



„Die wollen wir alle kennenlernen.“

Gunnar Froh, WunderCar



„Als die Finanzkrise kam, begannen die Menschen nach Alternativen zu suchen.“

Nathan Blecharczyk, Airbnb



„Der Kandidat ist Uber, und der Gegner ist ein Arschloch namens Taxi.“

Travis Kalanick, Uber

Kalifornischer Kapitalismus

Share-Economy Tauschen und Teilen statt Kaufen soll ein Gegenentwurf zum Konsumwahn der westlichen Welt werden. Doch aus dem Traum vom nachhaltigen Wirtschaften ist ein knallhartes Geschäftsmodell geworden.

Gunnar Froh muss wegen des Geldes nicht mehr arbeiten. Dafür arbeitet er aber ganz schön viel. Man kann auch sagen, er arbeitet sich ab.

Erst an der mächtigen Hotelbranche, die ihm einst das Leben schwer machte oder er ihr – je nach Sichtweise. Nun liegt Froh im Clinch mit den deutschen Taxiunternehmern. In beiden Fällen geht es um die Frage, ob er darf, was er tut. Und wer am Ende davon profitiert: die ganze Gesellschaft – oder vor allem er persönlich.

Froh war einige Jahre lang Deutschland-Chef der Internetvermittlungsplattform Airbnb, über die man sich auf Reisen in Privatunterkünften statt in Hotels einmieten kann. Den Hoteliers passt die neue Konkurrenz nicht, während seiner Zeit bei Airbnb hatte Froh dauernd mit Anwälten des Fachverbands Dehoga zu tun. Das Unternehmen wurde dennoch erfolgreich, Froh besaß Airbnb-Anteile, von denen er vor einem Jahr ein paar verkaufte.

Mit dem Geld und mithilfe fremder Investoren gründete der 31-Jährige im vergangenen Herbst in Hamburg WunderCar, eine Art Mitfahrgelegenheit in Privatautos innerhalb der Stadt. Über eine App können Fahrgäste und von WunderCar lizenzierte Autofahrer zueinanderfinden. Vom Fahrpreis, den Passagier und Fahrer unter sich ausmachen, bekommt Froh 20 Prozent als Provision. Ganz automatisch.

Das Büro von WunderCar liegt in einem Loft in der HafenCity. Wie es sich für ein Start-up gehört, ist die Atmosphäre lässig. Bürohund Michel tobt um die Arbeitsplätze, im Besprechungszimmer „Western“ stehen schwere Ledersessel, auf einem Bock ist ein Pferdesattel drapiert, an den Wänden hängen historische Suchplakate von Billy the Kid. „Reward: Dead or alive“.

Im Raum gegenüber hängen auch Plakate, jedoch nicht mit Billy the Kid darauf, zu sehen sind die Mitglieder des Verkehrsausschusses der Hamburger Bürgerschaft. „Die wollen wir alle kennenlernen“, sagt Froh. Immerhin: Er will sie lebendig.

Der Jungunternehmer ist auf das Wohlwollen der Politiker angewiesen: Von ihnen hängt ab, ob sein Geschäftsmodell aufgeht oder nicht.

Denn die Taxifahrer und ihre Lobbyverbände haben die Politik aufgefordert zu handeln – am liebsten wäre es ihnen, dieser ganze neumodische Kram würde

verboten. Sie wollen den alten Kapitalismus schützen vor einer Herausforderung der ganz neuen Art.

Der alte Kapitalismus heißt etwas verstaubt „Dienstleistungssektor“, der neue „Share-Economy“. Der Grundgedanke dabei ist, dass sich Privatleute Güter teilen, um einerseits nachhaltiger zu wirtschaften, andererseits damit auch noch Geld zu verdienen. Es profitieren, so das Versprechen des neuen Kapitalismus, gleich mehrere: derjenige, der seinen Besitz teilt; das Unternehmen, das vermittelt – und im besten Fall die Umwelt, deren Ressourcen geschont werden.

Warum sollte man sich ein Auto anschaffen, wenn man per App binnen Minuten eine preisgünstige Mitfahrgelegenheit ordern kann? Warum sollten immer neue Hotelklötze in die Städte gepflanzt werden, wenn es viel ungenutzten Wohnraum in beliebten Ballungszentren gibt? Warum sich dauernd neue Gegenstände anschaffen, wenn man sie sich auch leihen kann?

Die Aktivierung von so viel „totem Kapital“, glaubt der US-Wissenschaftler Daniel Rothschild, erlaube eine enorme Demokratisierung des kommerziellen Lebens. „Im 19. und 20. Jahrhundert war es Kern der Wirtschaft, groß zu sein und größer zu werden: große Fabriken, große Unternehmen, multinationale Ausrichtung. Heute sehen wir das Gegenteil“, so Rothschild. Zurück zur Tauschwirtschaft? Das Ende des Konsums?

„Das nicht“, sagt Harald Heinrichs, Professor für Nachhaltigkeit und Politik an der Leuphana Universität Lüneburg, „aber der Konsum wandelt sich.“ Noch sei dieser Wandel ein Nischenthema, von der Masse nicht wirklich wahrgenommen, aber er sei nicht mehr aufzuhalten. Heinrichs vergleicht die Entwicklung mit der Energiewende. „Vor 30 Jahren hat auch niemand die Diskussionen um den Atomausstieg ernst genommen. Heute ist das Common Sense.“ Es soll wohl eine Warnung an die etablierte Wirtschaft sein, den Trend nicht als Übergangsphänomen abzutun, sie könnte sonst später feststellen, dass ihr plötzlich die Geschäftsgrundlage abhandengekommen ist.

Weltweit wurden in den vergangenen Jahren Hunderte Unternehmen gegründet, die auf dem Gedanken des Teilens basieren. Am Anfang standen nicht immer legale

Musiktauschdienste wie Napster oder Kazaa. Dann kamen altruistische Angebote wie Couchsurfing oder Kleiderkreisel dazu. Inzwischen beherrschen viele kommerzielle Anbieter den Markt – Airbnb und Uber, das amerikanische Vorbild für WunderCar, sind nur die prominentesten.

Yahoo-Chefin Marissa Mayer nannte die Share-Economy beim diesjährigen World Economic Forum in Davos einen der größten Trends des Jahres. Internetschöpfer Jeremy Rifkin prophezeit sogar ein „Ende des vorherrschenden Kapitalismus“. Aus der industriell geprägten Gesellschaft erwache eine globale, gemeinschaftlich orientierte. In ihr sei Teilen mehr wert als Besitzen, ihre Bürger seien über nationale Grenzen hinweg politisch aktiv, und das Streben nach Lebensqualität stehe über dem nach Reichtum.

Wer den Jüngern des kollektivierte Konsums lauscht, den beschleicht das Gefühl, die postmoderne Gesellschaft sei auf dem Weg zur Abkehr vom Mammon und zum Ende des Privateigentums. Davon ist die neue Bewegung allerdings weit entfernt, tatsächlich ist sie eine zutiefst kapitalistische Angelegenheit: ohne Haben kein Teilen. Wer nichts besitzt, ist von der Share-Economy ausgeschlossen. Denn wer nicht anbieten kann, was andere wollen, der kann nicht tauschen. Auch der Konsument bleibt in erster Linie Konsument.

Zugleich ist das, was unter dem kuscheligen Begriff „Teilen“ die Welt erobert, in Wahrheit ein knallhartes Geschäftsmodell mit aggressiven Marktteilnehmern und enormen Profitmargen. Gesetzliche Regeln, die den zum Teil rabiaten Wettbewerb mit etablierten Unternehmen steuern, gibt es bislang kaum – oder sie werden schlicht missachtet.

Die klassischen Branchen rebellieren – oder kooperieren. So führt Volkswagen derzeit Gespräche mit WunderCar-Gründer Froh über eine mögliche Beteiligung an dem Start-up. Der Autokonzern will schlicht den Kontakt zum Nutzer seiner Produkte nicht verlieren.

Niemand sollte die Kraft der Bewegung unterschätzen. Die neuen Technologien und Plattformen ermöglichen Geschäftsmodelle, die alte Wertschöpfungsketten zerstören können. 2001 wurde die Internetenzyklopädie Wikipedia – einer der Vorreiter der Share-Economy – gegründet. Heute



„Wir haben regelmäßig Gäste, deshalb können wir uns auf die Einnahmen verlassen.“

Hanno Baethe, Zaki Omar, private Vermieter

sind Lexika mit einer jahrhundertealten Tradition wie der Brockhaus Geschichte.

Die Angreifer

Das Aushängeschild der Teil-Ökonomie ist Airbnb. Das Unternehmen aus San Francisco sieht sich als Teil einer gesellschaftlichen Bewegung. „Als die Finanzkrise kam, begannen die Menschen nach Alternativen zu suchen“, sagt Nathan Blecharczyk, Mitgründer und Technologiechef von Airbnb. „Wir waren so eine Alternative.“

Inzwischen ist die Plattform, die privaten Wohnraum vermittelt, jedoch ein Tourismusriesen mit über 800 000 Unterkunftsangeboten in 190 Ländern. Zum Vergleich: Die Hilton-Gruppe, zweitgrößter Hotelkonzern der Welt, verfügt weltweit über 680 000 Zimmer in 4100 Hotels.

Und Blecharczyk ist mit 30 Jahren – zumindest auf dem Papier – Milliardär.

Vom Start-up zum globalen Phänomen: So schnell sind bislang nur Facebook und Twitter aufgestiegen. Airbnb selbst zählt sich inzwischen zur Elite der Internetgiganten. Im ersten Jahr nach Gründung 2009 vermittelte Airbnb 21 000 Übernachtungen, 2011 war es fast eine Million. Inzwischen zählt das Unternehmen eine Million Übernachtungen – pro Monat. Jedes Mal kassiert Airbnb dabei ordentlich Kommissionen vom Mietpreis: drei Prozent vom Vermieter, sechs bis zwölf Prozent vom Reisenden.

Ist ein verändertes Konsumverhalten am Ende tatsächlich eine der bleibenden Hinterlassenschaften der Finanzkrise? Ein ech-

ter Kulturwandel, ausgelöst durch die schwere globale Rezession? Oder ist das alles Augenwischerei, Airbnb längst nur ein erfolgreiches Tourismusgeschäftsmotiv unter vielen?

Der schlaksige Airbnb-Gründer ist ein umgänglicher Typ, freundlich und unaufgeregt. Er trägt ein kariertes Hemd, Jeans und Turnschuhe, gerade ist er aus Schweden zurückgekommen von anonymen Testübernachtungen. Er antwortet mit einer Statistik: 40 bis 50 Prozent der Airbnb-Vermieter hätten keinen Vollzeitjob, sondern seien Selbstständige, Arbeitslose, Künstler, Studenten. Für die seien Untervermietungen hier und da ein willkommenes Nebenverdienst. Und nicht einmal den Hotels nehme man etwas weg. Denn die Teil-Ökonomie habe dafür gesorgt, dass sich mehr Menschen das Reisen leisten könnten, dass der Kuchen also größer werde. Airbnb-Touristen hätten allein 2012 100 Millionen Dollar nach Berlin gebracht.

Man merkt dem Airbnb-Gründer an, wie geübt er in solcher Überzeugungs- und Rhetorik ist. Tatsache ist, dass die grundlegende Veränderung von Konsumgewohnheiten nicht nur zufällige Begleiterscheinung, sondern Ziel aller digitalen Technologien ist. Wie viele andere erfolgreiche Internetunternehmen setzt Airbnb letztlich darauf, etablierte Geschäftsmodelle zu sprengen und durch eigene, effizientere Angebote zu ersetzen.

Das junge Unternehmen hat sich viele Feinde gemacht, mitunter zu Recht. Vor allem in touristisch attraktiven Städten

kann der Erfolg des Übernachtungsmarktplatzes zum Problem werden.

Immer mehr Eigentümer finden Gefallen daran, ihre Wohnungen nur noch als private Hotelräume anzubieten, statt sie dauerhaft zu vermieten, weil es so lukrativ ist. Doch gerade in beliebten Städten verschlimmert das die angespannte Lage auf dem Wohnungsmarkt. In Berlin, New York oder San Francisco herrscht in manchen Mietshäusern ein Durchgangsverkehr wie im Hotel – zum Verdruss der Nachbarn.

„Es werden viele berechnete Fragen gestellt“, sagt Blecharczyk. „Wir müssen sicherlich Leitlinien und kluge Regeln entwickeln, gemeinsam Lösungen suchen.“ Er ist sich jedoch sicher, dass der Aufstieg von Airbnb und vergleichbaren Geschäftsmodellen nicht mehr aufzuhalten ist: „Millionen Kunden haben gesprochen. Die Menschen wollen das.“

Airbnb stehe sogar erst ganz am Anfang. Die Wachstumskurve sei so steil wie nie zuvor, und man wolle weitere Bereiche für sich erschließen, betont Blecharczyk. „Essen, Transport und all die anderen Services rund ums Reisen werden künftig für uns eine Rolle spielen“, kündigt er an. Nicht nur Übernachtungen, sondern „der gesamte Tourismus“ sei der Markt für das Unternehmen. Es gehe nicht um Milliarden, sondern um Billionen Dollar.

Die Teiler

Im Kosmos des Airbnb-Imperiums ist Familie Baethe aus dem Berliner Stadtteil Prenzlauer Berg nur ein kleines Teilchen, aber sie ist typisch für das, was den Erfolg des Unternehmens ausmacht. In ihrem Kiez steigen die Wohnungsmieten seit Jahren, der Bezirk im Osten der Stadt ist so teuer wie nie zuvor. Vor zwölf Jahren, als die Wohnungen hier noch deutlich günstiger waren, kauften Zaki Omar und Hanno Baethe ein Apartment auf der Kollwitzstraße. Heute leben die beiden Mediengestalter mit ihrer achtjährigen Tochter Suraya in der großzügigen Wohnung, laufen barfuß über das dunkle Parkett und trinken Kaffee aus großen Tassen. Seit eineinhalb Jahren vermieten sie ein Zimmer ihres Apartments über das Onlineportal Airbnb. Drei- oder viermal im Monat kommen Gäste aus Peking, New York oder Adelaide für ein paar Tage, um sich die Stadt anzuschauen. Knapp 50 Euro verlangen die beiden für eine Nacht, „so bleiben uns Partygäste erspart, die nur zum Feiern herkommen“, erklärt Baethe. Ihnen gefällt, dass ihre Tochter Umgang mit Reisegästen aus der ganzen Welt bekommt, „da lernt sie viel“, sagt Omar.

Doch auch das Geld ist ein Anreiz, der die eigene Wohnung zur Schlafstätte für Fremde werden lässt: Die beiden arbeiten an einem Videoprojekt, mit dem sie über die Herkunft von Kleidung informieren wollen. „Das funktioniert bis jetzt aber

noch nicht wirtschaftlich“, erklärt der 67-jährige Baethe. Ein regelmäßiges Einkommen werfe das Projekt nicht ab. Daher brauche man das Geld aus der Vermietung. „Wir haben regelmäßig Gäste, deshalb können wir uns auf die Einnahmen durch Airbnb verlassen“, sagt Omar.

Doch es gibt in der hart umkämpften Tourismusbranche durch die massenhafte Vermietung von Privatwohnungen über Airbnb auch Verlierer: Hoteliers und Hostelt-Betreiber klagen über Umsatzrückgänge und unfairen Wettbewerb.

Olaf Juhl ist Geschäftsführer der Baxpax-Hostels, an drei Standorten in der Hauptstadt bietet er 500 Betten für Touristen an. „Der Staat macht uns so viele Vorschriften, von Brandschutz bis Hygiene“, erklärt Juhl. Diese Auflagen zu erfüllen sei teuer. Da sie aber nicht für private Vermieter gelten, „müssen sie nicht zahlen“. Zwar steigt die Zahl der Touristen in Berlin seit Jahren, allein in den Baxpax-Hostels übernachteten 2013 knapp 35 000 Urlauber. Doch werde dieser positive Effekt durch den Erfolg der Privatvermietung deutlich gemindert: „Unserem Unternehmen geht dadurch jährlich eine Summe von 150 000 Euro verloren.“

Schein und Sein

Möglich geworden ist der Angriff dieser neuen Wirtschaftswelt nur, weil sie aus der alten Welt mit Geld geradezu überschüttet wird. Die Protagonisten der Teil-Ökonomie werden mittlerweile astronomisch hoch bewertet, Airbnb mit 10, Uber sogar mit 17 Milliarden Dollar. Das französische Car-sharing-Unternehmen blablacar.com sammelte Ende des vergangenen Monats bei einer neuen Finanzierungsrunde sagenhafte 100 Millionen Dollar bei Investoren ein.

Die neuen Geschäftsmodelle aus dem Valley locken nicht nur mit großen Gewinnversprechen, sondern auch mit einem eigenen philosophischen Überbau: Es soll nicht nur ums Geldverdienen, sondern auch ums Weltverbessern gehen.

Seit ihren Anfangstagen hat die kalifornische Technologiebewegung stets auch die Nähe zu linken idealistischen Strömungen gesucht. Mit der Zeit hat sich für diese Vermischung von ursprünglich linksliberalen Werten und knallharten kapitalistischen Beweggründen der Begriff von der „kalifornischen Ideologie“ eingebürgert.

So ist es nur folgerichtig, dass auch die Share-Economy ihre eigene ideologische Propagandatruppe hat. Sie wurde vergan-



Hostel-Geschäftsführer Juhl

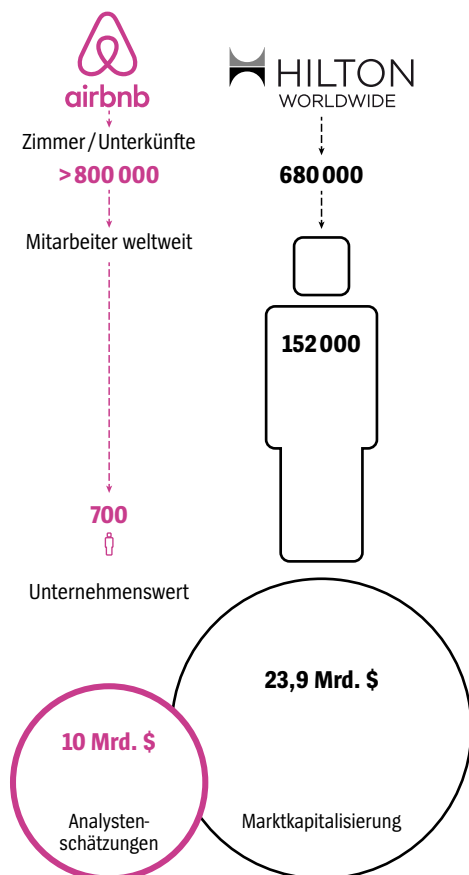
„Der Staat macht uns so viele Vorschriften“

genes Jahr gegründet und heißt peers.org. Schon das „org“ im Namen der Webadresse soll symbolisieren, dass es sich nicht um ein kommerzielles Unternehmen handle, sondern um „eine Graswurzelorganisation“. Nur: Finanziert und getragen wird Peers von mehreren Dutzend Unternehmen, die ihr Geld mit Formen des „Teilens“ verdienen. Die Graswurzelbewegung ist letztlich eine Industrielobby.

Wolfgang Ullrich ist Professor für Kunstwissenschaft und Medienphilosophie in

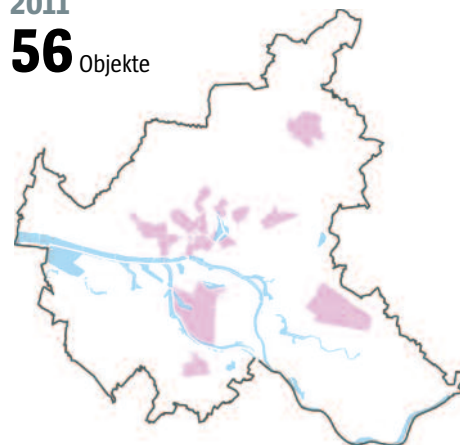
Neue Gastlichkeit

Vergleich von Airbnb mit dem internationalen Hotelkonzern Hilton

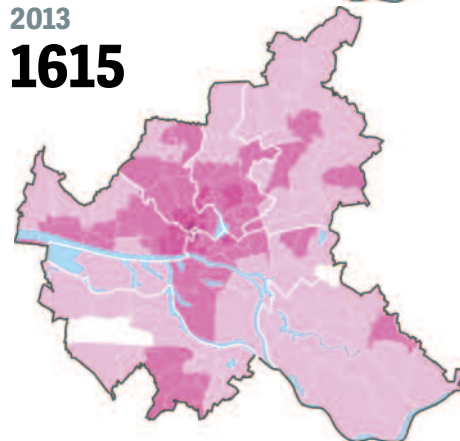


Die Ausbreitung von Airbnb-Unterkünften im Stadtgebiet Hamburg

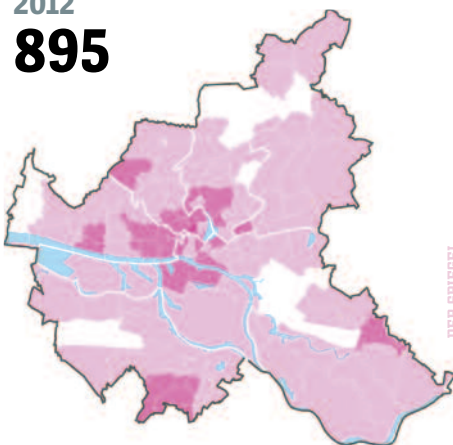
2011
56 Objekte



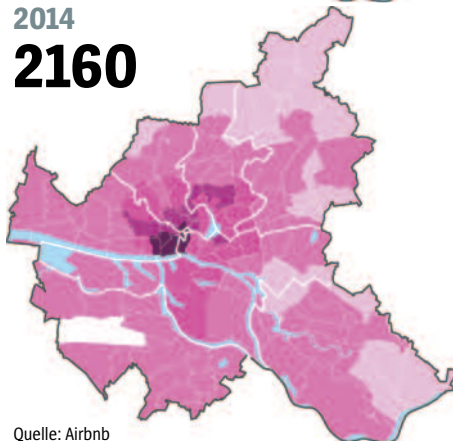
2013
1615



2012
895



2014
2160



Quelle: Airbnb



Taxifahrer Grün
Protest per Megafon

Karlsruhe. Der Wissenschaftler beschäftigt sich auch mit der Konsumkultur und hat Konzerne wie Volkswagen, Red Bull oder Swarovski beraten. „Hinter dem Begriff Share-Economy verbergen sich mehrere Trends“, sagt der Kulturforscher. Die Hinwendung zu einem nachhaltigeren Lebensstil sei dabei nur einer – und im Zweifel ist er nicht der maßgebliche. „Vor allem bietet die Share-Economy die Möglichkeit, Konsumieren vom Besitzen zu entkoppeln“, sagt Ullrich, „und damit den Konsum beschleunigt voranzutreiben.“

Teilen statt Haben ist die Befreiung des Genusses von der Last des Eigentums. Wer nicht mehr lange auf die Prada-Tasche für 2000 Euro sparen muss, sondern sich diese gegen ein paar Euro für die eine Nacht der Gala leiht, hat mehr Geld frei für den Konsum. Niemand benötigt mehr einen überquellenden und daher teuer gefüllten Kleiderschrank, um für jeden Anlass richtig gekleidet zu sein. Wer Stilsicherheit, Flexibilität und Souveränität, die Imagefaktoren des modernen Menschen, beweisen will, braucht nur noch eine App – Identitätswechsel auf Fingerdruck. „In unserer pluralen Welt können wir nicht mehr mit einem Outfit durchkommen, und 500 kann sich kaum einer leisten“, sagt Ullrich.

Alt gegen Neu

Wie schnell ein Unternehmen der Share-Economy zum Liebling der Investoren aufsteigen und zum Schrecken anderer werden kann, zeigt Uber. 2009 ursprünglich als Luxuslimousinen-Service gegründet, verzeichnete das Start-up 2013 einen Umsatz von 213 Millionen Dollar. Gerade pumpen Kapitalgeber wie Google und Goldman Sachs 1,2 Milliarden Dollar in die Firma, die inzwischen weit mehr wert ist als etwa die Autoverleihgiganten Hertz oder Avis, die Millionen Kunden und riesige Flotten kommandieren.

Die Investoren begeistert, dass Uber in kurzer Zeit zu einem globalen Phänomen geworden ist. Noch 2010 war der Dienst in gerade einmal drei Städten präsent. Inzwischen sind es über 160 Städte in 43 Län-

dern, darunter auch Hamburg, Berlin und Frankfurt am Main. Jeden Monat kommt derzeit rund ein halbes Dutzend weiterer Städte hinzu. Über sei kein normales Technologieunternehmen, betont Travis Kalanick, Gründer und Chef von Uber. „Wir verändern, wie Städte funktionieren.“

Kalanick ist eine umstrittene Figur im Silicon Valley. Er gilt als aggressiv, eitel und streitbar. Viele Menschen, die ihn gut kennen, beschreiben ihn als intellektuell brillant, aber kaum einer verliert ein gutes Wort über seinen Charakter.

Kalanick hat in letzter Zeit wiederholt klargemacht, dass er die Zukunft des Unternehmens weniger als wirtschaftliche Herausforderung, sondern als politischen Kampf betrachtet. „Wir sind in einer politischen Kampagne, der Kandidat ist Uber, und der Gegner ist ein Arschloch namens Taxi.“ So sagte es Kalanick vor wenigen Wochen öffentlich auf einer Konferenz. Aus der Sicht Ubers blockieren die alteingesessene Taxiindustrie und ihre politischen Unterstützer nur den Weg für eine bessere Transportstruktur in Großstädten. „Das System stinkt“, sagt Kalanick. „Es fühlt sich an wie in der Dritten Welt.“

Das Unternehmen richtet sich offensichtlich darauf ein, in den kommenden Jahren weltweit einen langen Kampf mit Gesetzgebern und Regulatoren zu führen. Es rüstet entsprechend auf. Vor Kurzem hat Uber den stellvertretenden Chef der New Yorker Taxibehörde abgeworben und zum Cheflobbyisten gemacht. Die Öffentlichkeitsarbeit übernahm vor Monaten ein ehemaliger Wahlkampfstrategie Hillary Clintons.

In Deutschland gehen die Behörden in Hamburg und Berlin gegen den Dienst juristisch vor, das Unternehmen wehrt sich. Die Lobbyisten der Branchen, deren Geschäftsmodelle Uber und Co. attackieren, reagieren hilflos bis eingeschüchtert auf die neue Konkurrenz aus dem Netz.

Der Berliner Taxiunternehmer Richard Leipold hat im April eine einstweilige Verfügung gegen Uber erwirkt, die es der Plattform untersagt, Fahrten an Mietwagenunternehmer oder -fahrer zu vermitteln. Das Urteil bleibt jedoch voraussichtlich ohne Konsequenzen, weil Leipold auf Anraten seiner Anwältin darauf verzichtet, es vollstrecken zu lassen, aus Angst vor Rückforderungen Ubers, falls eine höhere Instanz das Urteil zukünftig aufheben sollte. „Ich habe keine Lust, meine Altersvorsorge zu riskieren“, sagt er. Leipolds Bedenken sind nicht unbegründet: In ihrer Klageerwidderung droht eine Uber-Anwältin unverhohlen mit „ruinösen Schadensersatzforderungen“, sollte Leipold seine Ansprüche verfolgen.

Auch dem Deutschen Taxi- und Mietwagenverband ist die Angst vor Uber anzumerken. „Wir legen uns mit einem mächtigen Gegner an“, sagt Präsident Michael Müller. Der Verband will zwar „alle recht-

lichen Mittel“ gegen die Plattform nutzen, einem möglichen juristischen Erfolg blickt Müller trotzdem ohnmächtig entgegen: „Wie man eine App in letzter Konsequenz stilllegen kann, weiß ich auch nicht.“

So lange versucht es die Branche erst mal mit rustikalem Widerstand. Der Hamburger Taxifahrer Clemens Grün stellte kürzlich gemeinsam mit Kollegen einen Lkw vor die WunderCar-Zentrale, von dessen Laderampe aus er die Newcomer einen Tag lang mit Protesten übers Megafon traktierte.

Die Taxiunternehmer halten Firmen wie WunderCar oder Uber für rechtswidrig, weil die Unternehmen die zahlreichen Auflagen der Branche schlicht ignorierten. Kaum ein anderes Gewerbe ist so streng reguliert wie das der Taxibetriebe. Fahrzeuge müssen in vielen Bundesländern per Verordnung in einer normierten Farbe lackiert sein, im Fachjargon „Hellelfenbein“ genannt; seitlich müssen Taxen mindestens zwei Türen haben – aber nur rechts.

Die etablierten Taxiunternehmer werfen den Hobbytaxifahrern vor, dass sie keinen Taxischein besitzen und ihre Autos nicht ausreichend versichert sind. „Wir haben keine Angst vor Konkurrenz, aber es müssen die gleichen Regeln gelten“, sagt Verbandspräsident Müller, „alles andere ist Wettbewerbsverzerrung.“

Uber beruft sich darauf, Aufträge nur zu vermitteln. Für die Einhaltung der Gesetze seien die Fahrer verantwortlich, nicht die Plattform. Ein Argument, das auch andere Sharing-Anbieter anführen.

Regeln. Welche Regeln?

Wer seine Wohnung regelmäßig bei Airbnb anbietet, ist kein Vermieter, sondern eher ein Hotelier. Deshalb braucht er genauso einen Gewerbeschein wie jemand, der mit Uber andere Menschen durch die Stadt kutschiert.

Aber reicht das aus? Der Versuch, die Anbieter der Zukunft mit den Mitteln der Vergangenheit zu regulieren, stößt in keinem anderen Bereich so sehr an Grenzen wie im Steuerrecht. Die Frage, was bei all den Geschäften der Share-Economy für den Staat übrig bleibt, wird immer häufiger mit „nichts“ beantwortet. Das Steuerrecht ist für eine Zeit gemacht, in der Produkte über die Ladentheke gingen und eine Dienstleistung tatsächlich von Menschen erbracht wurde. Mit einem rein digitalen Geschäftsmodell ohne echte Menschen und ohne echte Dinge ist es überfordert.

So muss ein Deutscher, der seine Wohnung über Airbnb anbietet, zwar Provision an das US-Unternehmen zahlen, die er hier steuerlich geltend machen kann. Die Firma versteuert ihren Gewinn aber in den USA – obwohl die Leistung hier erbracht wurde. Und ob der Vermieter seine Einnahmen tatsächlich beim Finanzamt de-



Was als idealistischer Gedanke startete, endet mitunter in einer besonders gut getarnten Form der Ausbeutung.

klariert, ist zumindest fraglich. Viele Bürger verdienen sich einfach etwas dazu.

Und die Entwicklung steht erst am Anfang. Sofern Firmen ihren Sitz in ein Steuerparadies wie Antigua verlegen würden, bliebe für keine Steuerbehörde der Welt etwas übrig. In der Share-Economy könnte so ein Milliardenmarkt entstehen, der für alle Beteiligten nach dem Prinzip „brutto für netto“ funktioniert. Den Staaten brächen dann allerdings Steuereinnahmen weg, zum Schaden der Bürger.

„Wenn wir es nicht schaffen, die Firmen und die Nutzer ordentlich zu besteuern, brauchen wir uns angesichts der dynamischen Entwicklung über viele andere Themen bald keine Gedanken mehr zu machen“, heißt es im Finanzministerium. Allerdings gestehen die Experten von Behördenchef Wolfgang Schäuble ein: „Wir haben das Problem zwar auf dem Schirm, sind aber erst dabei, uns Lösungen zu überlegen.“

Weil Suchmaschinen wie Xpider, die für die Finanzämter etwa bei Ebay nach Web-schwarzhändlern fahnden, an viele bei den Anbietern gespeicherten Daten nicht herankommen, versuchen es die Steuerbehörden nun erst einmal auf traditionellem Weg. Derzeit überlegen Bund und Länder, welche Firmen der Share-Economy sie sich genauer angucken wollen.

Dann könnten einige Unternehmen Post aus Deutschland bekommen. Airbnb etwa müsste alle Personen nennen, die schon einmal eine Wohnung über den Anbieter vermietet haben. „Natürlich klingt es nicht zeitgemäß, so etwas national zu regeln“,

heißt es im Finanzministerium, „aber es gibt nun mal kein Weltsteuerrecht.“

Das Problem ist allerdings, dass selbst ein nationales Gesetz nur dann wirksam ist, wenn der Staat es auch durchsetzen kann. Was banal klingt, stellt Torsten Kühne vor große Probleme. Der CDU-Politiker ist Bezirksstadtrat von Berlin-Pankow – und damit auch für den bei Touristen beliebten Stadtteil Prenzlauer Berg zuständig, in dem wahrscheinlich über tausend Ferienwohnungen existieren, unter anderem die von Zaki Omar und Hanno Baethe.

Weil das Geschäft im Prenzlauer Berg dank Onlinevermittlern stark gewachsen ist, hat der Berliner Senat im Frühjahr die Umwidmung von Wohnraum in Ferienwohnungen ohne Genehmigung verboten. Auch alle bereits bestehenden Apartments für Touristen müssen gemeldet werden.

So weit die Theorie. Gerade einmal 900 entsprechende Anträge sind bei Kühnes Behörde bislang eingegangen – allein bei Airbnb werden jedoch weit mehr Wohnungen angeboten. Natürlich könnten Kühnes Mitarbeiter alle Anbieter überprüfen, ob sie ihre Ferienwohnung gemeldet haben und einen Gewerbeschein besitzen.

Allerdings hat Kühne für diese Aufgabe bestenfalls vier Stellen – und die sind derzeit noch nicht einmal besetzt. „Wir haben überhaupt keine Chance, die Einhaltung der Gesetze flächendeckend zu überprüfen“, sagt er. „Bis wir mit der Kontrolle anfangen, gibt es zig neue Anbieter.“ Und so sind Nachbarn bislang die wirksamste Hilfe, um Verstöße aufzudecken. Dutzende

de Briefe und Mails gehen monatlich bei Kühne ein, gespickt mit Hinweisen über Wohnungen, die an Touristen vermietet werden.

Die andere Seite der Moral

„Die Share-Economy verstärkt die schlimmsten Exzesse des vorherrschenden ökonomischen Modells: Sie ist Neoliberalismus auf Steroiden.“ Evgeny Morozov gehört zu den kritischen Denkern des Internetzeitalters, und dies war seine Antwort auf eine Frage, die er in seinem Aufsatz „Die Share-Economy untergräbt die Rechte der Arbeitnehmer“ in der *Financial Times* stellte: „Warum sollte man die Share-Economy fürchten?“

Die Moguln des Silicon Valley würden eine Wohlfühlutopie verkaufen, die den Regeln des Marktes folge, aber mit dem altruistischen Anspruch von Open-Software-Projekten. Doch tatsächlich würden viele Geschäftsmodelle der Share-Economy das Modell der Vollzeitbeschäftigung weiter zerstören, Arbeitnehmerrechte untergraben, und sie seien ein Anschlag auf die Gewerkschaften. „Sie verwandeln Arbeitnehmer in permanent erreichbare, selbstangestellte Unternehmer, die wie Marken denken müssen“, sagt Morozov.

Vor „moderner Sklaverei“ warnt auch Reiner Hoffmann. „Dieses Modell darf keine Zukunft haben“, sagt der Vorsitzende des Deutschen Gewerkschaftsbundes (siehe Interview Seite 65).

Die Share-Economy funktioniert oft nur deswegen, weil Leute, die nicht genug verdienen, ihre Güter teilen. Die Unternehmen, die den Marktplatz bereitstellen, profitieren vom Schwarmbesitz, der Schwarmintelligenz, der Schwarmfreizeit – sie kasieren, ohne selbst groß zu investieren. Die Unternehmen haben keine Verantwortung für ihre „Crowd“, und sie wollen auch gar keine. Was als idealistischer Gedanke startete, endet mitunter in einer besonders gut getarnten Form der Ausbeutung.

Normalerweise fährt Karman Ebil* den Reisebus eines Berliner Unternehmens durch Deutschland. Vor ein paar Wochen erzählte ihm ein Freund von Uber. Er könne mit seinem eigenen Auto gegen Bezahlung Gäste fahren, wann es ihm passe.

Seit einigen Wochen ist Ebil nun bei Uber registriert, an seinen freien Tagen kurvt er regelmäßig mit seinem VW Golf durch Berlin und wartet darauf, dass sein Smartphone den nächsten Gast anzeigt, den er abholen kann. „Für den Job als Busfahrer werde ich nicht gut bezahlt, natürlich kann ich das Geld von Uber gut gebrauchen“, erklärt Ebil. Laut Vereinbarung mit Uber erhält er 80 Prozent der Fahrtkosten. Ein Fünftel der Erträge gehen demnach direkt an den Uber-Konzern. Nur

* Name von der Redaktion geändert.

wenige Unternehmen fahren eine ähnliche Traumrendite ein.

Die Probleme der Politik

Die Traditionsbranchen stemmen sich gegen die neue Konkurrenz – und begehen dabei Fehler. So wie die Taxifahrer, die Mitte Juni in ganz Europa protestierten und für ihre härtesten Konkurrenten Werbung machten. Hunderttausende hörten so erstmals von Uber.

Zwar gelang es den Taxifahrern, Politiker für ihr Anliegen zu sensibilisieren. Ob diese die gewünschten Schlüsse ziehen, ist aber fraglich. „Natürlich müssen wir uns Gedanken darüber machen, wie wir faire Spielregeln für alle Anbieter definieren“, sagt der netzpolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion Lars Klingbeil. „Aber Gesetze, die digitale Geschäftsmodelle zerstören, darf es nicht geben.“ CDU-Kollege Thomas Jarzombek sieht das genauso: „Wir sollten auf keinen Fall alles wegregulieren, um die traditionellen Branchen zu schützen. Die meisten jungen Firmen bieten viel mehr Chancen als Risiken.“

Christopher Kampshoff will die Chancen nutzen. Der 37-jährige Bankkaufmann hat jahrelang in der Finanzbranche gearbeitet, etwa bei JP Morgan in London. Vor anderthalb Jahren gründete er eine Firma in der Share-Economy. Der Starnberger entwickelte die App Lendstar, über die Privatleute Kleinkredite vergeben können. Lendstar selbst bezeichnet sich als „Euer soziales Finanznetzwerk“, teure Dispokredite sollen über die App umgangen werden.

Nach der Anmeldung muss man eine Gruppe erstellen und kann sich dann mit Freunden verbinden. In der Gruppe kann man beispielsweise Geld leihen und verleihen. Wer kurzfristig 500 Euro braucht, kann sich von 50 „Freunden“ je zehn Euro leihen oder von zehn jeweils 50 – je nachdem, wie groß die Zahlungsbereitschaft ist. Lendstar spricht von zehn Millionen Menschen in Deutschland, die regelmäßig einen solchen Dispo in Anspruch nehmen. Die Idee war, für die Verleiher nur Minizinsen zu nehmen, um so eine Konkurrenz zur klassischen Bank zu sein. Doch kaum ging Lendstar an den Markt, kam Post von der Finanzdienstleistungsaufsicht Bafin: So gehe das nicht. Wenn die Teilnehmer Zinsen erheben würden, egal wie niedrig, brauche jeder einzelne eine Banklizenz. Kampshoff selbst benötige eine Kreditmaklerlizenz, zudem müssten sich alle an das Zahlungsdienstleistungsgesetz halten.

„Mit derartigen Geschossen tritt man schnell eine gute Idee tot“, sagt Kampshoff. Er sei nicht generell gegen Regeln, aber er glaube nicht, dass alle bisherigen Regeln auf

Modelle wie seines anwendbar seien. „Viele Regeln dienen doch auch dazu, den Markt zu beschränken. Wir wollen mehr Spielraum.“

Noch läuft die Politik der Entwicklung in der digitalen Ökonomie meist hinterher, ein entsprechender Ausschuss im Bundestag wurde erst im Frühjahr gegründet. Da war das Internet längst volljährig.

Bisher haben sich nur wenige Gedanken darüber gemacht, welche Folgen die schumpetersche Kraft des Netzes für den Gesetzgeber hat; auch in der Regierung. „Wir haben bei dem Thema noch nicht einmal an der Oberfläche gekratzt“, sagt ein Regierungsmitglied. Und Nachhaltigkeits-Professor Heinrichs meint: „Die Politik hat das Thema bislang weitgehend verpennt.“ Sie reagiere nur, statt den Prozess mitzugestalten.

Die ehemalige Justizministerin Brigitte Zypries ist so etwas wie das Digital-Gewissen von Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel. Als parlamentarische Staatssekretärin ist sie für alles rund ums Internet zuständig. Vor Kurzem war sie mit deutschen Gründern in Kalifornien – und vieles von dem, was sie bei Airbnb und Co. gesehen hat, macht ihr Sorge: „Im Silicon Valley herrscht eine Goldgräberstimmung, und die Share-Economy wird nur positiv gesehen. Die sozialen Folgen werden ausgeblendet.“

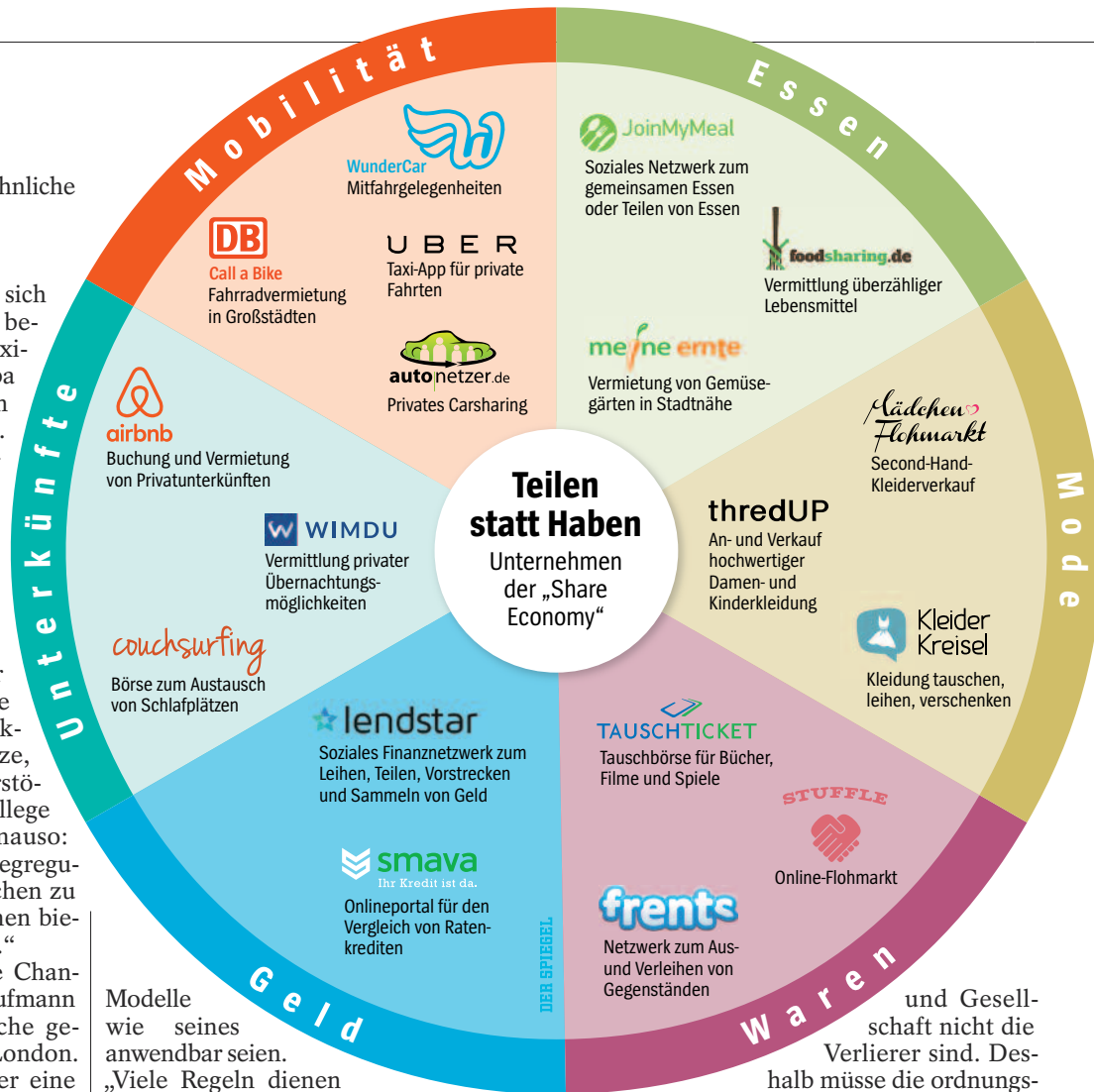
Sie wünscht sich deshalb eine Debatte über die gesellschaftlichen Auswirkungen der neuen Plattformen und will, dass Staat

und Gesellschaft nicht die Verlierer sind. Deshalb müsse die ordnungsgemäße Besteuerung der Einnahmen sichergestellt werden. „Und wir müssen dringend die Haftungs- beziehungsweise Versicherungsfragen klären“, sagt sie. Es müsse klar sein, wer zahle, wenn es zu Unfällen komme.

In Hamburg hat der Staat bereits gesprochen. Anfang Juni untersagte die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovationen WunderCar-Gründer Froh, „geschäftsmäßige Beförderung“ zu vermitteln, da seine Fahrer keinen Personenbeförderungsschein besitzen. Bei Zuwiderhandlung droht ein Zwangsgeld. Froh reagierte, indem er den Fahrern rät, offiziell maximal die Betriebskosten für die Fahrt in Rechnung zu stellen – und alles darüber hinaus als Trinkgeld zu deklarieren. Dann sei es nicht gewerblich und damit rechtskonform.

Froh ist selbst bei WunderCar registriert – allerdings nur als potenzieller Fahrgast. Seine Dienste als Fahrer kann er nicht anbieten, da die WunderCar-Regularien vorschreiben, dass das Auto mindestens drei Türen und vier Sitze aufweisen muss. Froh fährt einen zu engen Porsche.

Sven Böll, Markus Dettmer, Paul Middelhoff, Ann-Kathrin Nezik, Thomas Schulz, Janko Tietz



Animation:
Vernetztes Teilen

spiegel.de/app342014shareconomy
oder in der App DER SPIEGEL

„Moderne Sklaverei“

Interview DGB-Chef Reiner Hoffmann, 59, über die Risiken der Share-Economy für Arbeitnehmer

SPIEGEL: Herr Hoffmann, haben Sie schon mal über eine digitale Tauschbörse eine Wohnung oder eine Mitfahrgelegenheit gemietet?

Hoffmann: Ich habe mir das eine oder andere Portal zwar schon mal angeschaut, aber noch nie eines genutzt.

SPIEGEL: Werden Sie es irgendwann tun?

Hoffmann: Im Leben nicht.

SPIEGEL: Warum?

Hoffmann: Sie müssen sich anschauen, unter welchen Konditionen dort neue Geschäftsmodelle angeboten werden. Als Studenten haben wir gern die Mitfahrzentralen genutzt, um günstig von Düsseldorf nach Berlin zu kommen. Das hat jeder gemacht. Aber wenn daraus ein Geschäftsmodell gemacht wird, das sich allen Regeln entzieht, ist das etwas anderes. Bei vielen Taxi-Apps gibt es zum Beispiel keinen Personenbeförderungsschein, keinen Gewerbeschein, keine Sozialversicherung. Das hat mit Selbsthilfe nichts mehr zu tun. Dieses Modell darf keine Zukunft haben.

SPIEGEL: Aber was spricht denn dagegen, dass Bürger ihre Güter teilen, um nachhaltiger zu wirtschaften?

Hoffmann: Nichts, wenn es wirklich ums Teilen ginge. Nehmen Sie die Apps zur Immobilienvermietung. Allein in Berlin gibt es bereits mehr als 6000 Wohnungen, die nicht mehr auf dem normalen Mietmarkt erscheinen. Die werden ausschließlich über diese Apps kurzfristig angeboten, weil es einen höheren Profit für die Besitzer abwirft. Das ist der pure Kommerz auf der Grundlage neuer elektronischer Vermarktungsmöglichkeiten.

SPIEGEL: Viele Menschen bieten über diese Apps zeitweise Zimmer an, damit sie sich ihre teurer werdenden Wohnungen etwa in Berlin noch leisten können.

Hoffmann: Wenn sie sich auf diese Weise gelegentlich etwas hinzuverdienen, habe ich nichts dagegen. Ein Student macht in einer anderen Stadt ein Praktikum und findet über das Netz eine günstige Wohngelegenheit – super. Aber man muss schon genau hinschauen. Bei vielen dieser Angebote auf den Plattformen geht es eher darum, dass vor allem die Vermittler dauerhaft schnelles Geld bei Umgehung aller Vorschriften verdienen. Das sind nicht neue Modelle der sozialen Ökonomie, sondern neue Formen der Ausbeutung. Und das geht mit den Gewerkschaften gar nicht.

SPIEGEL: Die neuen Taxi-Apps zum Beispiel sind nichts anderes als elektroni-

sche Varianten herkömmlicher Mitfahrzentralen. Was ist daran asozial?

Hoffmann: Wir waren gerade dabei, für das Taxigewerbe halbwegs vernünftige Arbeitsbedingungen zu vereinbaren und zum Beispiel einen Mindestlohn auszuhandeln. Nun drängt der Taxidienst Uber auf den Markt, zu dessen Geschäftsprinzipien es gehört, solche Regeln zu umgehen und 20 Prozent Anteil von jeder vermittelten Fahrt einzustreichen. Wir reden hier nicht über ein gemeinnütziges Internetprojekt, sondern über ein kapitalistisches Unternehmen, an dem die Investmentbank Goldman-Sachs und



Gewerkschafter Hoffmann
„Über? Nicht so“

der Internetkonzern Google beteiligt sind. Denen geht es nur um eines: so viel Geld zu verdienen wie möglich.

SPIEGEL: Es gibt auch Plattformen, die Haushaltshilfen vermitteln. Dadurch kann eine Person mehrere Kurzzeitzjobs zu einer Vollzeitstelle bündeln. Was halten Sie davon?

Hoffmann: Meine Haushaltshilfe kommt von der Diakonie. Dafür zahle ich einen ordentlichen Preis, dafür erhalten die Mitarbeiter ordentliche Löhne und haben klar geregelte Arbeitsbedingungen. Auf den elektronischen Plattformen dagegen entstehen neue Formen der oftmals prekären Solo-Selbstständigkeit. Die Hilfen arbeiten auf Abruf, im Zweifelsfall in einem Set von Leuten, an die die Botschaft rausgeht: am Dienstag, 18

bis 20 Uhr, Haushaltsreinigung. Wer hat Zeit, wer bietet an und das zum günstigsten Preis. Das ist doch moderne Sklaverei.

SPIEGEL: Und was ist Ihre Lösung? Wollen Sie die Digitalisierung stoppen?

Hoffmann: Nein, wir wollen die neue Technik natürlich nutzen. Für die Gewerkschaften resultieren daraus Gestaltungschancen, aber auch Risiken. Wir müssen den klaren Blick behalten und differenzieren: Für uns kommt es darauf an, den Wert der Arbeit zu erhalten. Die Politik muss dafür sorgen, dass Kündigungsschutz, Mindestlöhne, Arbeitsschutz- und Arbeitszeitregeln auch für die neuen digitalen Angebote gelten.

SPIEGEL: Welche Arbeitnehmerrechte sehen Sie gefährdet?

Hoffmann: Es geht um eine Vielzahl von Fragen, zum Beispiel bei den Taxi-Apps: Wie sieht es mit dem Arbeits- und Gesundheitsschutz aus? Wer haftet bei einem Unfall? Wie ist die Sozialversicherungspflicht geregelt? Wo bleibt die Arbeitnehmervertretung? Diese Ideologie des Netzes, wonach ohne Regulierung angeblich alles einfacher wird, geht mir auf den Senkel. Die Finanzkrise, die schlimmste Wirtschaftskrise seit vielen Jahrzehnten, war doch nicht Ausfluss überbordender Vorschriften – das genaue Gegenteil hat die Welt 2008 an den Rand der Katastrophe geführt.

SPIEGEL: Sie versuchen, die Regeln der Industriegesellschaft auf die neue Welt der digitalen Ökonomie zu übertragen. Haben Sie keine Angst, dass Sie Deutschland so von der internationalen Entwicklung abkoppeln?

Hoffmann: Die Gewerkschaften sind keine Maschinenstürmer, und wir kämpfen auch nicht für den Heizer auf der E-Lok. Die Digitalisierung macht es möglich, Arbeit und Leben besser miteinander zu verbinden. Gerade deswegen müssen wir uns aber auch um die Risiken kümmern ...

SPIEGEL: ... und jeder fährt weiter in seinem eigenen Auto.

Hoffmann: Warum? Ich finde Carsharing prima. Ich habe gar kein Auto mehr. In meiner Heimatstadt kann ich mir das Auto von meinem Nachbarn ausleihen. Das heißt, das nächste Auto ist gerade 500 Meter entfernt. Neue Formen der Mobilität, welche Belastungen hat der Individualverkehr für die Umwelt, Ausbau der Infrastruktur – darüber sollten wir diskutieren. Aber Uber? Nicht so, wie es jetzt organisiert wird.

Interview: Markus Dettmer, Michael Sauga