.) bezeichnet. Beispielsweise kritisierte 2012 der deutsche Bundesbeauftragte für den Datenschutz den Entwurf für die damaligen Änderungen der Nutzungsbedingungen als „[...] inakzeptabel. Sie wären nach dem deutschen und europäischen Datenschutzrecht unzulässig.“<sup>63</sup> Ist man registriert und hat die Nutzungsbedingungen akzeptiert, erlaubt man *Couchsurfing* die umfassende

---

<sup>60</sup> Stand: 29.8.2013

<sup>61</sup> Summe aller österreichischen Gebiete, in denen die Mitglieder angemeldet sind. (Stand: 29.8.2013)

<sup>62</sup> Ähnlich den Gruppen in sozialen Netzwerken wie *Facebook* oder *Xing*.

<sup>63</sup> [http://www.bfdi.bund.de/DE/Oeffentlichkeitsarbeit/Pressemitteilungen/2012/18\\_CouchSurfing.html?nn=408908](http://www.bfdi.bund.de/DE/Oeffentlichkeitsarbeit/Pressemitteilungen/2012/18_CouchSurfing.html?nn=408908) (10.10.2013)

Verwendung von hochgeladenen Inhalten und persönliche Daten. In der neuesten Fassung der Nutzungsbedingungen vom 3. Juni 2013 wird dem Nutzer zwar Eigentum an seinen Daten zugesprochen, *Couchsurfing* kann allerdings nach wie vor unwiderruflich Nutzerinhalte verwenden, verändern oder mittels verschiedener Medien, z. B. mittels E-Mail an andere Mitglieder, weitergeben: „If you post Member Content to our Services you hereby grant us a perpetual, worldwide, irrevocable, non-exclusive, royalty-free and fully sublicensable license to use, reproduce, display, perform, adapt, modify, create derivative works from, distribute, have distributed and promote such Member Content in any form, in all media now known or hereinafter created (including in emails or other communications to our members) to administer, operate, develop and otherwise provide the Couchsurfing Services.“<sup>64</sup>

In der Datenschutzerklärung in der letzten Fassung vom 10. Oktober 2012 wird ebenso auf das Sammeln und Teilen von Daten eingegangen. Zum Beispiel, dass bei Anmeldung über soziale Netzwerke wie *Facebook* – je nach Profileinstellungen – entsprechende Nutzerdaten des öffentlichen Profils, Bilder, Freundeslisten, E-Mail-Adressen etc. übernommen werden.<sup>65</sup> Unter dem Punkt „Use of Information“ steht dann auch „For example, we may use information about you to: [...] Communicate with you about products, services, offers, promotions, rewards and events and provide other news and information about Couchsurfing and our select partners“.<sup>66</sup> Das heißt, die Daten werden z. B. dafür verwendet, um den Mitgliedern Informationen über *Couchsurfing*, aber auch Werbung oder Informationen über Produkte und Dienstleistungen von „ausgewählten Partnern“ zukommen zu lassen. Unter „Sharing of Information“ wird auf die Empfänger dieser Daten hingewiesen. Dies sind z. B. Firmen oder „Drittanbieter“, die im Auftrag von *Couchsurfing* tätig sind, aber auch Unternehmen mit Aktivitäten, die in Zusammenhang mit dem Geschäftsfeld von *Couchsurfing* stehen. Ebenso werden diese Daten jenen übergeben, die die Plattform evtl. kaufen oder (teilweise) übernehmen: „We do not share personal information about you with third parties except as follows: [...] With third party vendors, consultants and other service providers who need access of such information to carry out their work for us. [...] With partners who run contests, special offers or other events or activities in connection with our Services; In connection with, or during negotiations of, any merger, sale of company assets, financing or acquisition of all

---

<sup>64</sup> <https://www.couchsurfing.org/n/terms> (10.10.2013)

<sup>65</sup> Auch *Airbnb* und andere Dienste, bei denen man sich über *Facebook* oder andere soziale Netzwerke anmeldet/registriert, sammeln diese Daten.

<sup>66</sup> <https://www.couchsurfing.org/n/privacy> (10.10.2013)

or a portion of our business to another company.“<sup>67</sup> Die Problematik mit diesen Regelungen bringt der deutsche Bundesbeauftragte für den Datenschutz auf den Punkt: „Aktuell ist deutsches [und auch österreichisches, Anm. G.K.] bzw. europäisches Datenschutzrecht vorliegend nicht anwendbar, da das soziale Netzwerk von einem Unternehmen mit Sitz in den USA, ohne Niederlassungen in Deutschland oder anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union betrieben wird.“<sup>68</sup>

Als „Dating-Spam“ wurde ein weiteres Problem bekannt. Mitglieder haben die umfangreichen Offline-Netzwerkmöglichkeiten (gemeinsame Unternehmungen etc.) von *Couchsurfing* zur Partnersuche benutzt. Ein Meldesystem für entsprechende Einträge und „Angebote“ in den Nutzerprofilen soll Abhilfe schaffen.<sup>69</sup>

*HomeLink* ([www.homelink.at](http://www.homelink.at))

Über die nach Eigendefinition „weltgrößte Tauschorganisation“<sup>70</sup>, die 1953 in den USA gegründet wurde, können die Mitglieder untereinander Wohnungstausch betreiben, sich als Haushüter anbieten bzw. einen solchen finden oder Übernachtungsmöglichkeiten für Reisen (im Zuge einer Gastfreundschaft) anbieten und suchen. Der Wohnungstausch kann dabei zeitgleich oder zeitversetzt erfolgen. Seit 1993 ist *HomeLink* auch in Österreich aktiv, aus Österreich stammen rund 140 Inserate.<sup>71</sup>

In einem persönlichen Inserat, der sogenannten „Tauscheinschaltung“ gibt man die gewünschten Urlaubsziele oder -länder an, außerdem beschreibt man darin die eigene (Ferien-) Wohnung oder das Haus, das man anbietet. Kommt es zu einer terminlichen und örtlichen Übereinstimmung, wird zwischen den potentiellen TauschpartnerInnen direkt Kontakt aufgenommen. Eine verbindliche Vereinbarung („Exchange Agreement“) schließt formell den Tausch ab. Prinzipiell gilt, dass die Beteiligten kein Geld verlangen.

Versicherung: Einen eigenen Versicherungsschutz gibt es bei der österreichischen *HomeLink* nicht. Auf eine Eigenheim- und Haushaltsversicherung inklusive (europaweiter) Haftpflicht wird allerdings hingewiesen. Ebenso wird geraten, für Reisen

---

<sup>67</sup> <https://www.couchsurfing.org/n/privacy> (10.10.2013)

<sup>68</sup> [http://www.bfdi.bund.de/DE/Oeffentlichkeitsarbeit/Pressemitteilungen/2012/18\\_CouchSurfing.html?nn=408908](http://www.bfdi.bund.de/DE/Oeffentlichkeitsarbeit/Pressemitteilungen/2012/18_CouchSurfing.html?nn=408908) (10.10.2013)

<sup>69</sup> Dieses Problem betrifft nicht nur *Couchsurfing*, sondern auch andere, ähnlich aufgebaute Netzwerke. Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Couchsurfing#Dating-Spam> (28.8.2013)

<sup>70</sup> [www.homelink.org](http://www.homelink.org) (29.8.2013)

<sup>71</sup> Stand: 29.8.2013

außerhalb Europas eine weltweite Urlaubs-Privathaftpflicht-Versicherung abzuschließen oder auf den Versicherungsschutz seines Kreditkartenanbieters zu achten. Für den Fall eines Autotauschs sollte laut den „Tipps und Tauschregeln“<sup>72</sup> von *HomeLink* auch eine Kurz-Kaskoversicherung abgeschlossen werden.

Im Gegensatz zu den beiden anderen Vermittlungsdiensten verfügt *HomeLink* über Niederlassungen in 24 Ländern. Sie sind nicht nur den jeweiligen nationalen Mitgliedern, sondern bei Problemen auch den (ausländischen) Reisenden Ansprechpartnerinnen. Die österreichische Niederlassung befindet sich in Wien.

### Probleme bei P2P-Unterkunftsangeboten

Wenn ein Gastgeber oder eine Gastgeberin für die Unterkunft Geld verlangt, dann ist wie bei den Mobilitätsangeboten auch hier die Trennlinie zwischen Vermietung aus gewerblichem Interesse und einem bloßen Zur-Verfügung-Stellen ungenutzter Wohnungsressourcen fließend.<sup>73</sup> Aber auch, wenn das Zusatzeinkommen gemeldet und versteuert wird, könnte es Probleme geben. Wenn eine Gastgeberin ihre Wohnung, die sie selbst als Mieterin bewohnt, anbietet, könnte dies als unzulässige Weitergabe interpretiert werden und zur Kündigung führen. Ebenso könnten Kurtaxen oder Tourismusabgaben für die Unterbringung von Kurzzeitgästen anfallen.<sup>74</sup> Auch wird vermutet, dass auf Online-Plattformen häufig gewerbliche Anbieter Inserate schalten. In den USA haben Stadtbehörden angekündigt, entsprechende Steuerregelungen abzuändern bzw. einzuführen und Amsterdam etwa durchstößert mittlerweile die Reviews auf *Airbnb* nach „illegalen“ Vermietungen.<sup>75</sup>

---

<sup>72</sup> <http://www.homelink.at/tipps-und-tauschregeln/> (29.8.2013)

<sup>73</sup> Das betrifft nicht nur *Airbnb*, sondern auch andere Vermittlungsdienste. *Airbnb* macht auf seiner Deutschen Seite Werbung damit, dass viele NutzerInnen sich ein Zusatzeinkommen ermöglichen. ([https://www.airbnb.de/info/ten\\_million](https://www.airbnb.de/info/ten_million)) (15.9.2013)

<sup>74</sup> Wiener Zeitung 2013a: 17.

<sup>75</sup> <http://www.economist.com/news/technology-quarterly/21572914-collaborative-consumption-technology-makes-it-easier-people-rent-items> (15.9.2013)

## 2.3 Musikstreaming: Legale Abonnements

Waren bekannte Anbieter und Computerprogramme für das „Filesharing“ seit der Jahrtausendwende entweder illegal oder zumindest im rechtlichen Graubereich, so haben sich mittlerweile legale Angebote durchgesetzt.<sup>76</sup> Diese können als B2C-Prinzip bezeichnet werden.

Seit 2011 sind in Österreich legale Streaming-Angebote verfügbar. Bei einem ansonsten umsatzmäßig seit Jahren sinkenden Musikmarkt wird dieser neuen Form des Musikkonsums das größte Wachstum bescheinigt.<sup>77</sup> Junge Menschen gehören dabei zu den eifrigsten KonsumentInnen. In Deutschland verwenden 28% der 18- bis 29-jährigen InternetnutzerInnen Streaming-Angebote, bei den 30- bis 44-Jährigen sind dies nur mehr 12%.<sup>78</sup> Auch in Österreich ist dieser Markt sehr „jung“: 41% der KonsumentInnen von Online-Angeboten sind höchstens 29 Jahre alt.<sup>79</sup>

Der Fokus liegt in diesem Kapitel auf Diensten, bei denen NutzerInnen Musik mittels monatlicher Gebühr im Abonnement beziehen („Musikflatrate“). Die Musik wird mittels „Streaming“ als „Datenstrom“ auf das Endgerät, z. B. auf das Notebook, geladen und kann gleichzeitig gehört werden. Je nach Abonnement sind die Musikdateien auch ohne Datenverbindung, also „offline“, zu hören. Die Speicherung der Musikdateien erfolgt dabei auf dem jeweiligen Endgerät. In der Regel können Nutzerinnen und Nutzer auf einzelne Titel nach Ablauf oder nach Kündigung des entsprechenden Abonnements nicht mehr „offline“ zugreifen.<sup>80</sup>

Drei Flatrate-Angebote bzw. Musikabonnements werden in Tabelle 3 verglichen. *Spotify* und *Deezer* sind in vielen Ländern schon seit einigen Jahren präsent und seit 2011 auch

---

<sup>76</sup> Von allen Diensten war *Napster* der Inbegriff für das kostenlose Teilen von Musik über ein P2P-Netzwerk, das über zentrale Server lief. Vor dem Verbot und der Stilllegung aufgrund rechtlicher Probleme im Jahr 2001 umfasste die „Napster-Community“ rund 80 Mio. TeilnehmerInnen. *Napster 2.0* startete zwei Jahre später unter neuem Eigentümer mit einem Bezahlndienst.

(Vgl. <http://en.wikipedia.org/wiki/Napster> 22.8.2013)

<sup>77</sup> IFPI Austria 2013.

<sup>78</sup> [http://www.bitkom.org/de/presse/8477\\_76873.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_76873.aspx) (4.9.2013)

<sup>79</sup> Streaming- und Download-Angebote zusammen genommen. (IFPI Austria 2013) Junge Menschen sind als KonsumentInnen von Onlinemusik deutlich überrepräsentiert; zum Vergleich: ca. 24% der österreichischen Bevölkerung sind zwischen 10 und 29 Jahren. (Statistik Austria 2012)

<sup>80</sup> Im Gegensatz dazu ist der herkömmliche Internet- oder Handydownload ein „Download-to-Own“, also ein Herunterladen-um-zu-besitzen. Dateien werden von NutzerInnen am Gerät gespeichert und sind zu jeder Zeit abrufbar. Dies kommt einem herkömmlichen Kauf von Nutzungsrechten gleich und fällt nicht in den Bereich von Sharing Economy.

in Österreich, *Napster* expandierte in Europa, unter anderem in Österreich, jedoch erst 2013.<sup>81</sup> Es gibt zahlreiche Download- und Streaming-Angebote von Internet- und Telekommunikationsunternehmen oder Geräteherstellern. Da diese Angebote oft nur für deren Kundinnen und Kunden zur Verfügung stehen, werden sie in dieser Studie im Anhang nicht erwähnt.

Außer für die Gratis-Hörproben bei *Deezer* und *Napster* ist eine Registrierung notwendig. Die NutzerInnen können sich in der Regel mit den Daten ihrer *Facebook*- oder *Google*-Konten anmelden, sowie unter Angabe einer E-Mail Adresse.

---

<sup>81</sup> <http://futurezone.at/produkte/16242-napster-wir-wollen-unter-die-top-zwei.php> (22.8.2013)



Tabelle 3: Musikstreaming-Dienste

	<i>Spotify</i>	<i>Deezer</i>	<i>Napster</i>
Sharing-Modell	B2C	B2C	B2C
Zahlen und Fakten	20 Mio. Musiktitel <sup>a</sup> verschiedene Genres und Hörbücher	25 Mio. Musiktitel <sup>a</sup> verschiedene Genres und Hörbücher	20 Mio. Musiktitel <sup>a</sup> verschiedene Genres und Hörbücher
Gratisnutzung	„Spotify Free“: kostenlos Streaming am Computer, mit Werbeanzeigen  Geringere Klangqualität (96-160 kbps)	Gratis Hörproben: Streaming bzw. Wiedergabe pro Titel max. 30 sec.  „Discovery“: kostenlos und unbeschränkt für 12 Monate, danach 2 Stunden pro Monat; mit Werbeanzeigen	Gratis Hörproben: Streaming bzw. Wiedergabe pro Titel max. 30 sec.
Abonnements (Kosten und Umfang)	„Unlimited“: € 4,99 / Monat; Streaming am Computer; ohne Werbung  „Premium“: € 9,99 / Monat; wie „Unlimited“, plus Nutzung mit Home-Entertainment und mobil ( <i>Android</i> , <i>iOS</i> ); höhere Klangqualität (320 kbps); Offline-Zugriff auf Playlisten <sup>b</sup> ; Zugriff von mehreren Geräten aus möglich	„Premium“: € 4,99 / Monat; Streaming am Computer, höhere Klangqualität (320 kbps) als bei „Disco- very“; ohne Werbung  „Premium +“: € 9,99 / Monat; wie „Premium“, plus Nutzung mit Home-Entertainment und mobil ( <i>Android</i> , <i>iOS</i> , <i>Windows</i> , <i>BlackBerry</i> )  Offline-Zugriff auf Titeln aus dem Musikkatalog und eigenen Playlisten <sup>b</sup>  Zugriff von mehreren Geräten aus möglich  „Unlimited Music“: nur für <i>T-Mobile</i> Kunden, 8,99 € / Monat; wie „Premium +“	„Napster Unlimited“: € 9,95 / Monat; Streaming am Computer, Nutzung mit Home-Entertainment und mobil ( <i>Android</i> , <i>iOS</i> ); ohne Werbung  Klangqualität: 96-192 kbps  Offline-Zugriff auf Titeln aus dem Musikkatalog und eigenen Playlisten <sup>b</sup> ; ohne Werbung  Zugriff von bis zu 3 mobilen Endgeräten möglich
Test-, Probephase	Die ersten 30 Tage gratis bei „Premium“ (mobilen Geräte: 48h)  Kündigung vor Ablauf möglich	Die ersten 15 Tage gratis bei „Premium“ und „Premium +“  Kündigung vor Ablauf möglich	Die ersten 30 Tage gratis beim „Napster Unlimited“;  Kündigung vor Ablauf möglich
Nutzungsdauer	Mindestlaufzeit: 1 Mo- nat (= 1 Abo-Periode)	Mindestlaufzeit: 1 Mo- nat (= 1 Abo-Periode)	Mindestlaufzeit: 1 Mo- nat
<p><u>Anm.:</u> Wenn nicht anders erwähnt, stammen die Angaben von den Websites der Online-Plattformen, den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Nutzungsbedingungen bzw. -hinweisen. Preise, Tarife, Gebühren für Privatkunden. (Stand: 25.8.2013)</p> <p><sup>a</sup> Die Zahl bezieht sich auf die Summe der Lizenzen in allen Ländern, in denen die Dienste angeboten werden. Die Anzahl der tatsächlich verfügbaren Titel variiert je nach Land.</p> <p><sup>b</sup> Playlisten werden die Musiktitel genannt, die man in einer Sammlung bzw. in einer Liste anlegt.</p>			

*Spotify (www.spotify.com/at)*

Der 2006 aus einem schwedischen Start-up hervor gegangene Musikdienst verzeichnet 24 Mio. Mitglieder in 28 Ländern, davon 6 Mio. zahlende NutzerInnen.

Das Streaming ist am Computer über einen herkömmlichen Internet-Browser oder mittels einer Software, die zum Download bereit steht, möglich. Beim Gratisangebot „Spotify Free“, einem sogenannten „Freemium“-Dienst, werden Werbeanzeigen akustisch zwischen die Lieder geschaltet und am Bildschirm eingeblendet. Die Musiktitel können die ersten sechs Monate uneingeschränkt gratis gehört werden, danach kommt es zur Einschränkung auf 10 Stunden pro Monat bzw. 2,5 Stunden pro Woche, wobei man Zeit bei Nichtnutzung ansparen kann.

Bei „Unlimited“ entfällt die Werbung und beim teuersten Abonnement „Premium“ kann das Angebot zusätzlich auf dem Smartphone oder Tab (*Android, iOS*) und mittels Home-Entertainment-Systemen (TV, *Logitech, Sono*) genutzt werden. Beim teuersten Abonnement stehen die Musiktitel in den persönlichen Playlisten ohne Internetverbindung, also offline, zur Verfügung, da sie am Gerät bis zu 30 Tage zwischengespeichert werden. Um diese Frist um weitere 30 Tage zu verlängern, muss man sich bei *Spotify* einloggen oder mit einem Gerät online auf *Spotify* zugreifen.<sup>82</sup> Erfolgt keine Abo-Verlängerung oder eine Herabstufung des Abonnements auf „Spotify Free“ oder „Unlimited“, stehen die Titel nicht mehr offline zur Verfügung.

Die persönlichen Playlisten können kommentiert und mit anderen NutzerInnen (auch über *Facebook*) geteilt werden. *Spotify* ermöglicht in seiner zu installierenden Software auch die Einbindung von Apps, mit denen Angebote verschiedenster Dienste schnell abrufbar sind, z. B. des Internetradios *last.fm*.

Falls keine Kündigung durch den oder die NutzerIn erfolgt, verlängert sich das Abonnement automatisch jeden Monat. Beim „Premium“-Abo ist auch eine jährliche Laufzeit möglich.

---

<sup>82</sup> <https://support.spotify.com/at/learn-more/faq/#!/article/How-long-can-I-cache-offline-content>  
(2.9.2013)

*Spotify* bietet Geschenkkarten im Wert von € 9,99 - 119,88 an. Sie können über das Benutzerkonto gekauft und elektronisch verschickt oder mittels Code eingelöst werden; letzteres allerdings nur in jenem Land, in dem sie auch gekauft wurden.

Die Bezahlung erfolgt mittels *PayPal*, Kreditkarte oder einer *Spotify*-Geschenkkarte.

Das Mindestalter der Nutzung liegt bei 14 Jahren mit Zustimmung einer erziehungsberechtigten Person, ansonsten bei 18 Jahren.

*Deezer* ([www.deezer.com](http://www.deezer.com))

Der 2007 in Frankreich gegründete Anbieter verfügt über 26 Mio. Mitglieder in 180 Ländern. 4 Mio. Mitglieder sind zahlende NutzerInnen, der Großteil nutzt das Gratisangebot „Discovery“.<sup>83</sup>

Das Streaming am Computer erfolgt mittels herkömmlichen Internet-Browser. Das mit Werbeanzeigen finanzierte Gratisangebot „Discovery“ ist nach zwölf Monaten eingeschränkt nutzbar. Manche Musiktitel können allerdings nur im Bezahl-Abonnement gehört werden.

Beim Abonnement „Premium“ ist der Zugriff auch vom Ausland aus möglich. Der „Premium+“-Tarif ermöglicht Musikgenuss auf mobilen Geräten (*Android*, *iOS*, *Windows*, *BlackBerry*) und mittels Home-Entertainment (TV, *Logitech*, *Sonos*). Im Offline-Modus können die Musiktitel in den persönlichen Playlisten ohne Internetverbindung auf dem Computer oder Smartphone/Tab gehört werden. Es erfolgt eine zeitweilige Ablage auf dem benutzten Gerät, jedoch ist kein Übertragen oder Kopieren auf andere Geräte oder Medien möglich. Für die vollständige Offline-Nutzung am Computer wird der Browser *Google Chrome* empfohlen. Die Offline-Nutzung ist während der gesamten Abo-Periode möglich, nach der Kündigung und bei Herabstufung auf „Premium“ gibt es nur mehr den Online-Zugriff.

KundInnen von *T-Mobile* können „Unlimited Music“ abonnieren – ein Tarif, der dem „Premium+“-Abo gleicht, der Zugriff ist aber auf zwei Endgeräte begrenzt.

---

<sup>83</sup> Vgl. <http://en.wikipedia.org/wiki/Deezer> (2.9.2013)

Das Kommentieren der Playlisten anderer NutzerInnen ist möglich, auch kann die Lieblingsmusik über soziale Netzwerke bekannt gegeben und Musiksammlungen anderer Mitglieder eingesehen werden (je nach den persönlichen Einstellungen).

Ein Abonnement verlängert sich automatisch jeden Monat, falls keine Kündigung mindestens 48 Stunden vor Ablauf dieser Abo-Periode (online im Nutzerkonto) erfolgt. Wird gekündigt, kommt es zur Herabstufung auf „Discovery“.

Die Bezahlung erfolgt mittels PayPal oder Kreditkarte. Ein Mindestalter für die Registrierung und Nutzung wird in den AGB nicht erwähnt.

*Napster* (<http://at.napster.com>)

Der mittlerweile zum US-Konzern *Rhapsody* gehörende Streaming-Dienst hat mehr als eine Mio. zahlende NutzerInnen.<sup>84</sup>

*Napster* bietet mit „Napster Unlimited“ nur ein Abonnement an. Allerdings ist es mit den gleich teuren Konkurrenz-Tarifen von *Spotify* und *Deezer* vergleichbar. Auch hier können neben dem Computer noch bis zu drei mobile Endgeräte (Android, iOS) und Home-Entertainment-Geräte (*Sonos*) verwendet werden.

Einen Offline-Zugriff gibt es auch bei *Napster*. Nach Ablauf oder Kündigung des Abonnements kann auf die Offline-Musiktitel aber nicht mehr zugegriffen werden. In den „Nutzungsbedingungen“ erwähnt *Napster* die extra zu verrechnenden „Track Downloads“ als Möglichkeit, Musikstücke (=Tracks) dauerhaft zu speichern. Die Nutzungsbedingungen verweisen darauf, dass es sich hierbei um den Kauf eines Musikstücks handelt.<sup>85</sup>

Bei *Napster* können die NutzerInnen zwischen verschiedenen Abo-Laufzeiten wählen: ein, drei und zwölf Monate. Die Kündigung im Nutzerkonto muss vor Ablauf der jeweiligen Laufzeit im Benutzerkonto erfolgen.

---

<sup>84</sup> <http://futurezone.at/produkte/16242-napster-wir-wollen-unter-die-top-zwei.php> (22.8.2013) Die erste Generation von Napster war 1999-2001 eine P2P-Musiktauschbörse, die aufgrund rechtlicher Schwierigkeiten geschlossen wurde. Der heutige Streaming-Dienst hat damit nichts mehr zu tun.

<sup>85</sup> *Napster-Service* Nutzungsbedingungen, Punkt 2 (g) Track-Downloads; vgl. <http://at.napster.com/terms/?l=de> (24.7.2013)

Die Bezahlung erfolgt mittels *PayPal*, Kreditkarte oder Bankkonto (per elektronischem Lastschriftenverkehr). Das Mindestalter liegt bei 18 Jahren.

### Gemeinsamkeiten der Streaming-Dienste

Nicht nur die Namen und die Preise der Bezahl-Abonnements ähneln einander, auch sonst gibt es nur wenige Unterschiede zwischen den drei Streaming-Diensten.

Alle drei Anbieter ermöglichen eine Test- und Probephase für verschiedene Tarife bzw. Abonnements. Die Gratisangebote beinhalten immer Werbung, wobei die Werbeeinschaltungen akustisch, z. B. zwischen den Musikstücken, erfolgen oder optisch am Bildschirm wie herkömmliche Online-Werbung. Die Nutzung auf mobilen Geräten und die Offline-Nutzung ist erst bei den teuersten Tarifen möglich, und es kann eine Synchronisation der Playlisten auf allen Geräten durchgeführt werden, z. B. ändert man auf dem Notebook etwas, erfolgt dies auch auf dem Smartphone.

### Probleme beim Musikstreaming

Je nach Klangqualität und der damit verbundenen Datenübertragungsrate laden NutzerInnen recht schnell große Datenmengen auf ihre Geräte. Bei 160 kbps fallen 72 MB pro Stunde Streaming an, bei 320 kbps – wie bei den teuersten Abonnements – sogar 144 MB pro Stunde.<sup>86</sup> Die bei Mobil- und Smartphone-Verträgen inkludierten Datenmengen können somit schnell verbraucht werden, und deshalb ist das Streaming über WLAN (ohne Datenbegrenzung) zu empfehlen. In den angebotenen Streaming-Apps für die mobilen Geräte lässt sich die Nutzung abseits von WLAN auch deaktivieren.

Ein weiterer Problempunkt betrifft wieder den Datenschutz: Viele Online-Plattformen bieten eine Registrierung oder Nutzung über das eigene *Facebook*-Konto an. Einerseits übernehmen dadurch die Anbieter der Plattformen viele Daten aus diesem Konto, andererseits werden Informationen über die Nutzung auf der Partnerseite an *Facebook* gesendet und für Werbung und Marktforschungszwecke verwendet.<sup>87</sup>

---

<sup>86</sup> kbps: Kilobit pro Sekunde; MB: Megabyte; Die berechnete Menge gilt nur für Download-Daten während des Streamings, eventuell anfallende Upload-Daten und Datenmengen für die Werbung sind nicht inkludiert.

<sup>87</sup> The Gap 2011: <http://www.thegap.at/musikstories/artikel/spotify-und-facebook-unzertrennlich> (2.9.2013)

MusikerInnen beklagen sich über geringe Tantiemen: Die Streaming-Unternehmen zahlen den Rechteinhabern pro Stream einen fixen Betrag.<sup>88</sup> Bei *Napster* in Österreich liegen diese Tantiemen zwischen € 0,001 und € 0,01 pro Stream.<sup>89</sup> Die britische Band *Uniform Motion* erhielt im Jahr 2011 von *Spotify* ca. US-\$ 0,004 pro Titel bzw. US-\$ 0,04 pro Album, bei *Deezer* US-\$ 0,008 pro Musiktitel, der mittels Stream gehört wurde und US-\$ 0,07 für ein Album. Im Gegensatz dazu erhielt die Band für den MP3-Download eines kompletten Albums von *Amazon* 70% vom Verkaufspreis, das sind US-\$ 6,86 von US-\$ 9,81.<sup>90</sup> Damit Tantiemen in dieser Höhe an die Rechteinhaber ausbezahlt werden, müssten NutzerInnen von *Spotify* 172 Mal das Album der *Uniform Motion* per Streaming hören. Bands oder MusikerInnen, deren Werke millionenfach als Stream gehört werden, können daran einiges verdienen, für die meisten anderen gilt dies jedoch nicht. Ewald Pfleger, der Gitarrist der österreichischen Band *Opus*, meint dazu in der Kleinen Zeitung: „Spotify ist sicherlich nützlich, um den Bekanntheitsgrad zu steigern [...] Die Abrechnungen sind allerdings ein Witz. Wir überlegen derzeit sogar, unsere Musik zurückzuziehen.“<sup>91</sup> Betrachtet man die Tatsache, dass z. B. *Spotify* seit seinem Start im Jahr 2008 mehr als 500 Mio. US-Dollar an die Rechteinhaber abgeführt hat, dann kann man sich vorstellen, wie beliebt das Musikstreaming mittlerweile ist.<sup>92</sup>

Noch eine Anmerkung zu diesem Kapitel: Downloads und Datenstreaming sind physikalisch natürlich keine Mehrfachnutzung einer bereits bestehenden und begrenzten Ressource. Dies wäre der Fall, wenn die Daten per Weitergabe auf einem Speichermedium von mehreren NutzerInnen konsumiert würden, wie dies beim DVD- oder CD-Verleih der Fall ist. Eher kann man hier von einer Vervielfältigung von Daten sprechen, also von einer Multiplizierung einer Ressource. Ebenso ist das illegale File-Sharing kein Teilen, sondern ein Kopieren oder Vervielfältigen. Eine Datenressource wird bei diesen neuen Formen des Vermietens *nicht vielfach* genutzt, sondern *vervielfacht* genutzt.

---

<sup>88</sup> Häufig werden diese Tantiemen noch zwischen Musiker und Plattenlabel aufgeteilt.

<sup>89</sup> <http://futurezone.at/produkte/16242-napster-wir-wollen-unter-die-top-zwei.php> (22.8.2013)

<sup>90</sup> <http://gizmodo.com/5840580/what-a-band-really-makes-from-streaming-sales> (2.9.2013)

<sup>91</sup> Kleine Zeitung 2013: 15.

<sup>92</sup> <http://press.spotify.com/at/2013/04/16/spotify-startet-in-acht-weiteren-landern/> (2.9.2013)

## 2.4 Schwarmfinanzierung: Crowdfunding und Crowdinvesting

Alternative Finanzierungsformen, die finanzielle Ressourcen, Wissen und Ideen einer Menge an Personen (die sogenannte „Crowd“) bündeln, sind ebenso Teil der Sharing Economy.<sup>93</sup> Beim Crowdfunding und Crowdinvesting bzw. der Schwarmfinanzierung tritt eine Vielzahl von Personen als Unterstützerin, Finanzier oder Investorin, aber auch Ideenspenderin auf, um Projekte oder Start-up-Unternehmen zu finanzieren. Im Prinzip entspricht diese Finanzierung dem herkömmlichen Fundraising, allerdings internetbasierend mit der Möglichkeit, ohne viel Aufwand deutlich mehr UnterstützerInnen anzusprechen und Feedback zu bekommen. Betrachtet man den Ressourcenfluss, dann handelt es sich hier um ein C2B-Modell (Consumer-to-Business). Viele potentielle „KonsumentInnen“ bzw. eine Vielzahl an UnterstützerInnen, sogenannte „Backers“, stellen finanzielle Ressourcen für ein „Business“ oder ein Projekt zur Verfügung.

Je nachdem, welche Gegenleistungen geboten oder erwartet werden, können zwei Typen von Kampagnen<sup>94</sup> oder unterstützten Projekten unterschieden werden:

- Crowdinvesting: Die Finanziers oder UnterstützerInnen erwarten sich als Gegenleistung eine Rendite bzw. eine Vergütung in Form von Geld oder Firmenbeteiligungen.<sup>95</sup>
- Crowdfunding: Die Finanzierung erfolgt aus Hilfsbereitschaft, Mäzenatentum oder aus Identifikation mit, oder der Leidenschaft für ein Projekt, und die Gegenleistung ist eher symbolischer Natur oder in Form von Sachgütern.

Im ersten Fall kann es sich um ein „Equity-based Crowdfunding“ handeln, bei dem die Investoren MiteigentümerInnen oder Teilhaber des unterstützten Unternehmens oder Projekts werden, oder „Lending-based Crowdfunding“, bei dem das geborgte Geld ein Darlehen darstellt und mit Zinsen zurückgezahlt wird. Im zweiten Fall spricht man entweder von einem „Donation-based Crowdfunding“, also einer Spendenaktion<sup>96</sup> z. B. für Umweltinitiativen oder in Not geratene Familien, oder einem „Reward-based

---

<sup>93</sup> Unter anderem in Botsman/ Rogers 2011 und Gansky 2010.

<sup>94</sup> Als Kampagne wird jene Zeitspanne bezeichnet, in der für das Projekt oder Vorhaben Geld gesammelt, also das Projekt beworben wird.

<sup>95</sup> Hierzulande erntete insbesondere der Fall „GEA/Heinrich Staudinger“ besondere Aufmerksamkeit.

<sup>96</sup> In diesem Sinne sind Hilfsprojekte oder caritative Entwicklungsprojekte ebenso schwarmfinanziert.

Crowdfunding“.<sup>97</sup> Die Finanzierung von Kunstprojekten – z. B. Theater- und Musikproduktionen – fällt häufig in diese letzte Kategorie. Als Gegenleistung ermöglicht beispielsweise eine Musikerin nach Fertigstellung eines fremdfinanzierten Albums ihren Investoren das Download-Recht ihrer Musik oder schickt ihnen ab einem gewissen Unterstützungsbetrag eine CD zu.

In Tabelle 4 werden drei Internet-Plattformen vorgestellt, über die auch österreichische Projekte unterstützt bzw. Kampagnen geführt werden: *Indiegogo* ist eine der ersten und bekanntesten Crowdfunding-Plattformen und hatte im Jahr 2008 ihren Online-Start in den USA. *Startnext* ist die im deutschen Sprachraum größte Plattform und wurde 2010 in Deutschland gegründet. Die jüngste der drei Plattformen ist die österreichische *1000x1000*, die es seit dem Jahr 2012 gibt. Während auf den beiden ersten vor allem Projekte im Kreativbereich (Kunst, Film, Literatur etc.) Unterstützung suchen, ist die letzte auf Crowdinvesting spezialisiert.

Je nachdem, ob der geplante Zielbetrag erreicht wird, gibt es hinsichtlich der Aus- oder Rückzahlung zwei Prinzipien:

- „Alles-oder-nichts“: Das Geld wird nur an den oder die Projektinitiatorin ausbezahlt, wenn der Zielbetrag erreicht oder überschritten wird.
- „Behalte-alles“: Eingesammeltes Geld wird den InitiatorInnen auch ausbezahlt, wenn der Zielbetrag nicht erreicht wird.

---

<sup>97</sup> Crowdsourcing, LLC. 2012.



Tabelle 4: Crowdfunding- und Crowdinvesting-Plattformen

	<i>Indiegogo</i>	<i>Startnext</i>	<i>1000x1000</i>
Sharing-Modell	C2B	C2B	C2B
Zahlen und Fakten	Seit Gründung weltweit 44.000 Kampagnen <sup>a</sup>	Seit Gründung ca. 2.200 Projekte, davon ca.100 aus Österreich	Aktuell 6 aktive Projekte in Österreich
Kampagnen-, Projekttyp	Crowdfunding (Donor, Reward)	Crowdfunding (Reward, Donor) Crowdinvesting (Equity, Lending)	Crowdfunding (Reward) Crowdinvesting (Equity)
Projektgebühren	Erfolgreiche Kampagnen (Zielbetrag erreicht oder überschritten): 4% der erreichten Summe  Erfolgreiche Kampagnen (Zielbetrag unterschritten): 9% der Summe, wenn der Projektstarter das gesammelte Geld behält; keine Gebühren, wenn Projektstarter an Unterstützer zurückzahlt	Crowdinvesting: einmalig € 1.000 plus 5% Provision vom erzielten Betrag  Premium Services (Unterstützung für Kampagnen, Social Media Beratung etc.): € 107 - 773,50  Spenden für <i>Startnext</i> möglich	Transaktions- und Bearbeitungsgebühr bei Auszahlung des Zielbetrags möglich (keine Angaben über die genaue Höhe)
Projektbudget bzw. Zielbetrag, und Stückelung des Unterstützungsbetrages	Minimum: keine Angabe  Maximum: Nein  Zielbetrag: fix oder flexibel (Betrag kann überschritten werden)  Stückelung: vom Projektinitiator vorgegebene Unterstützungsbeträge	Crowdfunding: Minimum € 100 Maximum: Nein  Crowdinvesting: Minimum € 25.000 Maximum: Nein  Stückelung: vom Projektinitiator vorgegebene Unterstützungsbeträge	Minimum: keine Angabe Maximum: € 100.000  Stückelung: vom Projektinitiator vorgegebene Unterstützungsbeträge
Gegenleistung, Vergütung Wann fällig?	„Perks“: je nach Kampagne und Höhe der Unterstützung (von einem „Danke“ bis zu projektspezifischen Sachgütern)  Meist bekommen UnterstützerInnen ihre „Perks“ einige Wochen oder Monate nach Ende der Kampagne, der Termin wird in der Kampagne angezeigt	Crowdfunding: UnterstützerInnen bekommen ein „Dankeschön“ (projektbezogene oder ideelle Gegenleistungen)  Wann: Je nach Projekt bzw. Kampagne  Crowdinvesting: je nach Investitionsmodell (stille Beteiligung, Erfolgszins etc.)	Crowdfunding: UnterstützerInnen bekommen „Goodies“, d. h. projektbezogene Gegenleistungen.  Crowdinvesting: Investoren bekommen Gewinn- und Substanzbeteiligung (Genussrecht), zusätzlich sind „Goodies“ möglich
<p><b>Anm.:</b> Wenn nicht anders erwähnt, stammen die Angaben von den Websites der Online-Plattformen, den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Nutzungsbedingungen bzw. -hinweisen. Angaben beziehen sich auf österreichische NutzerInnen oder ProjektinitiatorInnen (7.9.2013)</p> <p><sup>a</sup> Ohne erfolglose Kampagnen unter \$ 500; vgl. <a href="https://medium.com/p/2a48bc6ffd57">https://medium.com/p/2a48bc6ffd57</a> (7.9.2013)</p>			

*Indiegogo (www.indiegogo.com)*

Ursprünglich als Projekt zur Finanzierung von „Independent-Filmen“ gegründet, können seit 2009 Kampagnen aus verschiedenen Branchen – von Tierschutzprojekten bis zur Unterstützung von Software-Entwicklungen – eingereicht und unterstützt werden.<sup>98</sup> Neben *Kickstarter* gehört *Indiegogo* zu den weltweit führenden Crowdfunding-Plattformen.<sup>99</sup> Die Website, Menüführung und die meisten Texte sind auf Deutsch verfügbar. Aktuell sind ca. 4.100 Kampagnen online, davon ca. 50 aus Österreich.<sup>100</sup> Ein Benutzerprofil ist für ProjektinitiatorInnen und Unterstützende verpflichtend, die Registrierung und die Kampagnenführung sind kostenlos.

Größere Projekte können auch durch mehrere Kampagnen hintereinander finanziert werden. Jede Projektstufe hat dann ihre eigene Kampagne. Die ProjektinitiatorInnen können Privatpersonen, Interessensgruppen oder Vereine, aber auch Unternehmen sein.

Neben den in Tabelle 4 angeführten Gebühren gibt es noch Sonderregelungen bei gemeinnützigen Kampagnen oder caritativen Projekten. Bei der Einzahlung mittels Kreditkarte werden 3% von *Indiegogo* abgezogen, bei der Auszahlung an ProjektinitiatorInnen außerhalb der USA ist eine Gebühr von US-\$ 25 fällig.

Die Laufzeit von Kampagnen liegt zwischen einem Tag und 60 Tagen. Der vom Initiator oder der Initiatorin angegebene Zielbetrag kann fix oder flexibel sein. Bei letzterem endet das „Funding“ bei Erreichen nicht automatisch, sondern die Kampagne kann weiter unterstützt werden, bis die Laufzeit beendet ist. Bei fixen Beträgen gilt für die ProjektinitiatorInnen das „Alles-oder-nichts“-Prinzip, bei flexiblen Zielbeträgen ist auch „Behalte-alles“ möglich.

Der Mindestbetrag für die Unterstützung einer Kampagne beträgt € 1, die Einzahlung erfolgt entweder über PayPal oder mittels Kreditkarte. Die Auszahlung des erreichten

---

<sup>98</sup> Die Kampagne für die Entwicklung des Smartphone *Ubuntu Edge* lief im Juli und August 2013, verfehlte aber ihr Ziel von \$ 32 Mio.

<sup>99</sup> Auf der größeren Crowdfunding-Plattform *Kickstarter* können nur unter bestimmten Bedingungen österreichische Projekte beworben werden, weswegen in diesem Kapitel auf *Indiegogo* verwiesen wird. Andere Plattformen sind im Anhang gelistet.

<sup>100</sup> Geschätzte Anzahl aktueller Kampagnen am 8.9.2013, gemäß der *Indiegogo*-Suchfunktion (alle Kampagnen).

Betrags erfolgt 5 - 10 Tage nach Ende der Kampagne auf das Bankkonto oder PayPal-Konto des Projektinitiators bzw. der -initiatorin.

Gegenleistungen, sogenannte „Perks“, hängen vom jeweiligen Projekt bzw. der Kampagne und der Höhe der Unterstützung ab. Sie reichen von einem bloßen „Danke“ per E-Mail und einem vielleicht guten Gewissen bis zur Lieferung des über die Kampagne entwickelten Produkts, Gutscheinen, einem Vorkaufsrecht oder dazugehörigen Fan-Artikel.<sup>101</sup> Auf *Indiegogo* dürfen kein Geld, keine Unternehmensanteile, Gewinnanteile u. ä. als Gegenleistung angeboten werden.<sup>102</sup>

Vertrauenssystem: Es gibt zwar keine Überprüfung der Identität der ProjektinitiatorInnen, jedes Projekt und jede Kampagne wird von Indiegogo aber hinsichtlich bestimmter Kriterien kontrolliert. Die Kommentar- und Feedback-Funktion, mit der UnterstützerInnen und ProjekteigentümerInnen öffentlich kommunizieren soll Transparenz schaffen. Der sogenannte „Gogofactor“ spiegelt die Empfehlung der Indiegogo-Redaktion wieder. Je höher dieser Faktor, desto optimaler ist die Kampagne hinsichtlich der Präsentation, der Beschreibung, der Diskussion und des Feedbacks der UnterstützerInnen und ProjektinitiatorInnen. Für manche gemeinnützigen Kampagnen gibt es das Gütesiegel „Geprüfte gemeinnützige Organisation“. *Indiegogo* bietet eine Anlaufstelle bei Verdacht auf unseriöse Kampagnen oder betrügerische Aktivitäten.

Das Mindestalter zur Nutzung des Web-Portals liegt bei 18 Jahren.

Die Richtlinien, Vertragsbedingungen, Hinweise zum Datenschutz etc. sind nur auf Englisch verfügbar.

### Kritikpunkte

Gegenleistung bzw. „Perks“: UnterstützerInnen können sich nicht hundertprozentig sicher sein, dass sie bei erfolgreichen Kampagnen die versprochene Gegenleistung erhalten. Die Option des „flexiblen Zielbetrags“ birgt einerseits die Gefahr, dass die InitiatorInnen trotz der fehlenden Mittel ihr Projekt beginnen und dann kläglich scheitern können, andererseits das Risiko eines Totalverlusts für die Unterstützenden. Außerdem

---

<sup>101</sup> <http://support.indiegogo.com/entries/22572947-Ideen-für-tolle-Perks> (8.9.2013)

<sup>102</sup> <http://support.indiegogo.com/entries/22584868-Was-du-als-Perks-anbieten-kannst-und-was-nicht> (8.9.2013)

können solche Verluste zum Vertrauensverlust führen und schädlich für die gesamte Crowdfunding-Branche sein.<sup>103</sup>

Verdeckte Verkaufsplattform: Die Kampagnen dienen der Finanzierung von Ideen, der Entwicklung von Produkten oder haben das Ziel, die Marktreife herzustellen. Zwar können registrierte NutzerInnen des Web-Portals und potentielle UnterstützerInnen unseriös erscheinende Projekte melden, jedoch erwecken manche Kampagnen den Anschein, als ob damit Produkte nur beworben würden bzw. *Indiegogo* als Verkaufsplattform für bereits entwickelte Produkte dient.<sup>104</sup>

*Startnext* ([www.startnext.de](http://www.startnext.de))

InitiatorInnen, sogenannter „Projektstarter“, mit Wohnsitz in Deutschland oder Österreich können diese Crowdfunding-Plattform nutzen, um Kultur- und Kreativprojekte (aus Musik, Literatur, Design etc.) zu finanzieren. Die Unterstützung kann auch aus anderen Ländern erfolgen. Ausdrücklich sollen keine karitativen Projekte und Ausbildungen finanziert oder in das Wachstum eines bestehenden Unternehmens investiert werden. Aktuell sind 330 Projekte online, davon 17 aus Österreich.<sup>105</sup> Ein Benutzerprofil ist für Projektstarter verpflichtend, die Registrierung auf der Online-Plattform und die Kampagnenführung sind kostenlos. Die Projektstarter können Privatpersonen, Interessensgruppen, Vereine oder Unternehmen sein. UnterstützerInnen benötigen nur ein Gast-Login, können aber auch ein Profil anlegen. Das Web-Portal ist auch über eine App (*iOS*) erreichbar. Das Mindestalter für die Nutzung beträgt 18 Jahre.

Zwei Phasen werden bei der Kampagnenführung unterschieden: In der „Startphase“ wird das Projekt im Web-Portal vorgestellt und öffentlich diskutiert. „Fans“ sollen in dieser Phase gewonnen und deren Feedback für die Kampagne genutzt werden. Die InitiatorInnen können in dieser Phase die Kampagne und deren Präsentation optimieren. Hat das Projekt innerhalb von 30 Tagen eine gewisse Anzahl von Fans<sup>106</sup>, kommt es in

---

<sup>103</sup> <http://timidmonster.com/why-flexible-funding-campaigns-on-indiegogo-are-dangerous> (8.9.2013)

<sup>104</sup> Ein Beispiel dafür ist der „Theradome Laser Helmet“: <http://igg.me/at/theradome> (8.9.2013)

<sup>105</sup> Anzahl aktueller Kampagnen am 8.9.2013, gemäß der *Startnext*-Suchfunktion (Summe der Projekte in der Finanzierungsphase und in der Startphase).

<sup>106</sup> Die Anzahl der benötigten Fans ist je nach Höhe des Zielbetrags gestaffelt: bis € 500 benötigt der Projektstarter zehn Fans, die auf dem Web-Portal registriert sein müssen, bei € 501-2.500 sind es 25 Fans usw. Bei einem Zielbetrag von über € 7.501 sind 100 Fans notwendig, um in die Finanzierungsphase zu kommen. Schafft ein Projekt diese Anzahl nicht, kann es ein weiteres Mal gestartet werden; vgl. <http://faq.startnext.de/Detailseite/id/Wie+viele+Fans+brauche+ich+in+der+Startphase+um+in-135/modul/Projektphasen/aid/117> (5.9.2013)

die „Finanzierungsphase“, in der das eigentliche Crowdfunding erfolgt. Die ProjektinitiatorInnen müssen einen „Kommunikationsplan“ vorlegen, es wird empfohlen, mittels aller möglichen Kanäle (Soziale Medien, Freundeskreis, E-Mail, Pressearbeit etc.) auf das Projekt aufmerksam zu machen, um genügend Fans zu gewinnen. Die Finanzierungsphase darf maximal 90 Tage dauern, empfohlen werden 30 - 60 Tage.

Neben dem kostenlosen Angebot gibt es „Premium Services“, bei denen die Projektstarter hinsichtlich der Projektkonzeption, der Präsentation und der Kommunikationsformen online, telefonisch oder über Skype (aber auch persönlich in Berlin) beraten werden.

Bei *Startnext* können Projekte neben dem Crowdfunding-Prinzip auch durch Crowdfunding finanziert werden. Dabei gibt es zwei Finanzierungsziele bzw. Zielbeträge: der erste Betrag entspricht der „Fundingschwelle“, die für die Umsetzung des geplanten Projekts notwendig ist und der zweite Betrag ist das „Fundingziel“ für die optimale Projektumsetzung. Die Schwelle muss erreicht werden, damit Geld an den Projektstarter ausbezahlt wird.

Der Mindestbetrag für die Unterstützung liegt bei € 1, die Bezahlung erfolgt mittels PayPal oder Bankkonto über das Web-Portal. Für alle Kampagnen gilt das „Alles-oder-nichts“-Prinzip. Die Auszahlung des gesammelten Betrags erfolgt auf das Bankkonto des Projektstarters, und zwar 10-14 Tage nach Ende der Kampagne.

Die Gegenleistung beim Crowdfunding heißt „Dankeschön“ und ist ähnlich wie bei den „Perks“ von *Indiegogo* vielfältig. In der Regel handelt es sich um ideelle oder projektbezogene Gegenleistungen, von der Nennung auf der Projektseite über Vorkaufsrechte bis zur Lieferung des fertiggestellten Produkts. Bei Crowdfunding-Projekten gibt es laut Website folgende Gegenleistungen: Zinsauszahlungen, Genossenschaftsanteile, Gewinnausschüttung oder stille Beteiligungen, wobei die rechtliche Situation für die Investoren und Projektstarter zu berücksichtigen ist.<sup>107</sup>

---

<sup>107</sup> Auf der Website geht nicht hervor, ob diese Modelle auch für österreichische Investoren oder Projektinitiatoren möglich sind; vgl. <http://faq.startnext.de/Crowdfunding/id/Welche+Crowdfunding-Modelle+werden+angeboten-788/modul/Crowdfunding/aid/630> (8.9.2013)

Gemeinnützige Vereine und Organisationen können unter bestimmten Umständen auf dem Web-Portal die „Spenden-Funktion“ aktivieren lassen. Unterstützer erhalten dann eine Spendenbestätigung.

Vertrauenssystem: Die Identität der ProjektinitiatorInnen wird mittels Ausweiskopie überprüft und mit den Daten des Bankkontos abgeglichen. Die Erstbewertung durch „Fans“ in der Startphase stellt eine gewisse Überprüfung durch die „Peers“ bzw. Mitglieder der Crowdfunding-Gemeinschaft dar. *Startnext* gibt auch Empfehlungen für Kampagnen ab.

Rückzahlung bei gescheiterten Projekten: Scheitert ein Projekt, dann wird der Betrag den UnterstützerInnen sofort zurückgezahlt. Dies gilt allerdings nur für deutsche Unterstützer und jene, die innerhalb der letzten 60 Tage mittels PayPal bezahlt haben. Alle anderen bekommen für den Betrag einen Gutschein. Diesen kann man für andere Projekte verwenden oder sich wieder auf sein Bankkonto auszahlen lassen.<sup>108</sup>

*1000x1000* (<https://1000x1000.at>)

Auf dieser österreichischen Plattform für Crowdfunding und -investing gibt es keine Angaben zu speziellen Branchen. Die Registrierung und das Benutzerprofil sind kostenlos, Transaktions- und Bearbeitungsgebühren bei der Auszahlung des Zielbetrags sind jedoch möglich.

Der Mindestbetrag für die Unterstützung oder Investition beträgt € 250, der maximale Betrag € 5.000. Die unterstützenden Personen und die ProjektinitiatorInnen benötigen nur ein Bankkonto.

Projektauswahl und Vertrauenssystem: Bei *1000x1000* erfolgt die Auswahl der investitionsfähigen Projekte in einem länger andauernden Prozess, als das bei den anderen beiden Beispielen der Fall ist. Die Projektidee muss zuerst auf der Schwesterseite [www.neurovation.net](http://www.neurovation.net) eingereicht, entwickelt und anschließend bei einem eigenen Ideenwettbewerb angemeldet werden. Ist die Idee schon ausgereift, kann die Einreichung beim Wettbewerb sofort erfolgen. Anschließend wird die Idee einer

---

<sup>108</sup> <http://faq.startnext.de/Detailseite/id/Das+Projekt+das+ich+unterstuetzt+habe+ist+geschei-218/modul/Rueckbuchung/aid/612> (8.9.2013)

„Community-Bewertung“ unterzogen, aus dem ein Ranking – eine Reihung – verschiedener Projekte hervorgeht. Aufgrund dieser Reihung wählt eine Expertenjury die investitionswürdigen Projekte aus.<sup>109</sup>

Investieren und unterstützen: Projektideen können sowohl mittels Crowdfunding, also auch mit Crowdfunding finanziert werden. Im ersten Fall entspricht die Gegenleistung einem Genussrecht bzw. einer zukünftigen Beteiligung am Unternehmenserfolg. Im zweiten Fall lassen die ProjektinitiatorInnen den UnterstützerInnen sogenannte „Goodies“ zukommen, ähnlich den „Perks“ oder dem „Dankeschön“ der beiden anderen Plattformen. InitiatorInnen können für die „Investoren“ auch beides anbieten.

Die Projekte und Vorhaben kommen aus verschiedenen Bereichen. Beispielsweise soll mittels (Equity-based) Crowdfunding „Das Buch-Café“ in Wiener Neustadt mit mindestens € 50.000 finanziert werden, wobei die Kampagne 6 ½ Monate dauert. Ein anderes Beispiel ist ein Oberösterreichisches (Reward-based) Crowdfunding-Projekt namens „Gehörgang“, mit dem die Entwicklung einer Smartphone-App unterstützt werden soll. Das Ziel der Kampagne liegt bei € 8.000, die Unterstützung dauert 4 Monate.<sup>110</sup>

Das Scheitern einer Kampagne: Wird der Schwellenwert einer Finanzierung, der sogenannte „Finanzierungsstart“ nicht erreicht, bekommen die „Investoren“ ihr Geld ohne Abzüge zurück. Egal, ob es sich um eine Investition (Crowdfunding) oder um eine Unterstützung (Crowdfunding) handelt.

Crowdfunding – Genussscheine als Gegenleistung: Ganz allgemein gesprochen ist ein Genussschein „die verbrieft Form eines Genussrechts“<sup>111</sup>, beispielsweise das Genussrecht am Erfolg oder Gewinn eines Unternehmens. Falls sich ein Projekt bzw. eine Geschäftsidee positiv entwickelt, verdienen die InvestorInnen mit einem prozentuellen Anteil am Unternehmensgewinn. Nach 3 bis 7 Jahren können sie die Genussscheine an das Unternehmen verkaufen. Wechselt das ganze Unternehmen seinen Eigentümer, erhält ein Investor seinen (Genussscheinen entsprechenden) Anteil am Verkaufspreis zurück.

---

<sup>109</sup> <https://1000x1000.at/faq-page#n21> (8.9.2013)

<sup>110</sup> Vgl. <https://1000x1000.at/das-buchcafe> und <https://1000x1000.at/gehoergang> (10.10.2013)

<sup>111</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Genussschein> (8.10.2013)

## Probleme beim Crowdfunding und Crowdinvesting

Die unterstützenden Personen tragen bei jeder Unterstützung oder Investition das Risiko, keine Gegenleistung zu bekommen. Sie haften mit ihrem Unterstützungsbetrag oder mit ihrer Einlage.

Finanzierungsmodelle sind in Österreich strikt geregelt und unterliegen verschiedenen Gesetzen wie dem Kapitalmarktgesetz oder dem Bankwesengesetz.<sup>112</sup> Unternehmen sehen darin eine Einschränkung der unternehmerischen Freiheit und wünschen sich auch hinsichtlich der Schwarmfinanzierung gesetzliche Änderungen, während der Arbeiterkammer eine weitere Aufweichung der Prospektpflicht laut KMG aus Anlegerschutz Gesichtspunkten zu weit geht.<sup>113</sup>

## **2.5 Verschiedenes: Sachgüter und Dienstleistungen**

In diesem Kapitel werden Beispiele der Sharing Economy aufgezeigt, bei denen verschiedene Sachgüter, Fertigkeiten und persönliche Dienstleistungen nach dem P2P-Prinzip geteilt werden. Über *usetwice* können Privatpersonen einander unterschiedliche Gegenstände profitorientiert vermieten. *Share & Care* ist die Bezeichnung einer Community, deren Mitglieder Sachgüter und Dienstleistungen ohne Gegenleistung teilen oder verschenken. Organisiert ist diese Gemeinschaft in mehreren Regionalgruppen über *Facebook*. *WIR GEMEINSAM Nachbarschaftshilfe* ist eine Plattform für „Social Barter“, also „soziales Tauschen“ von Dienstleistungen oder Sachgütern. Dabei wird nicht mit Geld, sondern über ein Zeitkonto bezahlt.

Die Nutzung der Angebote setzt eine Registrierung auf der jeweiligen Online-Plattform voraus.<sup>114</sup> Im Falle von *Share & Care* muss man erstens *Facebook*-Mitglied sein und zweitens der gewünschten „*Share & Care Facebook*-Gruppe“ meistens noch zusätzlich beitreten.

---

<sup>112</sup> Zur Diskussion solcher gesetzlichen Regelungen z. B. als Einschränkung von BürgerInnenbeteiligungsmodellen, siehe Kaufmann 2013a.

<sup>113</sup> <http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/1344418/Politik-ringt-um-Regelungen-fuer-Crowdfunding> (15.8.2013)

<sup>114</sup> Bei *WIR GEMEINSAM* können in besonderen Fällen auch Nichtmitglieder Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Siehe weiter unten.



**Tabelle 5:** Sharing von verschiedenen Sachgütern und Dienstleistungen

	<i>usetwice</i>	<i>Share &amp; Care</i>	<i>WIR GEMEINSAM</i> <i>Nachbarschaftshilfe</i>
Sharing-Modell	P2P	P2P	P2P
Zahlen und Fakten	Österreichweit ca. 400 Gegenstände in 6 Kategorien (Heimwerken, Sport u. Freizeit, Mode etc.)	Ca. 43.000 Mitglieder in mehr als 25 österreichischen „ <i>Share &amp; Care</i> “ <i>Facebook</i> -Gruppen <sup>b</sup>	1.700 Mitglieder in 23 Regionalgruppen in Ober-, Nieder-österreich, Salzburg und Bayern
Mitgliedsbeitrag (Fixkosten)	Kein Mitgliedsbeitrag Spende möglich (Bankkonto)	Kein Mitgliedsbeitrag	Mitgliedsbeitrag: € 50 / Jahr oder € 25 plus 3 Stunden Leistungen / Jahr; für längere Mitglieder: 6 Stunden Leistung/ Jahr
Nutzungsgebühr (Variable Kosten)	Keine Vermittlungsgebühr <sup>a</sup> Miete und Kautions: abhängig vom Vermieter/ von der Vermieterin	Keine Nutzungs- oder Vermittlungsgebühren, keine Mietbeiträge	Keine Vermittlungsgebühr Abhängig von beanspruchter Dienstleistung
Nutzungsdauer (Mindestens/Maximum)	Mietdauer: VHS bzw. über Kalenderfunktion des Web-Portals	Bei Verleih oder Dienstleistung: VHS	Dienstleistung: VHS
Reservierung und Kontaktaufnahme	Inserate im Web-Portal Buchung/ Kontaktaufnahme über Web-Portal	Angebote und Gesuche mittels <i>Facebook</i> -Beitrag Kontaktaufnahme über <i>Facebook</i>	Angebote und Gesuche über Website: Marktplatz und Bazar, Sammelmails  Kontaktaufnahme: Telefon, E-Mail, persönlich
Vertrauenssystem (Referenzen und Bewertungen der „Peers“)	Referenzen: Bewertung von MieterIn/ VermieterIn im jeweiligen Benutzerprofil (Text und Sterne); einsehbar für angemeldete BenutzerInnen	Referenzen: Beitrags- und Kommentarfunktion auf <i>Facebook</i> ; bei geschlossenen Gruppen nur für Mitglieder einsehbar	Referenzen: Keine Angaben Mitgliederbereich der Website: Einsicht auf Kontostände aller Mitglieder
<p><u>Anm.:</u> Wenn nicht anders erwähnt, stammen die Angaben von den Websites der Online-Plattformen, den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Nutzungsbedingungen bzw. -hinweisen, Geschäftsordnung oder im Fall von <i>Share &amp; Care</i> aus den entsprechenden <i>Facebook</i>-Gruppen. Preise, Tarife, Gebühren für Privatkunden. (Stand: 5.9.2013)  VHS: Verhandlungssache  <sup>a</sup> <i>usetwice.at</i> läuft im Testbetrieb, Vermittlungsgebühren sind aber geplant. (Stand: 15.9.2013),  <sup>b</sup> Geschätzte Anzahl gemäß der Suchfunktion auf <i>Facebook</i> (Stand: 5.9.2013)</p>			

*usetwice.at* ([www.usetwice.at](http://www.usetwice.at))

„(Ver)miete alles online!“ ist das Motto der im Dezember 2012 gestarteten österreichischen Plattform. Sie sieht sich als Online-Marktplatz, auf dem „Gegenstände aller Art und Räume“<sup>115</sup> angeboten und angemietet werden können. Jeder Anbieter und jede Anbieterin kann nach eigenem Ermessen den Mietpreis und die Kautions festsetzen. Eine Schlagbohrmaschine bekommt man beispielsweise für eine Tagesmiete von € 1 (Kautions: € 10), vier Klappsessel um € 5 pro Tag (Kautions: € 15) ein privates Reiseflugzeug mit Pilot um € 650 für einen Tag. Die Inserate haben keine Laufzeitbeschränkung.

Die Verfügbarkeit der Gegenstände ist im Kalender des Web-Portals zu sehen. Nach der online getätigten Buchungsanfrage muss der oder die VermieterIn innerhalb von 12 Stunden ein SMS oder ein E-Mail als Buchungsbestätigung schicken, ansonsten verfällt die Anfrage.

*usetwice* befindet sich noch im Testbetrieb<sup>116</sup>, Vermittlungsgebühren (für den Vermieter z. B. 15% vom Mietwert und mindestens € 3), das Einheben von Stornogebühren (für MieterIn/VermieterIn) und online Zahlungsmöglichkeiten (*PayPal*) sind aber geplant. Spätestens dann wird auch ein *PayPal*-Konto für MieterIn/ VermieterIn notwendig. Einstweilen erfolgt die Bezahlung des Mietpreises und der Kautions noch direkt zwischen MieterIn und VermieterIn. Manche VermieterInnen können bei der Übergabe des Gegenstands auch einen Ausweis verlangen.

Das Mindestalter für die Vermietung liegt bei 18 Jahren, ein Mindestalter für MieterInnen ist nicht angegeben. Eine Registrierung ist mittels Angabe der E-Mail Adresse auch über die Anmeldedaten von *Facebook*, *Google*, *LinkedIn* und *PayPal* möglich. NutzerInnen können ihre Mitgliedschaft auf der Plattform jederzeit ohne Kündigungsfrist auflösen.

Das Vermieten von Gegenständen und Räumen, wie es in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) angeführt wird, entspricht einem profitorientiertes P2P-Modell der Sharing Economy. Ein Hinweis auf mögliche Gewerbsmäßigkeit durch die Vermietung ist weder auf der Website noch in den AGB zur Nutzung der Online-Plattform vorhanden.

---

<sup>115</sup> Aus den AGB von *Usetwice*: [https://www.usetwice.at/about-us/1#about\\_usetwice\\_terms](https://www.usetwice.at/about-us/1#about_usetwice_terms) (8.8.2013)

<sup>116</sup> Stand: 5.9.2013

*Share & Care (www.shareandcare.at bzw. „Share & Care Facebook-Gruppen“)*

Im Gegensatz zu den bisherigen Beispielen, ist *Share & Care* keine einheitliche Online-Plattform oder ein Web-Portal, sondern eine 2011 von Wien aus gehende Initiative, die mittlerweile in mehr als 25 regionalen und thematischen *Facebook*-Gruppen (z. B. „share & care – drive (graz & steiermark)“<sup>117</sup>) organisiert ist. Bei den zum Großteil geschlossenen Gruppen können nur Mitglieder die Gesuche, Angebote und Kommentare einsehen. Die „Peers“ nehmen über Beitragskommentare oder persönliche Nachrichten Kontakt auf.

*Share & Care* spricht sich gegen das Tauschen und gegen das Verkaufen aus. Obwohl es keine einheitlichen Regeln für alle Gruppen gibt, steht das Verschenken, das als unentgeltliches Teilen bezeichnet wird, im Vordergrund. Angeboten oder nachgefragt sind verschiedene Gegenstände (Haushaltsgegenstände, Kleidung etc.) und Dienstleistungen oder Gefälligkeiten aller Art, z. B. Übersetzen, Hilfe fürs Siedeln, Handwerksarbeiten. Geschenkbazare und andere Veranstaltungen ohne profitorientierten Hintergrund werden von den Mitgliedern organisiert und innerhalb der *Facebook*-Gruppen kommuniziert. Nicht nur die virtuelle Vernetzung der Mitglieder, auch die Begegnung in der realen Welt soll gefördert werden.

Ein Mindestalter für den Beitritt zu einer Gruppe ist nicht angegeben. Der Austritt aus einer Gruppe ist im eigenen *Facebook*-Konto jederzeit möglich.

*WIR GEMEINSAM Nachbarschaftshilfe (www.wirgemeinsam.at)*

Das als Verein organisierte Tauschring (ehemals *ZEITSOZIAL*) bietet in seinen Regionalgruppen Nachbarschaftshilfe an. Die Mitglieder sind Hilfesuchende und AnbieterInnen von Dienstleistungen und teilen miteinander ihre Fertigkeiten und Kenntnisse. Vergütet wird nicht mit Geld, sondern mit Zeit.

Jedes Mitglied einer Regionalgruppe verfügt über ein Zeitkonto, das im Normalfall um 10 Stunden überzogen werden kann. Ein oberes Limit von üblicherweise 50 Stunden soll ein Horten von Zeit vermeiden. Fallen bei einem Mitglied mehr Stunden an, kommen diese auf das Gemeinschaftskonto der jeweiligen Regionalgruppe.

---

<sup>117</sup> „Share & Care Wien“ ist mit 21.600 angemeldeten Mitgliedern die größte Gruppe, gefolgt von „Share & Care Graz“ mit 8.500 und „Share & Care Vorarlberg“ mit rund 2.000 *Facebook*-NutzerInnen. (Stand: 5.9.2013)

Verrechnet wird der Austausch von Dienst- oder Hilfsleistungen zwischen Mitgliedern über sogenannte „Zeitscheine“ von je 30 oder 60 Minuten, deren Gültigkeit nach 3 ½ Jahren abläuft. An Mitglieder, aber auch Nichtmitglieder, mit besonderen Hilfsbedürfnissen, wie z. B. Alleinerziehende, PensionistInnen mit geringer Pension, kann vom Gemeinschaftskonto der Regionalgruppe Zeit bzw. können Zeitscheine verschenkt werden. In den monatlich stattfindenden Regionaltreffen können Mitglieder für sich oder andere Zeitscheine vom Gemeinschaftskonto beantragen.

Das Gemeinschaftskonto ist ein zentraler Bestandteil der Regionalgruppen, dient einem gewissen Ausgleich von Zeitressourcen und wird folgendermaßen gefüllt: erstens bei Überschreitung des oberen Limits auf dem Zeitkonto, zweitens kann ein Teil des Mitgliedsbeitrags in Zeit verbucht werden – je nach Länge der Mitgliedschaft jährlich drei oder sechs Stunden pro Mitglied – und drittens durch Zeitspenden der Mitglieder.

Jede Stunde an Hilfe- oder Dienstleistung ist gleich viel wert, z. B. zwei Stunden Gartenarbeit gegen zwei Stunden Kinderbetreuung. Das Zeittauschverhältnis für Maschineneinsatz oder Fahrtkosten ist Verhandlungssache, z. B. 50 km für 1 Stunde. Als Umrechnungsfaktor für Güter oder Produkte sieht die Geschäftsordnung € 10 für eine Stunde vor.<sup>118</sup>

Neben den in Tabelle 5 angeführten Mitgliedsbeiträgen gibt es auch eine Fördermitgliedschaft um € 100 pro Jahr. Das Mindestalter für den Beitritt zu einer Regionalgruppe liegt bei 12 Jahren, bis zum Alter von 20 Jahren muss kein Grundbeitrag gezahlt bzw. geleistet werden.

Der Ausstieg aus *WIR GEMEINSAM* ist jederzeit möglich, Minusstunden auf dem Zeitkonto sollten allerdings mit Leistung oder mit Geld (1 Stunde entspricht € 10) ausgeglichen werden. Eine ruhende Mitgliedschaft ohne Mitgliedsbeitrag ist ebenso möglich.

Die Kontaktaufnahme zwischen Anbietenden und Suchenden erfolgt direkt über die Kontaktdaten oder persönlich auf den regelmäßigen Regionaltreffen.

---

<sup>118</sup> <http://wirgemeinsam.net/fileadmin/Regionen/WIR - Geschaeftsordnung.pdf> (5.9.2013)

### 3 Vor- und Nachteile für Ko-KonsumentInnen

In einer Studie der *Leuphana Universität Lüneburg* gaben 55% der Befragten an, schon einmal „Erfahrungen mit alternativen Besitz- und Konsumformen“<sup>119</sup> gemacht zu haben. Die Alternative heißt gemeinschaftlicher Konsum oder Ko-Konsum. Welche Vorteile und welche Nachteile ergeben sich für die Beteiligten des Ko-Konsums, also für die Ko-KonsumentInnen? Antworten auf diese Frage sollen in diesem Kapitel gegeben werden.

#### 3.1 Vorteile

Die Vorzüge aus der Sicht von Ko-KonsumentInnen sind der Literatur nach vielfältig.<sup>120</sup> Sie reichen von der Befriedigung rationaler Bedürfnisse, bis zur Möglichkeit, Werthaltungen ausleben und sozialen Motiven nachgehen zu können.<sup>121</sup>

- **Kostenersparnis:** Als rationales Argument wird die Kostenersparnis beim Ausleihen oder Mieten als ein großer Vorteil gegenüber dem Eigentum gesehen. Dies trifft insbesondere bei geringer Nutzungshäufigkeit und hohen Anschaffungskosten zu. Ko-KonsumentInnen möchten für die Nutzung eines Autos bezahlen, nicht für dessen Stehzeit.
- **Ausweitung der Konsummöglichkeiten:** im erweiterten Konsum wird der nächste Vorteil für die AkteurInnen der Ökonomie des Teilens gesehen. Ein Wochenendurlaub samt Gratisübernachtung über *Couchsurfing* und An- und Abreise mittels *mitfahrgelegenheit.at* ist günstiger als ein Kurzurlaub mit der Eigentums-Ökonomie.
- **Weniger Sorgen:** Ein „Asset-light Lifestyle“ – ein Lebensstil mit selbst gewählter Eigentumsbeschränkung – bedeutet, dass man sich um weniger Hab und Gut kümmern muss.
- **Ein gutes Gewissen:** Sharing Economy wird oft im Umfeld der Diskussion um nachhaltige Entwicklung genannt.<sup>122</sup> Längere Produktlebenszyklen<sup>123</sup>, Ressourcenschonung und mehr Effizienz durch bessere Auslastung und

---

<sup>119</sup> <http://www.leuphana.de/aktuell/publikationen/leuphana-magazin/titelstories/2013/sharing-economy.html> (15.9.2013)

<sup>120</sup> Siehe z. B. Rifkin 2000, Gansky 2010, Botsman/ Rogers 2011, f/21 - Büro für Zukunftsfragen 2011 oder ORF 2013.

<sup>121</sup> Siehe Kapitel 1.2.

<sup>122</sup> Als Paradebeispiel fungiert Car-Sharing, dessen positive ökologische Effekte ebenso betont werden, wie dessen Vermögen, städtischen Verkehr reduzieren zu können. Vgl. Kapeller et al. 2013: 217 und Grunwald/ Kopfmüller 2012:121.

<sup>123</sup> f/21 - Büro für Zukunftsfragen 2011.

intensivere Nutzung von Gütern<sup>124</sup> sind nur einige Merkmale, die dazu führen, dass Ko-Konsum ökologisch unbedenklicher wirkt. Für VerbraucherInnen, die auf Ressourcenschonung und ökologisch nachhaltiges Handeln Wert legen, kommen gemeinschaftliche Konsummöglichkeiten gerade Recht.

- Gemeinschaft: Sharing Economy ist gemeinschaftlich organisiert. Als Ko-KonsumentIn ist man Teil einer „Community“. Ein verstärkter Austausch unter Mitgliedern dieser Gemeinschaft befriedigt auch ein soziales Bedürfnis.

### 3.2 Nachteile

„Zugriff statt Eigentum“<sup>125</sup>, wie die Devise beim US-amerikanischen Ökonomen *Jeremy Rifkin* heißt, bedeutet für die Ko-KonsumentInnen, auch Nachteile in Kauf zu nehmen.

- Mehr Planungs- und Organisationsaufwand: Das eigene Auto steht i. d. R. immer zur Verfügung – schließlich ist es nicht nur Fahrzeug, sondern auch ein „Stehzeug“ und ist die meiste Zeit ungenutzt. Das Car-Sharing-Auto einer Ko-Konsumentin muss erst reserviert werden.<sup>126</sup> Benötigt man im Haushalt eine Bohrmaschine und ist im Eigentum dieses Werkzeugs, dann steht es sofort zur Verfügung. Benötige ich als Ko-Konsument eine Bohrmaschine, muss ich voraus planen und sie zuerst mieten. Trotz der relativ schnellen Organisation über das Internet und über Web-Portale, will Ko-Konsum in erster Linie geplant und organisiert sein. Außerdem muss man zuvor einem Netzwerk oder einer Nutzungsgemeinschaft beitreten.
- Beschränkte Verfügbarkeit der Güter: Mehrere Ko-KonsumentInnen möchten auf ein Gut zugreifen, weswegen es nicht immer verfügbar ist.
- Vertrauensaufbau bei Neueinsteigern: Dass Mitglieder einer Nutzungsgemeinschaft ihr Ansehen und somit Vertrauen aufbauen können, ist zwar als positiv zu erachten. Schwierig kann es jedoch für Neueinsteiger werden, denn sie verfügen noch über kein Renommee und sind vom Vertrauensvorschuss anderer abhängig. Das heißt, neue Mitglieder benötigen erst einmal eine Anlaufzeit in einem Vertrauenssystem.<sup>127</sup>

---

<sup>124</sup> Mehr Effizienz kann auch als rationales Argument herangezogen werden.

<sup>125</sup> Rifkin 2000.

<sup>126</sup> Oder bei flexiblen Standplätzen erst gesucht werden.

<sup>127</sup> Ein plattformunabhängiges Vertrauens- und Bewertungssystem würde dieses Problem abschwächen (siehe Fußnote 16) Allerdings ergeben sich daraus viele datenschutzrelevante Fragen.

- „Regulatory Uncertainty“<sup>128</sup> – rechtliche Unsicherheiten und Risiken:<sup>129</sup> Was tun, wenn man seine Wohnung über *Airbnb* vermietet? Wer haftet für wen und welche Art von Einkommen hat dann ein vermietender Ko-Konsument? Sind die Stornorichtlinien auf Web-Portalen für Kurzzeitvermietungen auch in Österreich gültig? Von Web-Portalen, deren Allgemeine Geschäftsbedingungen vielleicht nur in einer Fremdsprache verfasst sind, gibt es darüber kaum Informationen. Diese müssen die AkteurInnen selbst einholen. Der Ko-Konsum ist deshalb mit einem erheblichen Informationsaufwand verbunden.
- Vermischte Rollen: Ko-KonsumentInnen sind nicht nur Nachfragende, sondern auch Anbietende. Weiß man nicht, wie man sich in seiner Rolle verhalten soll – und das geschieht beispielsweise bei rechtlicher Unsicherheit – führt das zu einer Rollenbelastung, das heißt, man fühlt sich in seiner Rolle nicht wohl.<sup>130</sup> Wissen die „Peers“ oder AkteurInnen über ihre Rolle und ihre Situation, z. B. hinsichtlich der Rechtsdurchsetzung, überhaupt Bescheid?
- Schwacher Datenschutz bei der Nutzung von Online-Plattformen:<sup>131</sup> Manche Web-Portale oder Netzwerke gehen mit den Daten der NutzerInnen sehr freizügig um. Außerdem wissen viele Ko-KonsumentInnen nicht, ob die Datenschutzregeln des verwendeten Web-Portals in ihrem Land rechtens sind. Müssen Angaben zu verwendeten „Tracking Tools“ oder Informationen über die Verwendung von „Plug-Ins“ für soziale Netzwerke von den Betreibern von Online-Plattformen verpflichtend angegeben werden?

---

<sup>128</sup> <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy> (17.9.2013)

<sup>129</sup> Siehe auch Kapitel 2.

<sup>130</sup> Es können sogar „Rollenkonflikte“ auftreten, siehe dazu beispielsweise Wiswede 1985: 153ff.

<sup>131</sup> Siehe auch Kapitel 2.

## 4 Sharing Economy: Auswirkungen und Aussichten

Die hohe Anzahl der Online-Plattformen und Web-Portale in unterschiedlichsten Branchen deutet darauf hin, dass in den Geschäftsmodellen der Sharing Economy großes Potential gesehen wird.<sup>132</sup> Die Ökonomie des Teilens hat sehr schnell Verbreitung gefunden, die meisten der Portale sind keine fünf Jahre alt.

Die bereits genannte Studie zur Sharing Economy der *Leuphana Universität* in Lüneburg kommt zum Schluss, „[...] dass sich die Ökonomie des Teilens weiterentwickeln wird.“<sup>133</sup>

Ein Indiz dafür sei der hohe Anteil von jungen Menschen an den Ko-KonsumentInnen – in der Befragung waren die 14- bis 39-Jährigen besonders im Ko-Konsum engagiert. Alternative Konsumformen seien deshalb mehr „als ein Nischen- oder Oberflächenphänomen.“<sup>134</sup> Großen Antrieb gäbe es durch die Entwicklung sozialer Netzwerke und sozialer Medien, und hier sind junge Menschen, die Generation Internet, eben überrepräsentiert. „Die jüngere Generation hat die Vorteile einer Ökonomie des Teilens weiterentdeckt und belebt sie dank Internettechnologie neu“<sup>135</sup>, meint der Studienautor *Harald Heinrichs*. Es stellt sich aber die Frage, ob die Jungen auch noch Ko-konsumieren, wenn sie älter geworden sind und inwiefern Nachkommende so konsumieren, wie es ihre Eltern (zumindest zum Teil) einmal getan haben.

Ein aufkommendes Wir-Gefühl wird der Generation Internet ebenso attestiert: „Der Individualisierung der Lebensstile, erhöhten Mobilitäts- und Flexibilitätsanforderungen wird mit verstärkter Vernetzung begegnet.“<sup>136</sup> So kann der Individualismus und der Kollektivismus – im Grunde genommen ein Widerspruch – Hand in Hand gehen. „Es ist eine kalkulierte Suche nach Gemeinschaft, das ‚Ich‘ bleibt im ‚Wir‘ bestehen. Die Sharing-Economy folgt der Einsicht, dass es für den Einzelnen oft am nützlichsten ist, Dinge zu tun, die auch anderen zugutekommen.“<sup>137</sup>

---

<sup>132</sup> Siehe die Beispiele im Anhang.

<sup>133</sup> <http://www.leuphana.de/aktuell/publikationen/leuphana-magazin/titelstories/2013/sharing-economy.html> (15.9.2013)

<sup>134</sup> Ebd. (15.9.2013)

<sup>135</sup> Ebd. (15.9.2013)

<sup>136</sup> f/21 - Büro für Zukunftsfragen 2011: 19.

<sup>137</sup> Ebd.



Ko-Konsum wird gerne mit Nachhaltigkeitskonsum in Verbindung gebracht. Dieser positive Aspekt „neuer Nutzungspraktiken“<sup>138</sup> ist eines der stärksten Argumente, die ins Feld geführt werden, wenn es um Lösungsansätze aktueller Probleme geht, wenn z. B. Car-Sharing und verwandte Mobilitätsformen der „Smart Mobility“ in Visionen von „Smart Cities“ auftauchen.<sup>139</sup>

Das Argument der nachhaltigen Entwicklung wird aufgeweicht, wenn man einige entgegenlaufende Folgen mitdenkt – wie dies *Armin Grunwald*, Spezialist für Technikfolgenabschätzung am *Karlsruher Institut für Technologie*, macht:<sup>140</sup>

- Rebound Effekt oder Bumerang Effekt: Mehr gemeinschaftlicher Konsum bedeutet zwar weniger Eigentum, kann insgesamt aber zu mehr Konsum führen. Mehr Konsum bedeutet wiederum nicht gerade Ressourcenschonung. Haben Personen, die kein Auto besitzen, sonst nur gelegentlich ein Fahrzeug benutzt, werden sie es nun, wenn Car-Sharing billiger und leicht zur Verfügung steht, öfters tun. Die Folge ist, dass gerade der Ko-Konsum dazu führt, dass Individuen häufiger mit dem Pkw unterwegs sind und mehr Treibstoff verbrauchen, als sonst.
- Unklare Systemeffekte: Wenn mehr Menschen Car-Sharing nutzen, werden vermutlich weniger Autos verkauft und weniger produziert.<sup>141</sup> Was sind die Folgen? Werden dann nicht auch weniger Arbeitskräfte in der Autoindustrie benötigt? Die Auswirkungen auf die Beschäftigung werden in der Fachliteratur eher negativ bewertet.<sup>142</sup>
- Modewellen und Schwankungen: Nachhaltigkeit kann auch ein Marketingthema oder eine Mode sein, die gewissen Zyklen folgt, aber kaum eine stabile Entwicklung aufweist.
- Trittbrettfahrer und Profiteure: Ein aus der Ökonomie bekanntes Phänomen kann natürlich auch hier auftreten. Man stelle sich vor, in den Städten würden mehr und mehr Car-Sharing-Autos herumfahren und weniger herkömmliche Autos im Sinne einer Eigentums-Ökonomie. Die Folge ist, dass mehr Platz für jene bleibt, die nichts mit Car-Sharing zu tun haben wollen. „Wenn sich beispielsweise viele

---

<sup>138</sup> Kapeller et al. 2013.

<sup>139</sup> Kaufmann 2013b.

<sup>140</sup> Die folgenden Punkte entsprechen Grunwalds Kritik an manchen nachhaltigen Entwicklungen. Vgl. Grunwald 2012: 70-80.

<sup>141</sup> Dies gilt zumindest für die Märkte, in denen Car-Sharing greift.

<sup>142</sup> Beispielsweise in Kapeller et al. 2013: 218.

Menschen einer nachhaltigen Mobilität verschreiben, ihre Autos entsprechend nutzen, Verkehr vermeiden oder auf nachhaltigere Verkehrsmittel umsteigen – dann wird die Bahn frei für Konsumenten, die sich nicht um Nachhaltigkeit scheren. Ihnen können herablassende oder anklagende Blicke nichts anhaben, wenn sie stolz ihre PS-Protze fahren.“<sup>143</sup>

- Ökologischer Konsum als bloßes Schmiermittel fürs Gewissen: Wir ändern zwar unsere Einstellung und werden sensibel, was Umweltproblematiken, Ressourcenschonung oder was „vorsichtigen“ Konsum angeht. Allerdings gibt es oft eine große Kluft zwischen der Meinung, und dem, was Menschen tatsächlich tun. Das schlechte Gewissen bleibt, ab und zu beruhigen wir es, wenn wir *Couchsurfing* nutzen. Das kommt auch billiger. *Grunwald* befürchtet: „Es kommt nicht wirklich auf den realen Umwelteffekt des Konsums an, sondern auf den Wohlfühleffekt.“<sup>144</sup> Schließlich hat ökologisch wertvoller Konsum auch eine soziale Funktion: sich nämlich von anderen abzugrenzen und sich besser oder überlegen zu fühlen. Eine Deutsche Studie von *Michael Bilharz* lässt sogenannte LOHAS („Lifestyle of Health and Sustainability“) nicht besonders gut dastehen.<sup>145</sup> Der Befund lautet: LOHAS sind in ihrem Konsum nicht nachhaltiger als andere KonsumentInnen. Vielmehr glaubten LOHAS nur stärker daran, dass ihr Lebensstil nachhaltiger sei. Die Nachhaltigkeit gehört zum Selbstbild, offenbart sich dann aber nicht im tatsächlichen Konsum.

Was aber bringt die Zukunft für Produzenten? Sie könnten sich verstärkt zu Dienstleistungsanbietern entwickeln. Mögliche Beispiele dafür, dass Automobilhersteller Mobilitätskonzerne werden, findet man bei den Car-Sharing-Angeboten von *Car2Go* und *DriveNow*. Das erste Angebot ist ein Car-Sharing des Automobilherstellers *Daimler* (*Mercedes*) und der Autovermietung *Europcar*, das zweite eines von *BMW/Mini*. Die Konkurrenten sind hier private Sharing-Initiativen, die nicht markengebunden sind. Entweder diese gehen Kooperationen ein – wie *carpooling.org*, das seit 2012 mit *Daimler* kooperiert – oder sie werden verdrängt, oder sie müssen sich an jene Orte zurück ziehen, an denen es sich für „die Großen“ nicht mehr auszahlt.

---

<sup>143</sup> Grunwald 2012: 76f.

<sup>144</sup> Ebd.: 79.

<sup>145</sup> LOHAS legen bei ihrem Konsum sehr viel Wert auf Gesundheit („Health“) und nachhaltiges Handeln („Sustainability“). Zu Bilharz' Studie, siehe Grunwald 2012: 79f.

## 5 Zusammenfassung und Schluss

Das Grundprinzip des gemeinsamen Nutzens ist nicht neu und lautet: Jemand überlässt sein Eigentum oder seinen Besitz vorübergehend jemand anderem zur Nutzung oder teilt mit jemand anderem Ressourcen. Die klassischen Beispiele reichen von der Nachbarschaftshilfe über Fahrgemeinschaften mit ArbeitskollegInnen bis zur Nutzung einer Ferienwohnung von Freunden. Neu an der Sharing Economy bzw. einer Ökonomie des Teilens ist jedoch:

1. die Art der Vermittlung und Kontaktherstellung über das Internet. Über Online-Plattformen, Web-Portale am Computer oder über Apps auf mobilen Endgeräten können die Mitglieder, die „Peers“, von Nutzungsgemeinschaften schnell und überall miteinander in Kontakt treten bzw. können Angebot und Nachfrage schnell aufeinander treffen.
2. die Art der Nutzungsgemeinschaft: Im Vergleich zur Nachbarschaft, dem Verwandten- und dem Freundeskreis unterscheiden sich die „Communities“ der Sharing Economy in der Größe und in der Beziehungsqualität deutlich. Über das Internet können tausende Menschen vernetzt werden. Die Qualität der Beziehungen wird gekennzeichnet durch verhältnismäßig große Anonymität, denn die „Peers“ dieser Nutzungsgemeinschaften kennen sich nicht.
3. der systematische Aufbau von Reputation bzw. Ansehen: Weil es sich um anonyme Beziehungen handelt, muss Vertrauen zwischen den Mitgliedern erst entstehen. Ein System von Bewertungen, Kommentaren oder Referenzen von Anbietenden und Nachfragenden kann Vertrauen schaffen und das Ansehen der „Peers“ kommunizieren.

Die Abgrenzung von B2C-Modellen der Sharing Economy zu herkömmlichen Formen der Miete und Vermietung hat sich als problematisch herausgestellt. Tausch- und Schenkbörsen (bei denen ein Gut den Eigentümer/die Eigentümerin wechselt) wiederum erfüllen zwar nicht alle Merkmale einer Ökonomie des Teilens, werden aber zur Sharing Economy gezählt.

Als treibende Kräfte für eine Ökonomie des Teilens wurden mehrere gesellschaftliche und kulturelle Faktoren identifiziert: Erstens der Informations- und Wissensfluss in einer v.a. durch das Internet vernetzten Welt, zweitens ein gestiegenes Umweltbewusstsein und drittens ein Wertewandel, der auf die Vervielfachung von Konsum und anderen

Möglichkeiten abzielt. Auf der Ebene menschlicher Motive haben sich die rational-pragmatischen und sozial-intrinsischen Handlungsmotive als förderlich für die Sharing Economy gezeigt.

Die Beispiele in Kapitel 2 behandeln Online-Plattformen, die zwischen Anbietenden und Nachfragenden vermitteln. Bezugnehmend auf die oben genannten drei besonderen Merkmale der Sharing Economy, sollten diese Beispiele allerdings in „echte“ und „unechte“ Sharing-Angebote unterschieden werden. Zu letzteren gehören die vorgestellten B2C-Konzepte, erstens der Kurzzeit-Autoverleih *CarSharing.at* und zweitens die Musikstreaming-Dienste *Spotify*, *Deezer* und *Napster*. Da aber in den Berichterstattungen der Medien gerade solche Angebote als Paradebeispiele der Sharing Economy angegeben werden, sind sie auch in der vorliegenden Studie erwähnt.

Gemeinsam haben alle Angebote und Online-Plattformen, dass man sich – wie es sich für eine „Community“ gehört – registrieren oder als Mitglied einschreiben muss. Eine Mitgliedschaft erfolgt bis auf die B2C-Konzepte meist kostenlos. Nur bei *HomeLink* und *WIR GEMEINSAM* ist eine regelmäßige (mindestens jährliche) Mitgliedsgebühr zu bezahlen. Beim Tauschkreis *WIR GEMEINSAM* bezahlt man in Form von Geld und in Form von Zeit bzw. Zeitscheinen.

Variable Kosten als Gebühren für die Vermittlung zwischen den „Peers“ fallen an bei *Airbnb*, *Startnext* und in manchen Fällen bei *mitfahrgelegenheit.at*, *Indiegogo* und *1000x1000*. Bei *carsharing24/7* fallen für die FahrerInnen Gebühren für die verpflichtende Versicherung an. Die „Peers“ verlangen für die Bereitstellung von Sachgütern oder Dienstleistung manchmal auch etwas: Ein Preis für die Nutzung der angebotenen Sachgüter oder Dienstleistungen wird verlangt bei *Airbnb*, *carsharing24/7*, *mitfahrgelegenheit.at*, *usetwice* und mittels Zeitscheinen bei *WIR GEMEINSAM*. Bei der Nutzung von *CarSharing.at*-Autos und bei den Abonnements der drei Musikstreaming-Dienste sind ebenso Nutzungsgebühren zu zahlen. *Spotify*, *Deezer* und *Napster* verfolgen jedoch die Strategie von Flatrates bzw. fixen Nutzungsgebühren.

Die Reservierungen, Buchungen und die Kontaktherstellung zwischen den Mitgliedern können bis auf *HomeLink* und *WIR GEMEINSAM* über die Web-Portale durchgeführt werden. Je nach Online-Verfügbarkeit der Kontaktdaten können bei *carsharing24/7* und *mitfahrgelegenheit.at* (Buchungs-) Anfragen auch telefonisch oder per E-Mail erfolgen. Die Regionalgruppen von *WIR GEMEINSAM* treffen sich regelmäßig. Somit kommt es auch zu persönlichem Kontakt mit anderen Mitgliedern.

Die Bezahlung erfolgt meist per Kreditkarte, *PayPal* oder Bankkonto. Die Bezahlung über das Web-Portal (mit Kreditkarte oder *PayPal*) ist möglich bei *carsharing24/7* (Versicherung), *mitfahrgelegenheit.at* und *Airbnb*. In bar oder direkt zwischen den „Peers“ kann die Bezahlung erfolgen bei *mitfahrgelegenheit.at*, *carhsharing24/7*, *usetwice* und *WIR GEMEINSAM*.

Vertrauenssysteme in Form von Referenzen gibt es auf fast allen Online-Plattformen. *WIR GEMEINSAM* hat kein online Referenz- oder Bewertungssystem, allerdings ist die Einsicht auf Kontostände aller Mitglieder (als Maß für die Aktivität) möglich.

Bei den C2B-Modellen, den Beispielen für die Schwarmfinanzierung, erfolgt die Unterstützung bzw. die Investition in Form von Geld. Die UnterstützerInnen von Projekten und Kampagnen bekommen als Gegenleistungen „Perks“ (*Indiegogo*), ein „Dankeschön“ (*Startnext*) oder „Goodies“ (*1000x1000*). Beim Crowdfunding sind diese Gegenleistungen ideeller Natur, z. B. erhält man ein T-Shirt mit dem Namen des Projekts, oder in Form von projektbezogenen Sachgütern, z. B. erhält man als Gegenleistung das Produkt, das im unterstützten Projekt gerade entwickelt wird. Das Crowdfunding ist nur über *Startnext* und *1000x1000* möglich, die Gegenleistung erfolgt dann meist in Form von Erfolgsbeteiligungen oder Genussrechten.

*Couchsurfing* und *Share & Care* sind die einzigen, bei denen kein Geld zwischen „Peers“ und/oder zur Online-Plattform hin fließt, an *Couchsurfing* kann man jedoch spenden. Bei *HomeLink* ist ein Geldfluss zwischen den Mitgliedern (außer für Sonderausgaben) nicht erwünscht.

Die Online-Plattformen finanzieren sich durch ...

- Mitgliedsbeiträge, Vermittlungsgebühren oder Nutzungsbeiträge: *Carsharing.at*, *carsharing24/7* (über die Versicherungsgebühr), *Airbnb*, *HomeLink*, *Spotify*, *Deezer*, *Napster*, *Indiegogo*, *Startnext*, *1000x1000*, *WIR GEMEINSAM*
- Extraangebote/-services, die etwas kosten: *mitfahrgelegenheit.at* (Gebühr bei Verwendung des Buchungssystems), *Startnext*
- Kooperationen: *carpooling.com*, die Mutterfirma von *mitfahrgelegenheit.at* z. B. mit Autofahrerclubs, Bahnunternehmen
- Werbung auf dem Web-Portal oder in Apps: *Spotify* mit „Spotify Free“, *Deezer* nur im „Discovery“-Angebot
- Spenden: *mitfahrgelegenheit.at*, *Couchsurfing*, *usetwice.at*, *Startnext*

- Kommerzielle Nutzung (oder Verkauf) von Nutzer- und Mitglieder­daten:  
*Couchsurfing*

Die Vorteile für die Ko-KonsumentInnen sind beispielsweise Kostenersparnis, Gemeinschaft oder ein besseres ökologisches Gewissen. Aber auch die Nachteile sind zu nennen: Neben der aufwendigeren Planung und Organisation des Konsums fallen gravierende Probleme beim Datenschutz auf. Da sich die Nutzungsgemeinschaften ausschließlich online, also über das Internet organisieren, ist dieser Punkt besonders wichtig.

Negativ sticht die Plattform *Couchsurfing* hervor, die in der Vergangenheit für den freizügigen Umgang mit Nutzerdaten bekannt wurde und die eine kommerzielle Nutzung bzw. Weitergabe der Daten an Dritte nicht ausschließt. Zwar steht dies alles in den Datenschutzerklärungen, diese sind allerdings, wie auch die Geschäftsbedingungen, nur in Englischer Sprache verfügbar.

Des Weiteren ermöglichen fast alle Web-Portale die Möglichkeit, sich über *Facebook* oder andere soziale Netzwerke zu registrieren oder anzumelden. Nutzt man diese Funktion, dann erklärt man sich damit einverstanden, dass sämtliche in diesen Netzwerken frei geschaltete Informationen, aber auch Informationen zu „Freunden“ an die Web-Portale übermittelt werden. Umgekehrt werden dann auch *Facebook*, *google+* usw. wissen, bei welchen Plattformen man angemeldet ist.

Sonstige Probleme ergeben sich aufgrund rechtlicher Unsicherheiten und der vermischten Rollen bzw. der wechselnden Positionen der AkteurInnen (v.a. in P2P-Netzwerken). Wenn Mitglieder in einer Ökonomie des Teilens nicht mehr nur KonsumentInnen, sondern auch Anbietende sind, fehlt oft die rechtliche Aufklärung z. B. hinsichtlich der Durchsetzung von Rechten gegenüber anderen.<sup>146</sup> Hinweise zu Verdienstgrenzen oder darüber, ob bei Kurzzeit-Vermietungen der eigenen Wohnung Kurtaxen und ähnliches anfallen können, wären in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder zumindest in den FAQ (Frequently Asked Questions) sehr

---

<sup>146</sup> Überspitzt formuliert: Das Vertrauenssystem der Nutzungszetwerke greift dort ein, wo aufgrund fehlender rechtlicher Absicherung und aufgrund rechtlicher Unsicherheiten ein Misstrauen zwischen den AkteurInnen entstehen kann.

hilfreich. Diese Informationen müssen die AkteurInnen selbst einholen, für Ko-KonsumentInnen ergibt sich daraus ein erhöhter Informationsaufwand.

Welche Auswirkungen hat die Sharing Economy? BefürworterInnen argumentieren immer wieder damit, dass gemeinschaftlicher Nutzen der nachhaltigen Entwicklung zugutekommt. Allerdings kann man auch ganz gegenläufige Entwicklungen absehen: angefangen beim Bumerang-Effekt durch mehr Konsum, über nichtintendierte (nicht beabsichtigte) Folgen für den Arbeitsmarkt, bis zur Annahme, dass „ökologisch wertvoller Konsum“ nur Schmiermittel für das eigene Gewissen ist, wie es beispielsweise den LOHAS – das sind KonsumentInnen mit einem „Lifestyle of Health and Sustainability“ – attestiert wird.

Nicht nur für die Ko-KonsumentInnen könnte eine fortschreitende Ökonomie des Teilens Auswirkungen haben, sondern auch für die Produzenten. Einige Indizien sprechen für die Annahme, dass immer mehr Unternehmen ihr Dienstleistungsangebot in diese Richtung erweitern.

Sharing Economy wird von vielen AutorInnen und von der medialen Berichterstattung als großes zukünftiges Geschäftsmodell gesehen. Für die US-amerikanische Autorin *Lisa Gansky*, eine der ersten, die über die Sharing Economy geschrieben hat, ist die Ökonomie des Teilens innerhalb von Gemeinschaften und Netzwerken die „Zukunft der Geschäftswelt“. Ihre britische Kollegin *Rachel Botsman* wird nicht müde, in Publikationen und zahlreichen Auftritten und Diskussionen zu behaupten, dass der gemeinschaftliche Konsum unser Leben ändern wird.<sup>147</sup>

Im Frühjahr 2013 wurde im Auftrag von *Radio Wien* eine Umfrage in Wien und dem niederösterreichischen Umland durchgeführt.<sup>148</sup> Zwar gaben drei von vier Personen an, dass sie schon einmal etwas von Car-Sharing gehört haben, aber 43% der Befragten würden ihr eigenes Auto weder verleihen noch eines ausborgen. Knapp die Hälfte der befragten Menschen aus Wien und Teilen Niederösterreichs glauben, dass Sharing-Plattformen wichtiger werden, 40% glauben aber, dass sie das nicht tun, oder an

---

<sup>147</sup> Zum Ausdruck kommt diese Auffassung in den Titeln ihrer Bücher. Bei Gansky (2010) lautet der Titel und die Annahme: „The Mesh - Why the Future of Business is Sharing“, bei Botsman lautet die Behauptung: „What’s mine is Yours – How Collaborative Consumption is Changing the Way we Live“; vgl. Gansky 2010 und Botsman/ Rogers 2011.

<sup>148</sup> Meinungsraum.at 2013.

Bedeutung verlieren werden. 13% konnten laut Studie nichts mit „Tauschen und Teilen“ anfangen.



## Literatur

Beck, Ulrich. 1986. *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Botsman, Rachel/ Rogers, Roo. 2011. *What's Mine is Yours. How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. Londong: Collins.

Botsman, Rachel. 2012. *The Currency of the New Economy is Trust*. Vortrag in Edinburgh, Juni 2012. Verfügbar unter: [http://www.ted.com/talks/rachel\\_botsman\\_the\\_currency\\_of\\_the\\_new\\_economy\\_is\\_trust.html](http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust.html) (8.8.2013)

Crowdsourcing, LLC. 2012. *Crowdfunding Industry Report. Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms*. Research Report – Abridged Version. May 2012.

f/21 – Büro für Zukunftsfragen. 2011. *Sharing Economy. Die Macht des Teilens*. Verfügbar unter: [www.f-21.de/downloads/f21\\_sharing-economy.pdf](http://www.f-21.de/downloads/f21_sharing-economy.pdf) (15.9.2013)

Fetchenhauer, Detlef. 2011. *Psychologie*. München: Verlag Franz Vahlen.

Gansky, Lisa. 2010. *The Mesh. Why the Future of Business Is Sharing*. New York u.a.: Portfolio Penguin.

Grob, Heinz Lothar/ vom Brocke, Jan (Hg.) 2006. *Internetökonomie. Ein interdisziplinärer Beitrag zur Erklärung und Gestaltung hybrider Systeme*. München: Verlag Franz Vahlen.

Gross, Peter. 1994. *Die Multioptionengesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Grunwald, Armin. 2012. *Ende einer Illusion. Warum ökologisch korrekter Konsum die Umwelt nicht retten kann*. München: oekom.

Grunwald, Armin/ Kopfmüller, Jürgen. 2012. *Nachhaltigkeit. Eine Einführung*. Frankfurt u. New York: Campus.

Hadler, Markus/ Kaup, Gerd. 2011. Von schwindenden Protesten und couragierten Mülltrennerinnen. Umweltverhalten der ÖsterreicherInnen in den Jahren 1994/95, 2001 und 2010. In: *SWS-Rundschau* (51. Jg.) Heft 3/2011: 255-274.

IFPI Austria – Verband der Österreichischen Musikwirtschaft. 2013. *Österreichischer Musikmarkt 2012*. Wien. Verfügbar unter: <http://www.ifpi.at/?section=inhalt&inhaltid=9> (24.8.2013)

Kaufmann, Josef. 2013a. *BürgerInnenbeteiligung bei steirischen Photovoltaikanlagen*. Graz: AK Steiermark.

Kaufmann, Josef. 2013b. *Smart Cities. Beispiele und mit der Umsetzung des Konzepts verbundene Problemlagen*. Graz: AK Steiermark.

Kapeller, Jakob/ Schütz, Bernhard/ Tamesberger, Dennis. 2013. Die Regulation der Routine: Über die regulatorischen Spielräume zur Etablierung nachhaltigen Konsums. In: *Wirtschaft und Gesellschaft*. 39. Jahrgang (2013), Heft 2.

Kleine Zeitung. 2013. *Dabei sein ist alles* (Bericht von Sebastian Krause). Kleine Zeitung – Sonntag, 4. August 2013.

Kryzanski, Hans Jürgen. 2011. Geldmacht gegen Demokratie. Naomi Kleins Katastrophenkapitalismus und die Privatisierung der Macht. In: *Wissenschaft und Umwelt Interdisziplinär*, Nr. 14: 65-81.

Kuckartz Udo/ Rheingans-Heintze, Anke. 2006. *Trends im Umweltbewusstsein. Umweltgerechtigkeit, Lebensqualität und persönliches Engagement*. Hrsg. vom Umweltbundesamt. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kupper, Patrick. 2004. „Weltuntergangs-Vision aus dem Computer“. Zur Geschichte der Studie „Die Grenzen des Wachstums“ von 1972. In: Jens Hohensee/ Frank Uekötter (Hg.) *Wird Cassandra heiser? Beiträge zu einer Geschichte der falschen Öko-Alarme*. Beihefte der Historischen Mitteilungen der Ranke-Gesellschaft (HMRG) Stuttgart: Franz Steiner Verlag 2004. S. 98-111.

Leismann, Kristin/ Schmitt, Martina/ Rohn, Holger/ Baedeker, Carolin. 2012. *Nutzen statt Besitzen. Auf dem Weg zu einer ressourcenschonenden Konsumkultur*. Band 27 der Schriftenreihe Ökologie. Herausgegeben von der Heinrich-Böll-Stiftung. Berlin.

Meinungsraum.at. 2013. *Sharing Economy*. Eine Studie im Auftrag von Radio Wien. Verfügbar unter: [http://www.meinungsraum.at/downloads/MR\\_RadioWien\\_Mai2013\\_Shareconomy.pdf](http://www.meinungsraum.at/downloads/MR_RadioWien_Mai2013_Shareconomy.pdf) (16.9.2013)

ORF – Österreichischer Rundfunk. 2013. *Sharing Economy*. Eine Sendung der Ö1 Sendereihe „Matrix“. Gesendet am 14.7.2013.

Prisching, Manfred. 2006. *Die zweidimensionale Gesellschaft. Ein Essay zur neokonsumistischen Geisteshaltung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Rifkin, Jeremy. 2000. *Access. Das Verschwinden des Eigentums*. Frankfurt a. M.: Campus

Statistik Austria. 2012. *Statistisches Jahrbuch Österreichs 2013*. Wien.

Tapscott, Don/ Williams, Anthony D. 2010: *Macrowikinomics. Rebooting business and the world*. London: Atlantic Books.

VCÖ – Verkehrsclub Österreich. 2013. *VCÖ: Potenzial für Carsharing in Österreich groß – jeder 4. Haushalt hat mehr als ein Auto*. Presseaussendung vom 6.8.2013. Verfügbar unter:

Wiener Zeitung. 2013a. *Mein Schlafzimmer, dein Hotel*. Wiener Zeitung am 6.7.7.2013.

Wiener Zeitung. 2013b. *Um 41.000 Kunden mehr*. Verfügbar unter: [http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/wien/unterwegs/565225\\_Um-41.000-Kunden-mehr.html](http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/wien/unterwegs/565225_Um-41.000-Kunden-mehr.html)

Wiswede, Günter. 1985. *Soziologie*. Ein Lehrbuch für den wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Bereich. Landsberg am Lech: Verlag Moderne Industrie.

Anhang: Übersicht von Online-Plattformen (Aktualität der Beschreibungen: September 2013)

*I Mobilitätsangebote*

<b>Name</b>	<b>Beschreibung</b>
Autoshare.at <a href="http://www.autoshare.at">www.autoshare.at</a>	Car-Sharing, P2P, inkl. Versicherungsschutz
Car2go <a href="http://www.car2go.com/de/wien">www.car2go.com/de/wien</a>	Car-Sharing, B2C, nur in Wien (515 z.T. elektrische Fahrzeuge); frei wählbare Standplätze, ein Unternehmen der Daimler AG + Europcar
Carsharing.at <a href="http://www.carsharing.at">www.carsharing.at</a>	Car-Sharing, B2C, in 7 Landeshauptstädten; ein Unternehmen von Zip-Car (US-Anbieter), gegr. 1997 unter anderem Namen
Carsharing247 <a href="https://carsharing247.com">https://carsharing247.com</a>	Car-Sharing, P2P, inkl. Versicherungsschutz, gegr. 2012
Caruso <a href="http://carusocarsharing.com">carusocarsharing.com</a>	Car-Sharing für Firmen, Gemeinden, Privatpersonen (43 Gruppen), P2P
Checkrobin <a href="http://www.checkrobin.com">www.checkrobin.com</a>	Sharing von Transportmöglichkeiten und Kurierdienstleistungen, P2P; für Transporte ab 60km in Auto, Bus, Bahn, Online-Start: 2013
Compano <a href="http://www.compano.at">http://www.compano.at</a>	Ride-Sharing, P2P, öffentliche Verkehrsmittel oder Fahrgemeinschaft, P2P; Service des VOR (Verkehrsverbund Ost Region) verschiedene Gruppen, z. B. in Salzburg: <a href="http://www.compano-salzburg.at">http://www.compano-salzburg.at</a>
Emil <a href="http://www.fahre-emil.at">www.fahre-emil.at</a>	Car-Sharing, B2C, elektrische Fahrzeuge, in Salzburg Stadt, Wien, Graz
Flinc <a href="http://flinc.org">flinc.org</a>	Ride-Sharing, P2P, organisiert in Flinc-Gruppen, Mobilitätsmanagement auch für Unternehmen
Flinkster <a href="http://www.flinkster.at">www.flinkster.at</a>	Car-Sharing, B2C, in Wien, Salzburg, Graz an fixen Standorten; Unternehmen der Deutschen Bahn AG
Karzoo <a href="http://www.karzoo.at">www.karzoo.at</a>	Ride-Sharing, P2P, auch Unternehmenslösungen; gegründet 2007 (später in AT); keine AGB oder Nutzungsbedingungen, nur eine „Karzoo-Charta“ und FAQ
Mitfahrbörsen/ Fahrgemeinschaften in den Bundesländern (P2P)	Burgenland: <a href="http://www.pendlerclub-burgenland.at/fahr_search.php">http://www.pendlerclub-burgenland.at/fahr_search.php</a> Oberösterreich: <a href="http://www.fahrgemeinsam.at">http://www.fahrgemeinsam.at</a> Osttirol: <a href="http://www.rmo.at/service/default.asp?ID=566">http://www.rmo.at/service/default.asp?ID=566</a> Steiermark: <a href="http://www.mitfahrboerse.st">http://www.mitfahrboerse.st</a> Vorarlberg: <a href="http://www.vmobil.at/index.php/35/0/">http://www.vmobil.at/index.php/35/0/</a>

<b>Name</b>	<b>Beschreibung</b>
Mitfahrgelegenheit <a href="http://www.mitfahrgelegenheit.at">www.mitfahrgelegenheit.at</a>	Ride-Sharing, P2P, auch Mobilitätslösungen für Unternehmen und Gemeinden, Österreichableger von carpooling.com , gegr. 2001
Mitfahrzentrale <a href="http://www.mitfahrzentrale.at">www.mitfahrzentrale.at</a>	Ride-Sharing, P2P, Österreichableger von carpooling.com und mitfahrzentrale.de
Nextbike <a href="http://www.nextbike.at">www.nextbike.at</a>	Bike-Sharing, B2C, 24h Fahrradverleih an Standorten im Burgenland und Niederösterreich

## *II Unterkünfte*

<b>Name</b>	<b>Beschreibung</b>
Airbnb <a href="http://www.airbnb.at">www.airbnb.at</a>	Unterkünfte, P2P, gegr. 2008
BeWelcome <a href="http://www.bewelcome.org">www.bewelcome.org</a>	Gastfreundschaftsnetzwerk, P2P, als gemeinnützige Organisation von freiwilligen Helfern betrieben, gegr. 2007
Couchsurfing <a href="http://www.couchsurfing.org">www.couchsurfing.org</a>	Gastfreundschaftsnetzwerk, P2P, gegr. 2003
HomeLink <a href="http://www.homelink.at">www.homelink.at</a>	Wohnungstausch (Wohnungen, Häuser, Autos), P2P, gegr. 1953 (seit 1993 in AT)
Housetrip <a href="http://www.housetrip.com">www.housetrip.com</a>	Unterkünfte, P2P und B2C, Ferienwohnungen und -häusern, gegr. 2009 (Online-Start: 2010)
Kurzzeitwohnen <a href="http://www.kurzzeitwohnen.com">www.kurzzeitwohnen.com</a>	Unterkünfte, P2P, für kurz- und langfristige Vermietung von Wohnungen in österr. Landeshauptstädten
9flats.com <a href="http://www.9flats.com">www.9flats.com</a>	Unterkünfte, P2P, gegr. 2010, Markteintritt Europa: 2011
Roomorama <a href="http://www.roomorama.com">www.roomorama.com</a>	Unterkünfte, P2P, "für anspruchsvolle Reisende", gegr. 2009; AGB/Datenschutz nur auf Englisch
Wimdu <a href="http://www.wimdu.at">www.wimdu.at</a>	Unterkünfte, P2P, gegr. 2011 in DE

### III Streaming-Dienste für Musik und Video

Name	Beschreibung
Deezer <a href="http://www.deezer.com">www.deezer.com</a>	Musikabonnement (Flatrate), B2C, Streaming und Offline-Zugriff, gegr. 2007 (AT: 2011); Nutzungsbedingungen/AGB tlw. nur auf Englisch
Flimmit <a href="http://www.flimmit.com">www.flimmit.com</a>	Video-on-Demand, B2C, für 24h oder Kaufen/Download, nicht alle Filme/Serien in Österreich als Stream und Download verfügbar
Juke <a href="http://www.myjuke.at">www.myjuke.at</a>	Musikabonnement (Flatrate), B2C, Offline-Zugriff, Unternehmen der Media-Saturn-Holding, Streaming und Offline, gegr. 2011
Maxdome <a href="http://www.maxdome.at">www.maxdome.at</a>	Video-on-Demand, B2C, für 48h oder Kaufen/Download (Einzelabruf oder Abo), Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media-Gruppe, in AT seit 2013
Napster <a href="http://at.napster.com">http://at.napster.com</a>	Musikabonnement (Flatrate), B2C, Offline-Zugriff, gegr. 1999 (als P2P-File-Sharing Service)
Rara <a href="http://www.rara.com">www.rara.com</a>	Musikabonnement (Flatrate), B2C, Offline-Zugriff, kooperiert in einigen EU-Ländern (nicht in AT) mit BMW (BMW ConnectedDrive Online Entertainment); gegr. 2011, UK (AT: 2011)
Rdio <a href="http://www.rdio.com">www.rdio.com</a>	Musikabonnement (Flatrate), B2C, Offline-Zugriff, gegr. 2010 (AT: 2012)
Simfy <a href="http://www.simfy.at">www.simfy.at</a>	Musikabonnement (Flatrate), B2C, Streaming und Offline-Zugriff, gegr. 2007 (AT: 2011)
Spotify <a href="http://www.spotify.com/at">www.spotify.com/at</a>	Musikabonnement (Flatrate), B2C, Streaming und Offline-Zugriff, gegr. 2008 (AT: 2011)
Videobuster <a href="http://www.videobuster.at">www.videobuster.at</a>	Video-on-Demand, B2C, für 24h oder Kaufen und herkömmlicher DVD/Blue Ray-Videoverleih

#### IV Crowdfunding und Crowdfunding

Name	Beschreibung
Friendfund <a href="http://friendfund.com">http://friendfund.com</a>	Crowdfunding, C2B; Freunde, Vereinsmitglieder etc. sammeln Geld für ein gemeinsames Ziel (z. B. Geschenk, Veranstaltung, gegr. 2010 in Deutschland)
Indiegogo <a href="http://www.indiegogo.com">www.indiegogo.com</a>	Crowdfunding, C2B, gegr. 2008, AGB etc. nur auf Englisch
Injectpower <a href="http://www.inject-power.at">www.inject-power.at</a>	Crowdfunding, C2B, Österreichische Crowdfunding-Plattform zur Finanzierung von Forschungsprojekten an Universitäten, öffentl. Museen, ÖAW, Ludwig-Boltzmann Gesellschaft; die Heimatinstitution des Forschers muss mit dem Portal kooperieren), gegr. 2013
Kickstarter <a href="http://www.kickstarter.com">www.kickstarter.com</a>	Crowdfunding, C2B, Österr. Projekte brauchen Partner/Projektmitglied aus USA, UK oder Kanada; gegr. 2009
Kiva <a href="http://www.kiva.org">www.kiva.org</a>	Crowdfunding und Crowdfunding, C2B, Mikrokredite für Kleinunternehmer in Entwicklungsländern (ab \$ 25); gegr. 2004 Deutschsprachige Seite: <a href="http://www.kiva-deutschland.de">www.kiva-deutschland.de</a>
<a href="http://www.respekt.net">www.respekt.net</a>	Projektbörse für „zivilgesellschaftlich relevante Projekte“, C2B und P2P, Vernetzung von Projekt-Initiatoren und Investoren (einbringen von Geld, Wissen oder Zeit), gegr. 2010
Startnext <a href="http://www.startnext.de">www.startnext.de</a>	Crowdfunding und (eingeschränkt) Crowdfunding, C2B, gegr. 2010
1000x1000 <a href="https://1000x1000.at">https://1000x1000.at</a>	Crowdfunding und Crowdfunding, C2B, gegr. 2012 in AT

## V Verschiedene Sachgüter und Dienstleistungen

Name	Beschreibung
2tangos <a href="http://www.2tangos.com">www.2tangos.com</a>	Knowledge-Sharing/ Collaborative Learning, P2P, "Trade your knowledge"; Wissensbörse nach dem "Tandem-Prinzip" („Teacher“ und „Learner“ werden zusammen gebracht), Website auf Englisch
AppJobber <a href="http://appjobber.com/">appjobber.com/</a>	Vermittlung von "Microjobs", B2C und P2P, App-Start: Ende 2011
Co-Working-Spaces <a href="http://www.coworking-space.at">www.coworking-space.at</a>	Co-Working-Spaces, B2B, Übersicht über Co-Working-Spaces in den Bundesländern
Exchange.me <a href="http://www.exchange-me.de">http://www.exchange-me.de</a>	Tauschbörse für Dienstleistungen, Wissen, Gegenstände, P2P, Vergütung: Talente („ME-Punkte“ auf Tauschkonto), gegr. 2004, Online-Start: 2005
Fahrradküchen	Fahrradreparatur- und Selbsthilfewerkstätten, in einigen Landeshauptstädten (Graz, Linz) und Wien: <a href="http://combinesch.org">http://combinesch.org</a> , <a href="http://bikekitchenlinz.nospace.at">http://bikekitchenlinz.nospace.at</a> , <a href="http://bikekitchen.net">http://bikekitchen.net</a>
Garten teilen <a href="http://www.garten-teilen.de">www.garten-teilen.de</a>	Land-Sharing, P2P, Gratis und Pacht, in AT, DE, CH (z. Zt. keine Angebote oder Gesuche aus AT)
Gemeinschaftsgärten	Gemeinschaftsgärten (1) in Graz und (2) in der Steiermark. (1) 2012 und 2013 Förderung durch Stadt Graz: max. € 800 (Kostenersatz f. Geräte, Samen, Hochbeete etc.) für mind. 30m <sup>2</sup> , mind. 8 Haushalte, öffentlich zugänglich, Einhaltung ökologischer Kriterien: <a href="http://www.umwelt.graz.at/cms/beitrag/10194765/4851236/">http://www.umwelt.graz.at/cms/beitrag/10194765/4851236/</a> (2) Förderung im Rahmen der Initiative "Zusammen.wohnen" des Landes Steiermark ( <a href="http://www.zusammenlebegestalten.steiermark.at/cms/ziel/98971971/DE">http://www.zusammenlebegestalten.steiermark.at/cms/ziel/98971971/DE</a> )
Gib und Nimm Graz <a href="#">Facebook-Gruppe</a>	Tausch- und Schenkborse, P2P, Facebook-Gruppe, gegr. 2011
Happy Lab <a href="http://www.happylab.at">www.happylab.at</a>	Fab-Lab, B2B, Maschinennutzung (CNC, 3D-Drucker ...) für Mitglieder (Business und Non-Profit)
Kleiderkreisel <a href="http://www.kleiderkreisel.at">www.kleiderkreisel.at</a>	Kaufen/Verkaufen, aber auch zum Tauschen, P2P, Kleidung, Schuhe, Kosmetik etc.
Les Avignons <a href="http://www.lesavingnons.com">www.lesavingnons.com</a>	Co-Working-Space, B2B, loses Kollektiv von Freelancern, Synergien sollen genutzt werden, Graz-Lend
Managerie <a href="http://www.managerie.at">www.managerie.at</a>	Co-Working-Space, B2B, Kurz-, mittelfristige Arbeits-, Büroplätze; Nutzungsvertrag statt Mietvertrag, Graz-Lend



Name	Beschreibung
Myfoodsharing <a href="http://www.myfoodsharing.at">www.myfoodsharing.at</a>	Food-Sharing, P2P, "Lebensmittel teilen statt wegwerfen", Lebensmittelspenden und Kochgemeinschaften
Share & Care <a href="http://www.shareandcare.at">www.shareandcare.at</a>	Sharing-Gemeinschaften auf Facebook (Facebook-Gruppen), P2P, gegr. 2011 (Wiener Gruppe)
Tauschticket <a href="http://www.tauschticket.de">www.tauschticket.de</a>	Tauschbörse, P2P, "Deutschlands meistbesuchte Tauschbörse", v.a. Bücher und Mode
Usetwice <a href="http://www.usetwice.at">www.usetwice.at</a>	Privatverleih, P2P, verschiedene Sachgütern (Heimwerken, Sport, Mode etc.), Online-Start: 2012
Vayable <a href="http://www.vayable.com">www.vayable.com</a>	Vermittlung/Buchung von Einheimischen als "Personal Guides" (private Touristenguides), P2P, in Österreich: Wien, Salzburg
Wir gemeinsam <a href="http://www.wirgemeinsam.at">www.wirgemeinsam.at</a>	"Social Barter" bzw. "Soziales Tauschen", P2P, Dienstleistungen und Sachgüter werden ohne Geld ausgetauscht. Zeitbank, Zeittauschnetzwerk zur Nachbarschaftshilfe; "Bezahlung" mittels Zeitkonto; 23 Regionalgruppen (OÖ, NÖ, S und Bayern)
Whyownit <a href="http://de.whyownit.com">de.whyownit.com</a>	Leihbörse, P2P, "Buy less, borrow more"; Registrierung nur über Facebook oder iOS-App möglich

### Angebote, die nicht in Österreich verfügbar sind \*

Name	Beschreibung
Artistshare <a href="http://www.artistshare.com">www.artistshare.com</a>	Crowdfunding, C2B, Finanzierung von Musikprojekten; gegr. 2003
DriveNow <a href="http://www.drive-now.com">www.drive-now.com</a>	Car-Sharing, B2C, Deutsche Städte und San Francisco (z.T. elektrisch), ein Unternehmen von BMW + Mini + Sixt
Landshare <a href="http://www.landshare.net/">www.landshare.net/</a>	Land-Sharing, P2P, nur Australien, Großbritannien und Kanada, gegr. 2009
Taskrabbit <a href="http://www.taskrabbit.com">www.taskrabbit.com</a>	Dienstleistungen, P2P, "distributed workforce pool"; nur in einigen US-Städten; gegr. 2008
Udemy <a href="http://www.udemy.com">www.udemy.com</a>	Knowledge-Sharing/ Collaborative Learning, P2P, Lehren und Lernen, Online-Kurse zu verschiedenen Themen, keine deutschsprachigen Kurse (nur englisch, spanisch, französisch etc.), gegr. 2010
Skillshare <a href="http://www.skillshare.com">www.skillshare.com</a>	Knowledge-Sharing/ Collaborative Learning, P2P, Lehren und Lernen in Online und Offline-Kursen, gegr. 2011
Quora <a href="http://www.quora.com">www.quora.com</a>	Crowdsourcing für den Aufbau einer Wissensdatenbank, P2P, "best source of knowledge"
Zopa <a href="http://uk.zopa.com">http://uk.zopa.com</a>	Privatkredite, P2P, Marktplatz für Kredite von Peer-to-Peer

\* Für weitere Angebote, siehe Gansky 2010 und Botsman/ Rogers 2011