

Qualitative und quantitative Auswirkungen der Sharing Economy in Nordrhein- Westfalen

Endbericht für Vergabe-Nr. 40/2016

Kurzstudie

Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie,
Mittelstand und Handwerk
des Landes Nordrhein-Westfalen
Herrn Ministerialdirigent Wulf Noll
Berger Allee 25
40213 Düsseldorf

Ansprechpartner:

Dr. Vera Demary
Barbara Engels
Dr. Christian Rusche

Köln, 15. Dezember 2016

Kontakt Daten Ansprechpartner

Dr. Vera Demary
Telefon: 0221 4981-749
Fax: 0221 4981-99749
E-Mail: vera.demary@iwkoeln.de

Barbara Engels
Telefon: 0221 4981-703
Fax: 0221 4981-99703
E-Mail: engels@iwkoeln.de

Dr. Christian Rusche
Telefon: 0221 4981-412
Fax: 0221 4981-99412
E-Mail: rusche@iwkoeln.de

Institut der deutschen Wirtschaft Köln
Postfach 10 19 42
50459 Köln

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	4
1 Einleitung	6
2 Die Sharing Economy in Nordrhein-Westfalen	10
2.1 Unterkunftssektor	10
2.2 Mobilitätssektor	14
2.3 Dienstleistungssektor	21
2.4 Finanzdienstleistungssektor	25
2.5 Gütersektor	32
2.6 Audiovisuelle Medien	36
3 Die Nutzung der Sharing Economy	42
4 Effekte der Sharing Economy	46
4.1 Wirtschaftliche Effekte	46
4.2 Effekte auf den Arbeitsmarkt	53
4.3 Effekte auf Ressourcen	60
5 Chancen und Risiken der Sharing Economy	65
Literatur	68
Tabellenverzeichnis	77
Abbildungsverzeichnis	77

Zusammenfassung

Die Digitalisierung bringt neue Geschäftsmodelle mit sich, darunter die sogenannte Sharing Economy. Zu dieser zählen alle ökonomischen Aktivitäten, die mithilfe einer webbasierten Plattform das Teilen von Gütern, Dienstleistungen und Wissen ermöglichen. Um zu ermitteln, welche Bedeutung Sharing-Plattformen in Nordrhein-Westfalen haben und ob es regionale Unterschiede in der Nutzung gibt, werden in dieser Studie nachfolgende sechs Sektoren untersucht.

- **Unterkunft.** Onlineplattformen, die Anbieter und Nachfrager von Unterkünften zusammenbringen, spielen in NRW bereits eine vergleichsweise wichtige Rolle. Der Grad ihrer Etablierung unterscheidet sich je nach Region. Eine klare Stadt-Land-Differenz ist dabei nicht ersichtlich.
- **Mobilität.** Carsharing, bei dem statt eines eigenen Autos ein Fahrzeug von privaten oder gewerblichen Anbietern geliehen wird, konzentriert sich in NRW bisher auf städtische Regionen mit vielen potenziellen Nachfragern. Das Ridesharing, bei dem Personen im eigenen Auto mitgenommen werden, ist insbesondere für Fahrten von und zu Hochschulstädten relevant. Es besteht insgesamt noch erhebliches Ausbaupotenzial.
- **Dienstleistungen.** Die Onlinevermittlung von Dienstleistungen aller Art ist für NRW kaum relevant, selbst wenn der Begriff Sharing Economy sehr weit gefasst wird. Dies gilt auch für die urbanen Gebiete. Dienstleister sind bereits häufig auf Plattformen registriert, nutzen sie aber kaum.
- **Finanzdienstleistungen.** Insgesamt hat Crowdfinanzierung für NRW noch eine geringe Bedeutung. Die Vergabe von Krediten über Onlineplattformen durch private Investoren (Crowdlending) entspricht, gemessen an der Bevölkerungszahl, etwa dem Bundesdurchschnitt, ist aber rückläufig. Crowdinvesting als Finanzierungsform von Start-ups konzentriert sich in NRW auf Großstädte und ist im Vergleich zu den Volumina anderer Investitionsformen von geringer Bedeutung. Crowdfunding-Projekte, die gewissermaßen auf Spenden basieren, sind zwar in fast allen Regionen NRWs anzutreffen, aber quantitativ wenig relevant.
- **Güter.** Der Verleih von Gütern über Sharing-Plattformen macht nur einen kleinen Anteil am Gesamtgütermarkt in NRW aus. Dabei besteht in diesem Sektor großes Potenzial, weil viele Güter in Privathaushalten bisher suboptimal genutzt werden. Regionale Unterschiede sind in diesem Sektor gering.
- **Audiovisuelle Medien.** Video- oder Musikstreaming ist in ganz NRW und besonders in kleinen Städten und ländlichen Regionen verbreitet. Aufgrund der dortigen schlechteren Bandbreitenverfügbarkeit könnten zum Teil jedoch Engpässe in den Randbereichen des Bundeslandes bestehen.

Sharing-Plattformen werden vor allem von jüngeren Zielgruppen genutzt, sowohl auf Nachfrager- als auch auf Anbieterseite. Für NRW ergeben Berechnungen zwischen 1 Million und 6,7 Millionen Nutzer. Grundsätzlich ist zu erwarten, dass die Nutzung dieser Angebote zunehmen wird.

Die Befürchtung einiger etablierter Unternehmen, traditionelle **Geschäftsmodelle** würden durch die Sharing Economy zerstört, hat sich für NRW bisher nicht bewahrheitet. Vielmehr kann von einem Nebeneinander von traditionellen und Sharing-Geschäftsmodellen gesprochen werden. Die Verbraucher profitieren von einem differenzierteren Angebot. Die etablierten Unternehmen bemerken je nach Sektor neue Wettbewerber und nehmen diese Herausforderung zumindest teilweise an. Gründungen und Selbstständigkeit werden durch die Sharing Economy begünstigt.

Bezüglich der Auswirkungen der Sharing Economy auf den **Arbeitsmarkt** herrscht Ambivalenz. Zwar sind Beschäftigungsrückgänge vor allem in etablierten Unternehmen denkbar, gleichzeitig ist jedoch naheliegend, dass die Sharing Economy die Wirtschaft belebt und neue Möglichkeiten des Einkommenserwerbs sowie Flexibilität schafft.

Auch die Auswirkungen der Sharing Economy auf **Ressourcenverbrauch und Umwelt** lassen sich nicht abschließend bewerten. So kann das Teilen von Ressourcen verbrauchssenkend wirken und damit positive Effekte auf die Umwelt auslösen. Dies gilt jedoch nur dann, wenn die Nachfrage nicht deutlich zunimmt oder die Transaktionskosten in Form der Transportkosten gering sind.

Insgesamt ist die Sharing Economy für NRW mit zahlreichen **Chancen**, aber auch mit **Risiken** verbunden. Die Risiken bestehen unter anderem in einem unfairen Wettbewerb mit etablierten Unternehmen und einer Verlagerung des unternehmerischen Risikos auf den Einzelnen. Chancen liegen vor allem in der Belebung statischer Märkte und in gesteigerter Innovationstätigkeit, der Senkung der Hürden für Gründer sowie der umfassenden Senkung von Transaktionskosten.

1 Einleitung

Die Digitalisierung bringt zahlreiche neue internetbasierte Geschäftsmodelle mit sich. Dazu zählen auch Unternehmen der sogenannten Sharing Economy, bei denen das Teilen von Ressourcen im Vordergrund der Geschäftsaktivitäten steht. Auch für Deutschland und Nordrhein-Westfalen spielt die Sharing Economy inzwischen eine Rolle. Dabei ist die Idee, Eigentum durch Nutzung zu substituieren, nicht neu, wie etwa Bibliotheken oder auch das Konzept der Nachbarschaftshilfe belegen. Neu an der Sharing Economy ist jedoch, dass das Internet und die webbasierte, multilaterale Plattform, die das Zentrum des Sharing-Geschäftsmodells bildet, eine dynamische Unternehmensentwicklung und einen schnellen Anstieg der Nutzerzahlen ermöglichen, sodass Sharing-Unternehmen bereits kurz nach ihrer Gründung eine enorme Größe erreichen können. So ist die Anzahl der Nutzer der US-amerikanischen Übernachtungsplattform Airbnb zwischen 2010 und 2015 um das 353-Fache gestiegen (Airbnb, 2015).

Mit der Sharing Economy gehen zahlreiche Chancen, aber auch Herausforderungen einher. So treten die Sharing-Plattformen zumeist in Märkte ein, in denen Anbieter einer vergleichbaren Dienstleistung seit langem etabliert sind. Aber die Wettbewerbsbedingungen für die neuen und die etablierten Anbieter sind häufig nicht identisch: Bislang finden viele Sharing-Plattformen Schlupflöcher in den bestehenden Marktregularien, welche ihnen den Markteintritt und die Durchsetzung auf dem Markt erleichtern. Gleichzeitig hat die Sharing Economy viele gesellschaftliche Vorteile: Sharing-Plattformen können die individuelle Nachfrage möglicherweise präziser abdecken als traditionelle Geschäftsmodelle und über sogenannte Peer-to-Peer-Modelle (P2P-Modelle) auch Einzelpersonen zu Anbietern machen. Dies könnte Gründungen vereinfachen und positive Effekte auf die wirtschaftliche Entwicklung einer Region haben.

Inzwischen gibt es eine rege politische Diskussion um die Regulierung von Onlineplattformen im Allgemeinen und Sharing-Plattformen im Besonderen (siehe zum Beispiel BMWi, 2016a; Europäische Kommission, 2016a). Zugleich ist jedoch über den Umfang der Nutzung und die wirtschaftlichen Effekte der Sharing Economy wenig bekannt. Hier setzt die vorliegende Kurzstudie an und analysiert die ökonomische Bedeutung der Sharing Economy für Nordrhein-Westfalen. Als bevölkerungsreichstes Bundesland mit einer hohen Bevölkerungsdichte erscheint NRW prädestiniert für die Anbieter von Sharing-Plattformen, da ein hohes Nutzerpotenzial und eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur vorhanden sind. Ein besonderer Fokus wird in der Analyse darauf gelegt, wie sich die Ausprägungen der Sharing Economy im städtischen und im ländlichen Raum NRWs unterscheiden.

Für die Sharing Economy gibt es keine allgemein anerkannte Definition. Im Rahmen dieser Studie wird daher die in Demary (2015a, 4) angeführte Definition in einer weiten Auslegung verwendet: Zur Sharing Economy im weiteren Sinne zählen alle ökonomischen Aktivitäten, die mithilfe einer webbasierten Plattform das Teilen von Gütern, Dienstleistungen und Wissen ermöglichen. Dies schließt sowohl Aktivitäten ein, bei denen Individuen Ressourcen teilen (P2P-Modell), als auch Aktivitäten, bei denen ein Unternehmen das Gut oder die Dienstleistung bereitstellt (wie etwa beim Streaming von Filmen oder der minutengenauen, nicht stationsbasierten Vermietung von Autos, dem sogenannten Free-Floating-Carsharing). Sharing-Plattformen können kommerziell oder nicht-kommerziell sein. Die Abgrenzung zu traditionellen Vermietungsangeboten ist oft unscharf. Oft werden Transaktionen zwischen zwei Marktseiten über eine Onlineplattform bereits als Sharing Economy bezeichnet. Die einzige Bedingung ist demnach, dass die Onlineplattform und gegebenenfalls weitere neue Technologien wie Smartpho-

nes oder Apps den Kern der Aktivitäten darstellen (Demary, 2015a, 6) und die Transaktionen über die digitale Plattform erst ermöglicht werden.

Im engeren Sinne muss Sharing Economy auch mit Teilen zu tun haben (Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015a). Damit eine P2P-Plattform als Sharing-Plattform gelten kann, müssen freie Kapazitäten von Gütern im Privatbesitz geteilt, also gemeinschaftlich genutzt oder vermietet werden. Es handelt sich um eine Transaktion zwischen einem Verbraucher und einem Privatanbieter – nicht einem professionellen Anbieter. Dem Nutzer wird in diesem Sinne ein eigentumsloser Zugang zu dem jeweiligen Produkt oder der Dienstleistung ermöglicht. Der Anbieter schöpft Wert aus seinem Vermögen, indem er diesen Zugang gewährt.

Tabelle 1-1 zeigt, inwiefern die in dieser Studie untersuchten Plattformen die Sharing-Merkmale des Teilens, des Geschäfts von privat zu privat (P2P) und der digitalen Vermittlung aufweisen. Ebenso zeigt Tabelle 1-1 die sechs Sektoren der Sharing Economy, die in dieser Kurzstudie abgedeckt werden. Je nach Geschäftsmodell unterscheidet sich die regionale Nutzung. So sind einige Angebote von der regionalen Verfügbarkeit eines Gutes abhängig (zum Beispiel von der Verfügbarkeit von Fahrzeugen beim Carsharing). In diesem Bereich sind große regionale Unterschiede zu erwarten. Andere Angebote dagegen finden zumindest teilweise im virtuellen Raum statt, sodass regionale Nutzungsunterschiede, etwa zwischen städtischen und ländlichen Räumen, wenig wahrscheinlich sind (beispielsweise beim Crowdfunding).

Tabelle 1-1: Merkmale der Sharing Economy in den unterschiedlichen Sektoren

Zuordnung unterschiedlicher Geschäftsmodelle zur Sharing Economy und erwartete regionale Nutzungsunterschiede

Geschäftsmodell	Beispiele	Teilen (Nutzen statt Kaufen)	Geschäft von privat zu privat	Digitale Vermittlung	Erwartete regionale Nutzungsunterschiede
Unterkunft					hoch
Vermittlung von Privatunterkünften zur Kurzzeitnutzung	Airbnb, Wimdu, 9flats	+	+/-	+	
Mobilität					hoch
Free-Floating-Carsharing	Car2go	+	-	+	
P2P-Carsharing	drivy	+	+/-	+	
Stationsbasiertes Carsharing	Flinkster	+	-	+/-	
Ridesharing	BlaBlaCar	+	+	+	
Dienstleistungen					mittel
Vermittlung von Dienstleistungen	Helpling, freelance.de, freelancemap.de	-	+/-	+	
Tauschen von Dienstleistungen	exchange-me.de	+	+	+	

Finanzdienstleistungen					gering
Crowdlending	Auxmoney	-	+	+	
Crowdinvesting	Seedmatch, Zinsland	-	-	+	
Crowdfunding	Startnext	-	+	+	
Güter					mittel
Leih- und Mietangebote für Bücher, Geräte, Werkzeuge, Kleidung	frents.com, mietmeile.de, Kleiderlei	+	+	+	
Kleidertausch- und -verkaufsplattformen	Kleiderkreisel, Kinderado	+/-	+	+	
Foodsharing	foodsharing.de	+	+	+	
Audiovisuelle Medien					gering
Musikstreaming	Spotify, SoundCloud	+	+/-	+	
Videostreaming	Netflix, YouTube	+	+/-	+	

Skala: "+": trifft zu, "+/-": unentschieden, "-": trifft nicht zu

Quelle: angelehnt an Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015a

Um die Unterschiede zwischen städtischen und ländlichen Regionen in NRW untersuchen zu können, wird im Folgenden genauer auf sieben ländliche Kreise beziehungsweise Regionen und sieben Städte eingegangen (siehe Tabelle 1-2).

Tabelle 1-2: Regionale Differenzierung der Studie

In die Analyse einbezogene Städte (hellblau markiert), Kreise und Regionen

Städte	Kreise/Regionen
Aachen	Hochsauerlandkreis
Bielefeld	Kreis Euskirchen
Dortmund	Kreis Heinsberg
Düsseldorf	Märkischer Kreis
Essen	Rhein-Kreis Neuss
Köln	Münsterland
Münster	Ostwestfalen-Lippe

Quelle: eigene Zusammenstellung

Der Suchbegriff „Sharing Economy“ wird aus Deutschland bei der Suchmaschine Google seit dem Jahr 2011 mit zunehmender Häufigkeit eingegeben. Auch die nordrhein-westfälischen Suchanfragen nach der Sharing Economy begannen in jenem Jahr. Die Analyse der Suchanfragen erlaubt keine Aussage über Angebot und Nachfrage der Sharing Economy, sondern ord-

net lediglich das Interesse an einem bestimmten Thema geografisch und zeitlich zu. Wird die Summe aller Suchanfragen nach dem Begriff „Sharing Economy“ seit 2011 betrachtet, zeigt sich für Deutschland ein regional unterschiedlich ausgeprägtes Interesse (siehe Abbildung 1-1). Die meisten Anfragen kamen trotz der vergleichsweise geringen Bevölkerung aus Berlin. Relativ zu den Berliner Anfragen suchen Personen in Nordrhein-Westfalen weniger als halb so oft nach „Sharing Economy“. Die gute Positionierung von Berlin und Hamburg deutet an, dass das Interesse in großen Städten besonders stark ausgeprägt ist. Grundsätzlich ist es bei dieser Art von Daten immer möglich, dass ein anderer Suchbegriff auch das Ergebnis verändert oder häufiger gesucht wird. Dies wurde bei der Auswahl der Begriffe in dieser und den folgenden Abbildungen mit Google-Trends-Daten berücksichtigt. So machen etwa die Suchanfragen nach dem alternativen Begriff „Gig Economy“ am aktuellen Rand in Deutschland lediglich 20 Prozent der Anfragen nach „Sharing Economy“ aus. Weitere Alternativen wie „Kollaborative Wirtschaft“ oder „Access Economy“ haben keine Relevanz. Dennoch ist der jeweils gewählte Begriff stets eine von vielen Möglichkeiten, das unterschiedliche regionale Interesse an einem Thema abzubilden.

Abbildung 1-1: Suchinteresse an „Sharing Economy“ nach Bundesländern

Indizierte Google-Suchanfragen seit 2004, Maximum: 100, Stand: 11.07.2016



Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Sharing Economy“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

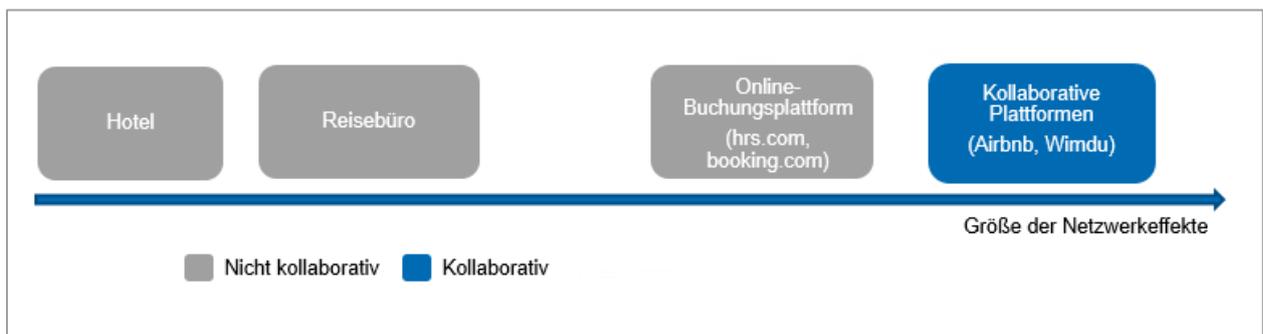
Um genauer zu untersuchen, welche Bedeutung die Sharing Economy für NRW hat, werden im Folgenden die eingangs vorgestellten sechs Sektoren separat betrachtet.

2 Die Sharing Economy in Nordrhein-Westfalen

2.1 Unterkunftssektor

Einer der bekanntesten Sharing-Sektoren ist der Unterkunftssektor. Die US-amerikanische Sharing-Plattform Airbnb hat das Vermitteln von Unterkünften weltweit möglich gemacht. Neben Privatpersonen nutzen inzwischen auch zahlreiche gewerbliche Anbieter die Möglichkeit, über Onlineplattformen eine große Anzahl an potenziellen Nachfragern für ihre Unterkünfte zu erreichen. Anbieter von Übernachtungen können diese kostenfrei auf der Plattform inserieren, lediglich bei Geschäftsabschluss wird eine Provision für die Plattform fällig. Preisdiskriminierung gibt es nur insofern, als dass Plattformen eine „dynamische Preissetzung“ anbieten, bei der die Preise bei steigender Nachfrage innerhalb vom Anbieter vorgegebener Grenzen steigen. Nachfrager können online nach der gewünschten Unterkunft suchen, die bereits von anderen Gästen bewertet worden ist. Abbildung 2-1 zeigt die unterschiedlichen Geschäftsmodelle im Bereich der Übernachtungsangebote im kollaborativen und nicht-kollaborativen Bereich. Während Hotels grundsätzlich nicht von Netzwerkeffekten betroffen sind, basiert das Geschäftsmodell von kollaborativen Plattformen hauptsächlich auf diesen.

Abbildung 2-1: Geschäftsmodelle im Bereich Übernachtungen



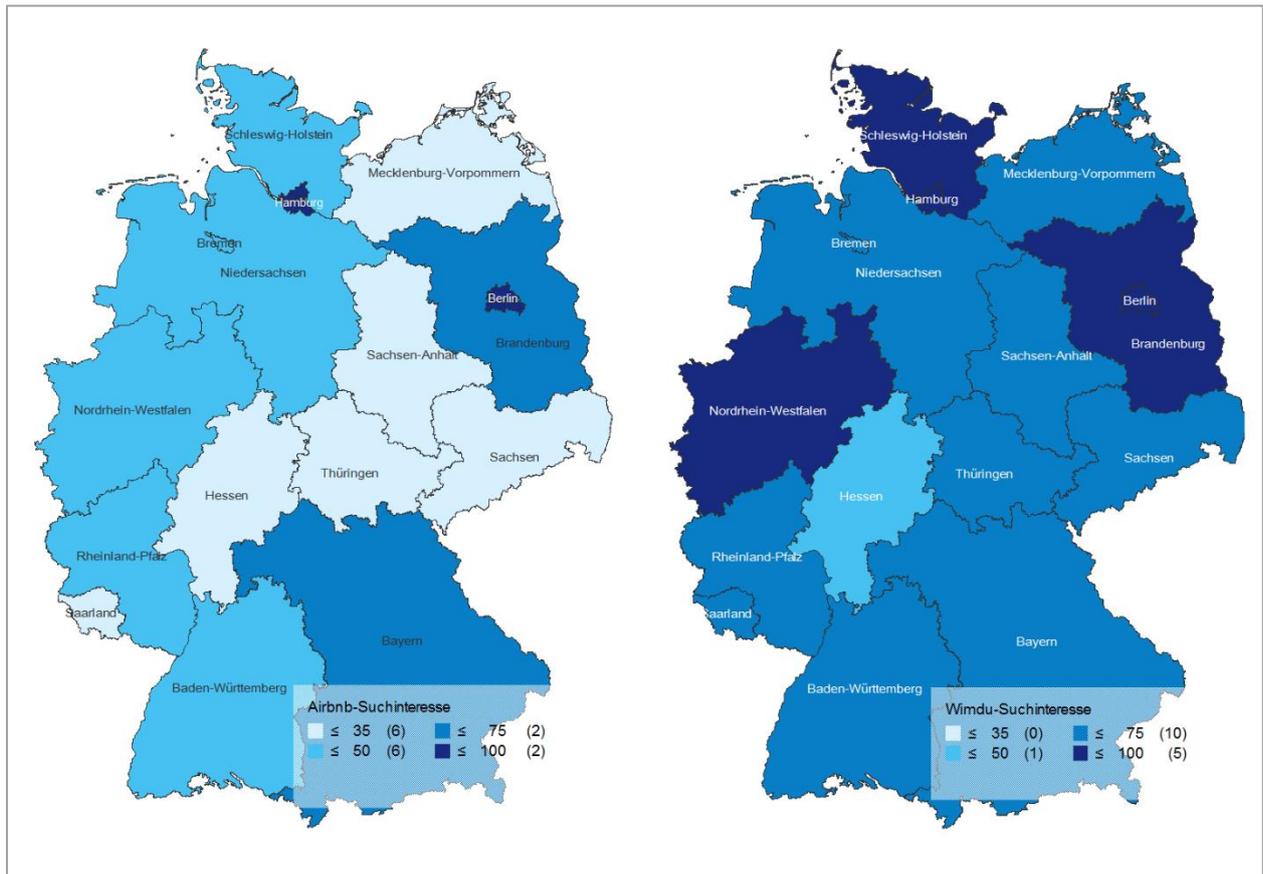
Quelle: eigene Darstellung

2015 gab es deutschlandweit 14,6 Millionen Übernachtungen in Privatunterkünften in etwa 46.000 vermieteten Wohnungen, die über Onlineplattformen vermittelt wurden (GBI, 2016). Insgesamt gab es 157 Millionen Übernachtungen in deutschen Städten ab 50.000 Einwohnern. Auch in Nordrhein-Westfalen erfahren Plattform-Wohnraumvermittler wie Airbnb und Wimdu einen regen Zulauf. Im Ranking der beliebtesten Städte für Übernachtungen in Privatunterkünften (Städte ab 50.000 Einwohnern und ab 750.000 jährlichen Übernachtungen im Beherbergungsmarkt) liegt Köln mit knapp sechs Millionen offiziellen Übernachtungen und etwa 650.000 Übernachtungen in Privatunterkünften auf Rang 5 hinter Berlin, Hamburg, Leipzig und München (GBI, 2016).

Stellt man das Interesse an Airbnb und Wimdu mit der relativen Anzahl von Google-Suchanfragen dar (siehe Abbildung 2-2), zeigt sich, dass das Interesse von potenziellen Anbietern und Nachfragern an Airbnb in NRW bundesweit im Mittelfeld liegt. Das Interesse an Wimdu liegt im Deutschlandvergleich vorne. Interessanterweise verzeichnet Wimdu relativ mehr Suchanfragen als Airbnb, was mit dem regionalen Bezug von Wimdu als deutscher Plattform zusammenhängen könnte.

Abbildung 2-2: Suchinteresse an „Airbnb“ und „Wimdu“ nach Bundesländern

Indizierte Google-Suchanfragen seit 2004, Maximum: 100; Stand: 25.07.2016



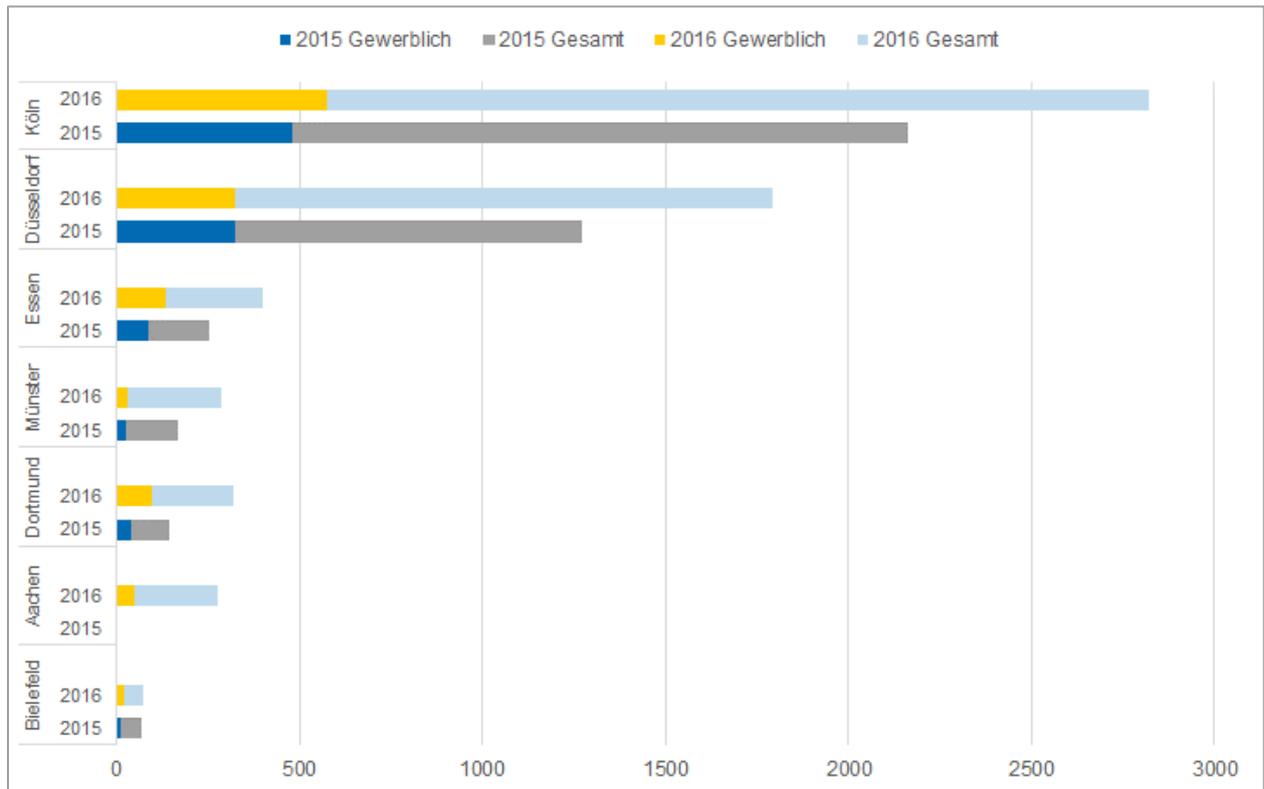
Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Airbnb“ und „Wimdu“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Um die Rolle der Sharing Economy im Unterakunftssektor in NRW genauer zu analysieren, werden im Folgenden Angebotszahlen ausgewertet. Die Anzahl buchbarer, aktiver Airbnb-Angebote ist vom Frühjahr 2015 bis zum Frühjahr 2016 in NRW-Städten deutlich gestiegen, in Köln um 22 Prozent, in Düsseldorf sogar um 112 Prozent (siehe Abbildung 2-3). Insgesamt wurden im Frühjahr 2016 zwischen 2.244 (Köln) und 86 (Bielefeld) buchbare Angebote verzeichnet. Die absolute Anzahl der gewerblichen Angebote (Nutzer mit mehr als einem Angebot) hat ebenfalls zugenommen. In Münster waren immerhin 12 Prozent der Angebote 2016 gewerblich, in Essen sogar 50 Prozent. Die absolute Zunahme der gewerblichen Angebote legt nahe, dass viele ehemals private Anbieter ihre Angebote „skalieren“ und systematisch Wohnungen und Zimmer anbieten. Der Anteil der gewerblichen Angebote am Gesamtangebot ist von 2015 auf 2016 leicht zurückgegangen. Insgesamt wird das Sharing-Übernachtungsmodell zunehmend angeboten.

Abbildung 2-3: Buchbare Airbnb-Angebote in Städten in NRW

Anzahl aktiver Airbnb-Angebote (gesamt und gewerblich), Stand 25.02.2015 und 29.03.2016



Für Aachen liegen keine Daten für 2015 vor.

Gewerbliche Angebote = Nutzer mit mehr als einem Angebot

Quelle: Studio Karat, 2016; Airbnbsvberlin, 2015; eigene Darstellung

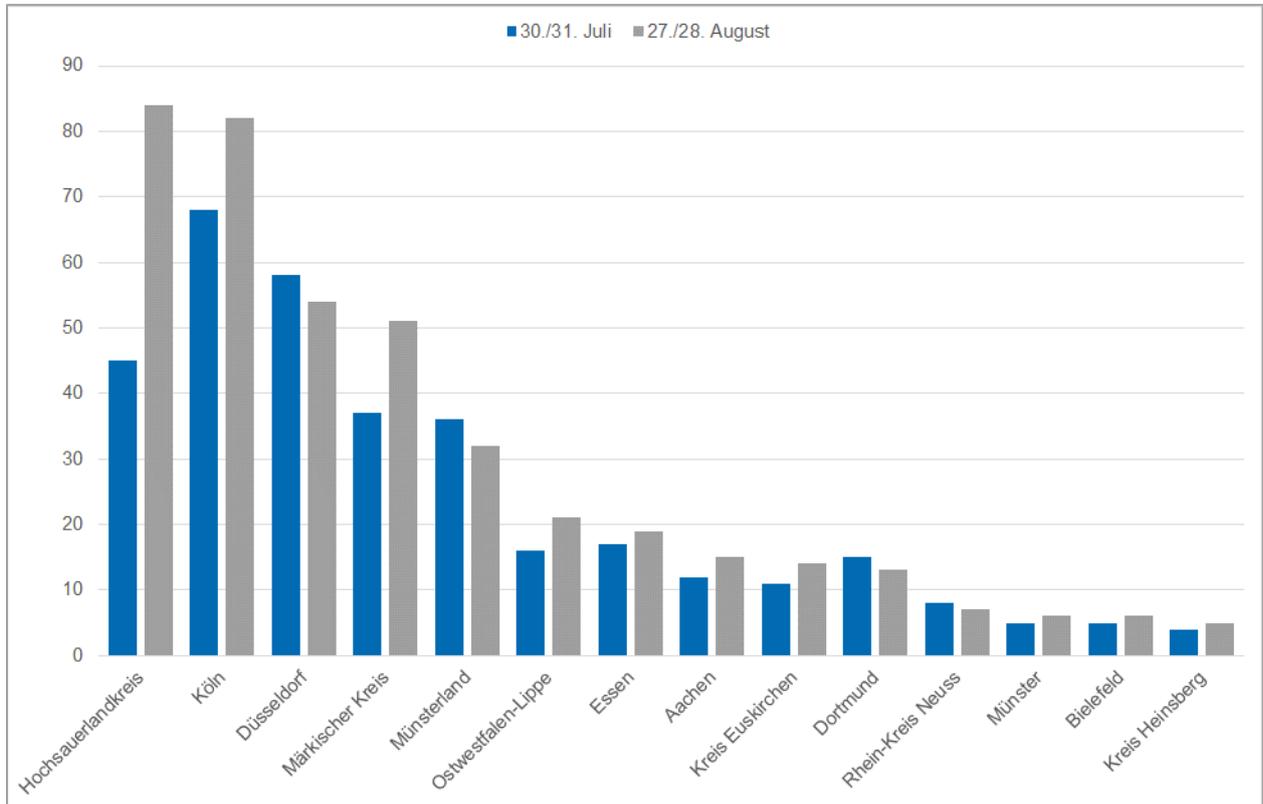
Das Angebot von „privaten“ Unterkünften auf gewerbliche (Anbieter nutzt Wohnung nur zur Vermietung, hat mehrere Wohnungen im Angebot) oder nicht-gewerbliche Art (Anbieter wohnt zumindest temporär selbst in der Wohnung, hat nur ein Angebot) ist nicht auf die größeren Städte NRWs beschränkt. Auch in den Kreisen gibt es zahlreiche Angebote. Aufgrund der besseren Datenlage werden im Folgenden Wimdu-Angebote analysiert. Abbildung 2-4 zeigt die Anzahl der am 08.07.2016 buchbaren Übernachtungen für zwei Personen für die Zeiträume 30./31.07.2016 und 27./28.08.2016 in ausgewählten Regionen NRWs. Insgesamt gibt es für den weniger kurzfristigen Buchungszeitraum im August 72 Übernachtungsangebote mehr als im Juli. Köln ist mit insgesamt 150 Angeboten Spitzenreiter, gefolgt vom Hochsauerlandkreis mit 129 Angeboten. In den Städten gibt es deutlich mehr Airbnb- als Wimdu-Angebote. Die hohe Anzahl an Angeboten im Hochsauerlandkreis ist unter anderem damit zu erklären, dass der Kreis der flächenmäßig größte NRWs ist und zahlreiche touristische Gegenden einschließt.

Die Anzahl der aktiven Übernachtungsangebote pro 100.000 Einwohner liegt für fast alle Regionen außer dem Hochsauerlandkreis, dem Märkischen Kreis und den Städten Köln und Düsseldorf deutlich unter 50 (siehe Tabelle 2-1). Besonders gering ist die relative Angebotszahl in Bielefeld beziehungsweise der Region Ostwestfalen-Lippe sowie Dortmund. Die hohen Werte für den Hochsauerlandkreis und den Märkischen Kreis deuten darauf hin, dass die Übernachtungsvermittlung via Onlineplattform alles andere als nur ein städtisches Phänomen ist und in

NRW auch tendenziell flächendeckend genutzt wird. Dennoch sind die Regionen zum Teil stark unterschiedlich betroffen.

Abbildung 2-4: Wimdu-Übernachtungsangebote in NRW

Anzahl buchbarer Wimdu-Angebote für zwei Personen für die Zeiträume 30./31.07.2016 sowie 27./28.08.2016, Stand: 08.07.2016



Quelle: Wimdu, 2016; eigene Darstellung

Im Vergleich zu den offiziellen Beherbergungsstatistiken ist die Anzahl der über Sharing-Plattformen vermittelten Übernachtungen gering. Das übernachtungsstärkste Reisegebiet war 2015 mit 7,2 Millionen Übernachtungen die Region Köln und Rhein-Erft-Kreis, gefolgt vom Teutoburger Wald (6,6 Millionen), dem Sauerland (6,3 Millionen) und dem Ruhrgebiet (6,3 Millionen) (Tourismus NRW, 2016). Obwohl im Teutoburger Wald (in etwa deckungsgleich mit Ostwestfalen-Lippe) in der offiziellen Statistik sehr viele Übernachtungen zu verzeichnen sind, gibt es nur ein geringes Angebot an Sharing-Übernachtungen (insgesamt 92 Übernachtungsmöglichkeiten für eine Person). Die Sharing Economy spielt in diesem ländlichen Gebiet keine große Rolle. Im Hochsauerlandkreis hingegen ist sie deutlich stärker vertreten.

Tabelle 2-1: Wimdu-Übernachtungsangebote in NRW pro 100.000 Einwohner

Aktive Wimdu-Angebote für zwei Personen pro 100.000 Einwohner, Städte hellblau markiert, Stand: 08.07.2016

Region	Angebote für zwei Personen
Hochsauerlandkreis	193
Märkischer Kreis	53

Köln	51
Düsseldorf	51
Aachen	23
Essen	17
Münster	16
Kreis Euskirchen	15
Münsterland (inkl. Münster)	10
Dortmund	7
Rhein-Kreis Neuss	7
Kreis Heinsberg	4
Ostwestfalen-Lippe (inkl. Bielefeld)	4
Bielefeld	3

Quelle: Wimdu, 2016; IT.NRW, 2016a; eigene Berechnung

Dieser Analyse zufolge spielt die Sharing Economy im Unterakunftssektor in NRW eine wichtige Rolle, der Grad ihrer Etablierung unterscheidet sich jedoch je nach Region. Eine klare Stadt-Land-Differenz ist nicht ersichtlich.

2.2 Mobilitätssektor

Gemäß dem Deutschen Mobilitätspanel (MOP) legen alle Personen ab einem Alter von zehn Jahren im Durchschnitt täglich 3,39 Wege zurück (Chlund et al., 2016). Die mittlere Weglänge beträgt 12,3 Kilometer. 69,4 Prozent der damit verbundenen Fahrleistung werden vom motorisierten Individualverkehr (PKW, Krad, auch als Mitfahrer) getragen. Aufgrund der hohen Bevölkerungszahl ergibt sich somit ein hoher Bedarf an motorisiertem Individualverkehr. Dieser spiegelt sich in der Tatsache wider, dass in NRW zum 1. Januar 2016 mehr als 9,6 Millionen PKW zugelassen waren (KBA, 2016). 2,1 Millionen Autos weniger waren im zweitplatzierten Bayern zugelassen. Die hohe Bedeutung des PKW stellt insgesamt ein großes Potenzial für Lösungen der Sharing Economy im Mobilitätsbereich dar, welches durch die folgenden Aspekte verstärkt wird:

- **Infrastruktur:** Mit einem Netz von mehr als 29.500 Kilometern an überörtlichen Straßen hat NRW das zweitlängste Straßensystem hinter Bayern mit fast 42.000 Kilometern (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2016b).
- **Bevölkerungsdichte:** Für ein Flächenland ist die Bevölkerungsdichte in NRW mit 517 Einwohnern pro Quadratkilometer sehr hoch (Bundesdurchschnitt: 227) (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2016a). Dies ist unter anderem auf die zahlreichen Großstädte ab 100.000 Einwohner zurückzuführen. Die hohe Bevölkerungsdichte in NRW bedeutet ein großes Kundenreservoir auf vergleichsweise geringem Raum.

Inwieweit dieses Potenzial auch genutzt wird, wird im Folgenden untersucht. Dabei wird der Fokus auf Carsharing und Ridesharing gelegt.

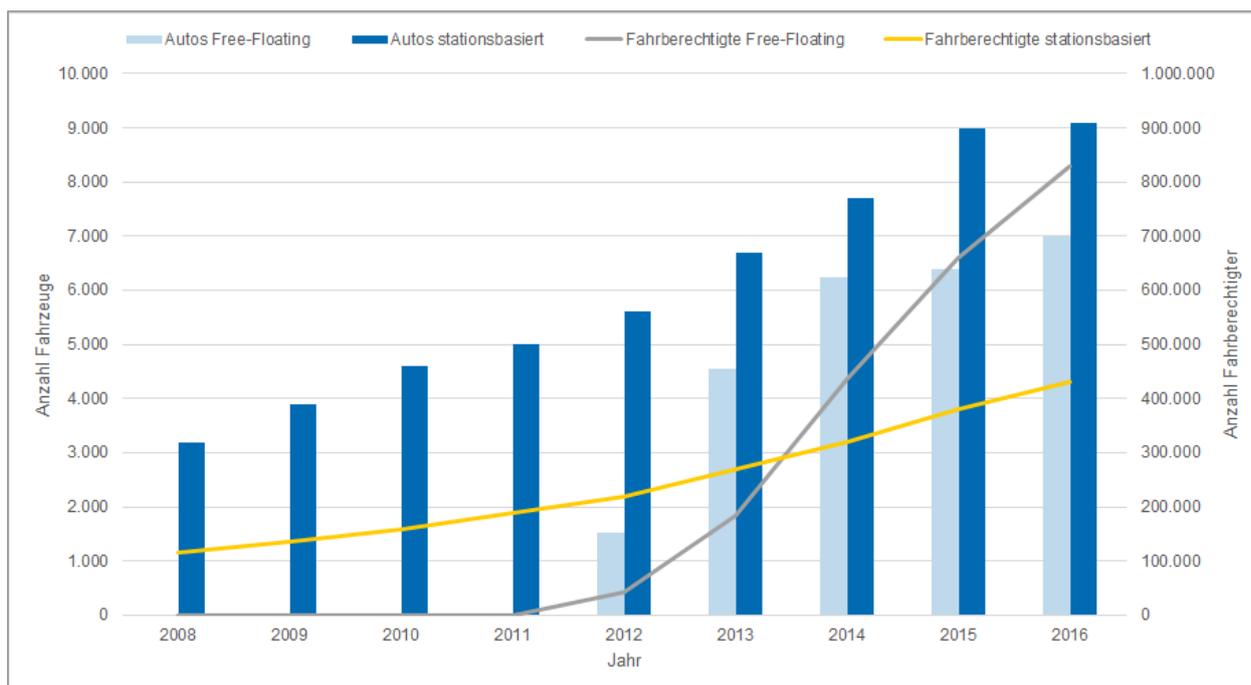
Carsharing

Laut dem Bundesverband CarSharing versteht man unter Carsharing die „gemeinschaftliche Nutzung von Kraftfahrzeugen“ (bcs, 2016a), wobei mit dem Anbieter ein Rahmenvertrag geschlossen wird oder man Mitglied in einem Carsharing-Verein wird, um ein Zugangsmedium für die Fahrzeuge zu erhalten. Dieses Medium erlaubt die eigenständige Nutzung der PKW des Anbieters. Diese unterscheidet das Carsharing von den traditionellen Autovermietungen, bei denen pro Nutzung eine direkte Interaktion mit dem Anbieter notwendig ist. Unabhängig von dieser Definition zählt zum Carsharing auch das Peer-to-peer-Carsharing (P2P-Carsharing) zwischen Einzelpersonen mit privatem PKW.

Bei den kommerziellen Carsharing-Anbietern werden stationsbasiertes Carsharing und Free-Floating-Carsharing unterschieden. Kann das Auto nur an bestimmten Stationen abgeholt und abgegeben werden, handelt es sich um stationsbasiertes Carsharing. Beim Free-Floating-Carsharing sind die Fahrzeuge innerhalb eines Operationsgebiets zufällig verteilt und der Nutzer kann das nächstgelegene Auto nutzen, um es nach der Fahrt an einem beliebigen Parkplatz im Operationsgebiet abzustellen (bcs, 2016a).

Abbildung 2-5: Carsharing-Entwicklung in Deutschland von 2008 bis 2016

Anzahl Fahrzeuge (linke Achse) und Fahrberechtigte (rechte Achse), jeweils zum 01.01. des Jahres



Quelle: bcs, 2016b; eigene Darstellung

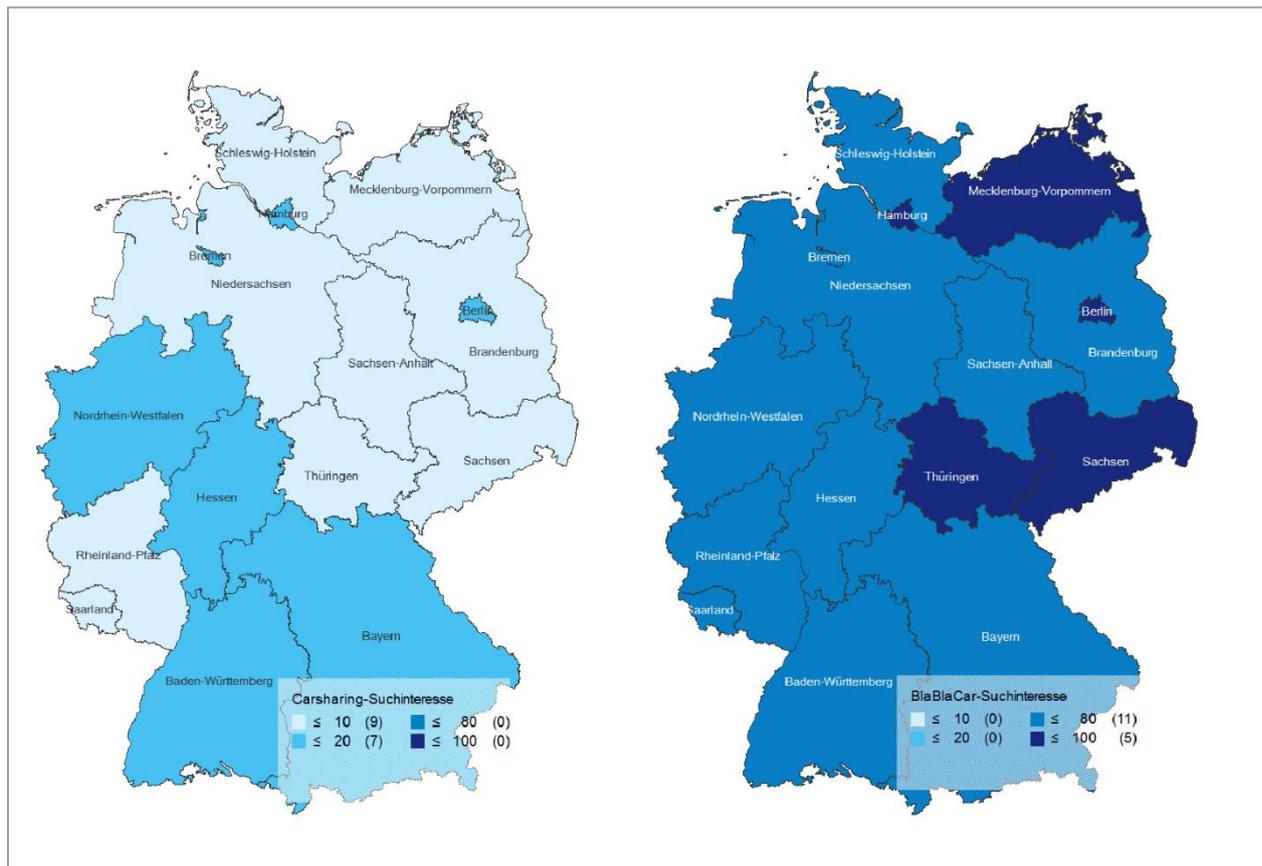
Bei den P2P-Carsharing-Angeboten ist der französische Anbieter drivy mit rund 5.000 Fahrzeugen deutschlandweit Marktführer (drivy, 2016) vor tamyca aus Aachen (Behrendt et al., 2015). tamyca kooperiert dabei mit Opel, wodurch in Deutschland und Österreich zusätzlich Fahrzeuge aus Opel Autohäusern angemietet werden können. P2P-Carsharing ist eine Mischform aus stationsbasiertem und Free-Floating-Carsharing. Je nach Wohnort des Eigentümers sind die PKW zufällig verteilt und können nach den individuellen Präferenzen ausgesucht werden. Sie müssen

jedoch dem Eigentümer zurück gebracht werden und können nicht beliebig abgestellt werden. Zudem muss man sich für jede Fahrt neu mit dem Eigentümer absprechen und einen Vertrag abschließen.

Die Anzahl an Fahrzeugen und Fahrberechtigten für beide Formen des Carsharing ist seit 2008 stetig gestiegen (siehe Abbildung 2-5). Deutschlandweit standen am 01.01.2016 rund 9.100 stationsbasierte Fahrzeuge bei 143 Anbietern und 7.000 stationsunabhängige Fahrzeuge bei vier Anbietern zur Verfügung (bcs, 2016b). Die Nutzer waren vor allem am Free-Floating-Carsharing interessiert. Hier gab es im Jahr 2016 mit 830.000 nahezu doppelt so viele Fahrberechtigte wie im stationsabhängigem Carsharing (bcs, 2016c). Diese Entwicklung ist bemerkenswert, da das Free-Floating-Carsharing erst 2011 in den Regelbetrieb übergang, während die Anfänge des stationsbasierten Carsharings bis in die 1980er Jahre zurück reichen.

Abbildung 2-6: Suchinteresse an „Carsharing“ (links) und „BlaBlaCar“ nach Bundesländern

Indizierte Google-Suchanfragen seit dem 01.01.2014, Maximum: 100; Stand: 31.07.2016



Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Carsharing“ und „BlaBlaCar“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Zur Verdeutlichung der Relevanz von Carsharing und Ridesharing ist ein Blick auf die Google-Suchanfragen hilfreich. Im Bereich Ridesharing dominiert die Plattform BlaBlaCar und nach diesem Begriff wird ebenfalls am häufigsten gesucht: Die Begriffe „Ridesharing“ und „Mitfahrgelegenheit“ sind dagegen bei den Suchanfragen kaum von Bedeutung. Abbildung 2-6 zeigt die

Begriffe „Carsharing“ und „BlaBlaCar“ (rechts) im Vergleich. An BlaBlaCar besteht vor allem in den drei ostdeutschen Bundesländern Sachsen, Berlin und Mecklenburg-Vorpommern großes Interesse. In Nordrhein-Westfalen liegt der Wert bei 61, was 61 Prozent der Suchanfragen in Sachsen (Wert 100) entspricht. Damit liegt NRW vor dem Saarland, Brandenburg und Niedersachsen. Im Vergleich zum Maximum der Suchanfragen nach BlaBlaCar in Sachsen sind die Anfragen nach Carsharing viel geringer. So wurde am häufigsten in Berlin (17), Bremen (17) und Hamburg (15) sowie NRW (12) nach Carsharing gesucht. Somit wurde in Sachsen und Berlin „BlaBlaCar“ mehr als fünfmal so oft eingegeben wie „Carsharing“ in den Stadtstaaten. Carsharing dominiert demnach vor allem in den urbanen Bundesländern, während BlaBlaCar auch in den ländlichen Regionen gefragt ist. Zudem wird viel öfter nach BlaBlaCar gesucht, was teilweise auf die hohe Anzahl an (zumeist regionalen) Anbietern im Bereich Carsharing zurückzuführen ist, nach denen direkt auf Google gesucht wird.

Tabelle 2-2: Stationsbasierte und Free-Floating-Carsharing-Angebote in NRW

Anzahl Fahrzeuge nach Carsharing-Art und gesamt sowie pro 1.000 Einwohner, bundesweite Platzierung von 136 Städten ab 50.000 Einwohnern in Klammern, ausgewählte Städte in Nordrhein-Westfalen, 2015

Stadt	PKW stationsbasiert	PKW Free-Floating	PKW gesamt	PKW pro 1.000 Einwohner
Köln	493 (14.)	700 (4.)	1193	1,15 (4.)
Düsseldorf	95 (50.)	477 (1.)	572	0,96 (9.)
Münster	148 (12.)	0	148	0,49 (18.)
Aachen	112 (16.)	0	112	0,46 (20.)
Bielefeld	91 (30.)	0	91	0,28 (34.)
Essen	81 (57.)	0	81	0,14 (59.)
Dortmund	67 (64.)	0	67	0,12 (66.)
Neuss	1 (133.)	10 (16.)	11	0,07 (86.)
Bocholt (Münsterland)	6 (81.)	0	6	0,08 (83.)
Arnsberg (HSK)	5 (84.)	0	5	0,07 (87.)
Detmold (OWL)	3 (102.)	0	3	0,04 (105.)
Gütersloh (OWL)	3 (116.)	0	3	0,03 (118.)
Minden (OWL)	1 (130.)	0	1	0,01 (132.)

Das Rheinpark-Center in Neuss gehört für den Anbieter car2go (Free-Floating) zum Operationsgebiet Düsseldorf. Die Platzierung bezieht sich jeweils auf die Fahrzeuge pro 1.000 Einwohner.

Quelle: bcs, 2015; eigene Darstellung

Zur Bedeutung des Carsharing in NRW sei zunächst auf das Städteranking des Bundesverbandes CarSharing aus dem Jahr 2015 verwiesen (Tabelle 2-2). Gemäß dieser Untersuchung gab es nur in Köln, Düsseldorf und Neuss Free-Floating-Carsharing, wobei das Angebot in Neuss darauf zurückzuführen ist, dass das Rheinpark-Center in Neuss zum Operationsgebiet Düssel-

dorf gehört. Gemessen an den Fahrzeugen pro 1.000 Einwohner belegt Düsseldorf bundesweit den ersten Platz. Beim stationsbasiertem Carsharing ist Münster Spitzenreiter in NRW mit 0,49 PKW pro 1.000 Einwohner (148 Fahrzeuge) und erreicht bundesweit Platz 12. Minden ist mit 0,01 Fahrzeugen pro 1.000 Einwohner Schlusslicht und erreicht bundesweit Platz 132.

Tabelle 2-3: Gesamtes Carsharing-Angebot und zugelassene private PKW in NRW

Anzahl Fahrzeuge nach Carsharing-Form, Gesamtzahl und pro 1.000 Einwohner sowie Gesamtzahl zugelassener Fahrzeuge pro 1.000 Einwohner; ausgewählte Städte und Regionen in NRW; Stand: Juli 2016

Stadt	PKW stationsbasiert	PKW Free-Floating	PKW P2P-Carsharing	PKW gesamt	Carsharing-PKW pro 1000 Einwohner	Zugelassene PKW pro 1.000 Einwohner
Köln	489	744	188	1421	1,36	359,1
Düsseldorf	63	461	122	646	1,07	364,9
Münsterland (inkl. Münster)	186	0	45	231	0,14	507,5
Münster	172	0	30	202	0,67	392,1
Ostwestfalen-Lippe (inkl. Bielefeld)	116	0	63	179	0,09	531,4
Aachen	154	0	16	170	0,70	379,7
Bielefeld	96	0	16	112	0,34	431,5
Essen	63	0	46	109	0,19	421,5
Dortmund	35	0	45	80	0,14	431,2
Rhein-Kreis Neuss	7	1	24	32	0,07	524,0
Märkischer Kreis	0	0	11	11	0,03	542,6
Kreis Heinsberg	7	0	2	9	0,04	556,7
Hochsauerlandkreis	2	0	4	6	0,02	555,2
Kreis Euskirchen	2	0	3	5	0,03	580,2

Das Rheinpark-Center in Neuss gehört für car2go (Free-Floating) zum Operationsgebiet Düsseldorf.

Quelle: eigene Recherche bei 14 Anbietern; KBA, 2016

Diese Untersuchung hat jedoch die Nachteile, dass sie den ländlichen Raum vernachlässigt, P2P-Carsharing nicht betrachtet und die Sollstärke angibt, wodurch Ausfälle durch Wartung oder Unfälle ausgeklammert werden. Aus diesem Grund wurden für ausgewählte Städte und Regionen die im Juli 2016 zur Verfügung stehenden Fahrzeuge gesondert ermittelt. Die Anzahl Fahrzeuge nach Carsharing-Typ, die Gesamtanzahl sowie die Fahrzeuge pro 1.000 Einwohner für die Städte, Kreise und Regionen sind in Tabelle 2-3 angegeben. Im Vergleich zu den Daten des Bundesverbands CarSharing (bcs, 2015) ist zu erkennen, dass sich die Reihenfolge der Städte gemessen am Wert pro 1.000 Einwohner nicht verändert. Jedoch sind die Werte unter anderem durch die Einbeziehung der P2P-Fahrzeuge durchweg höher. Es wird auch deutlich,

dass Carsharing vor allem in Städten anzutreffen ist, da sowohl die absoluten Zahlen als auch die Werte pro 1.000 Einwohner in den Städten deutlich höher sind.

Anhand der Tabelle wird deutlich, dass Free-Floating-Carsharing nur in Köln und Düsseldorf (inklusive Neuss) existiert, dort jedoch zur dominanten Form aufgestiegen ist. In den Städten ist mit Ausnahme von Düsseldorf und Dortmund stationsbasiertes Carsharing stärker vertreten als P2P-Carsharing. Der vergleichsweise niedrige Wert stationsbasierter Fahrzeuge in Dortmund ist jedoch auch darauf zurückzuführen, dass der dort zuvor sehr aktive Anbieter CiteeCar Anfang des Jahres 2016 Insolvenz anmelden musste. In den ländlichen Regionen (mit Ausnahme des Kreises Heinsberg) dominiert dagegen P2P-Carsharing. Dies gilt auch für das Münsterland ohne Münster und Ostwestfalen-Lippe ohne Bielefeld. Dabei muss beachtet werden, dass über tamyca auch nicht private Fahrzeuge angemietet werden können. Die Gesamtzahl zur Verfügung stehender Carsharing-Fahrzeuge und die Anzahl der Fahrzeuge pro 1.000 Einwohner in den ländlichen Regionen sind verschwindend gering. Zieht man die insgesamt in den Regionen zugelassenen privaten PKW hinzu, wird umso deutlicher, dass die Anzahl der Carsharing-Fahrzeuge in NRW bisher vergleichsweise gering ist. Auf 1.000 Einwohner gesehen gibt es mehr Carsharing-Fahrzeuge, je weniger private PKW zugelassen sind. Sieht man von Köln und Düsseldorf beim Free-Floating-Carsharing ab, besteht in NRW insgesamt erheblicher Nachholbedarf, was an den niedrigen Platzierungen im gesamtdeutschen Ranking des Bundesverbandes CarSharing deutlich wird (siehe Tabelle 2-2).

Ridesharing

Neben dem Carsharing hat sich im Bereich Mobilität noch eine weitere Form des motorisierten Individualverkehrs herausgebildet, das Ridesharing, die Bildung von Fahrgemeinschaften, auch Carpools oder Mitfahrgelegenheiten genannt. Ein PKW-Besitzer plant eine Fahrt und bietet freie Plätze auf einer Internetseite an. Dadurch lassen sich die Kosten der Fahrt ganz oder zum Teil decken. In Deutschland ist die französische Plattform BlaBlaCar mit mehr als 90 Prozent Marktführer (BlaBlaCar, 2016). Insgesamt ist diese Plattform mit mehr als 25 Millionen Mitgliedern in 22 Ländern aktiv. Seit August 2016 erhebt BlaBlaCar eine streckenabhängige Vermittlungsprovision, die anscheinend zu vermehrten Zugriffen der Nutzer auf konkurrierende Plattformen wie Fahrgemeinschaft.de geführt haben (Handelsblatt, 2016).

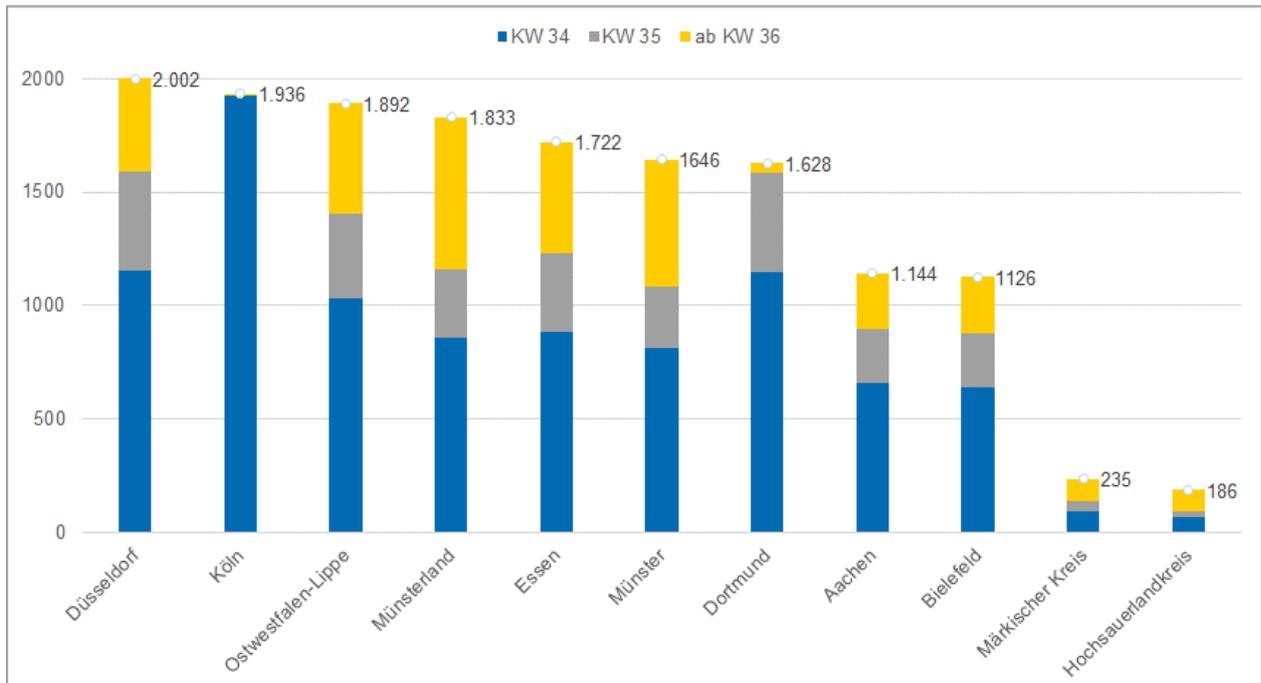
Die Zugriffszahlen auf die Homepage von BlaBlaCar aus NRW haben im ersten Halbjahr 2016 laut eigenen Angaben um mehr als sieben Prozent zugenommen. Ausgangspunkt war ein mittleres einstelliges Millionenniveau im Jahr 2015. Um die regionale Verbreitung des Ridesharing in Nordrhein-Westfalen darzustellen, lässt sich nach Abfahrten und Ankünften unterscheiden. Stichtag ist der 23.08.2016. Abbildung 2-7 gibt für die dem Stichtag folgenden Kalenderwochen die angebotenen Fahrten mit Start in den jeweiligen Regionen wieder. Die meisten Fahrten wurden in Düsseldorf angeboten, gefolgt von Köln und der Region Ostwestfalen-Lippe (nur Bielefeld und Paderborn). Das geringste Angebot gab es im Hochsauerlandkreis mit 115 Fahrten in Arnsberg und 71 in Brilon.

Bezogen auf 1.000 Einwohner gibt es die wenigsten Angebote in Arnsberg (1,54 Abfahrten pro 1.000 Einwohner), Köln (1,85) und Iserlohn (2,47). Relativ gesehen gibt es die meisten Abfahrten in Münster (5,45), Paderborn (5,34) und Coesfeld (5,15). Ein Blick auf die Startwoche zeigt, dass in Köln alle angebotenen Fahrten bis auf acht in derselben Kalenderwoche stattfinden. Die

Dominanz zeitnaher Fahrten wird auch in den anderen Städten mit mehr als 500.000 Einwohnern deutlich, während in ländlichen Regionen längerfristige Angebote häufiger anzutreffen sind und zum Beispiel im Märkischen Kreis (nur Iserlohn) dominieren.

Abbildung 2-7: Abfahrten mit BlaBlaCar nach Regionen in NRW

Anzahl angebotener Fahrten mit den jeweiligen Regionen als Startpunkt nach Kalenderwoche, Stand 23.08.2016



Ostwestfalen-Lippe: nur Paderborn und Bielefeld, Münsterland: nur Münster und Coesfeld, Märkischer Kreis: nur Iserlohn, Hochsauerlandkreis: nur Arnsberg und Brilon

Für die Kreise Euskirchen, Heinsberg und den Rhein-Kreis Neuss lagen keine verwertbaren Daten vor.

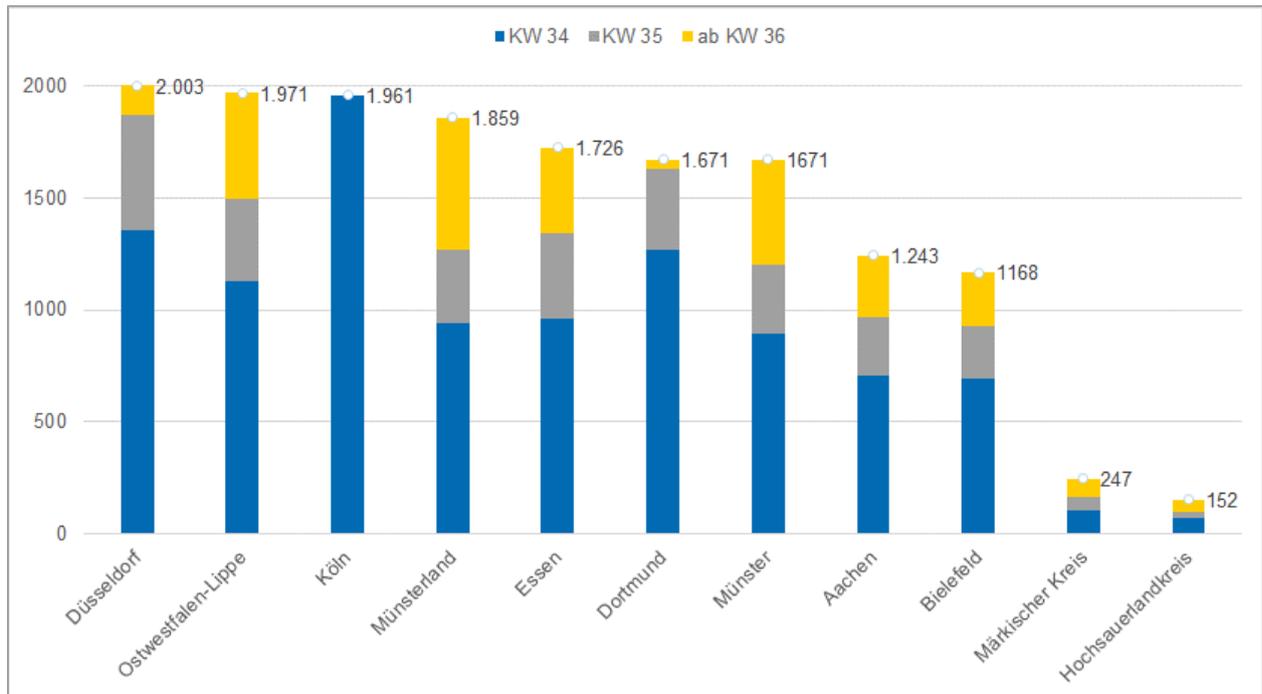
Quelle: BlaBlaCar, 2016; eigene Darstellung

Ein ähnliches Ergebnis zeigt sich in Abbildung 2-8 für die Ankünfte von angebotenen Fahrten in den jeweiligen Regionen. Es dominiert Düsseldorf vor der Region Ostwestfalen-Lippe und Köln. Alle in Köln angebotenen Fahrten finden auch in derselben Woche statt, während der Anteil langfristiger Angebote außerhalb der Städte ab 500.000 Einwohnern tendenziell zunimmt. Schlusslicht bei den Angeboten ist der Hochsauerlandkreis mit 87 Ankünften in Arnsberg und 65 in Brilon. Bezogen auf 1.000 Einwohner dominiert Paderborn (5,59) vor Münster (5,53) und Coesfeld (5,17). Die wenigsten Abfahrten gab es in Arnsberg (1,17), Köln (1,87) und Brilon (2,46).

Das Ridesharing über BlaBlaCar ist in den Großstädten und im ländlichen Raum deutlich vertreten. Vor allem werden darüber überregionale Fahrten vermittelt. Google Trends zeigt, dass insbesondere Fahrten von und zu den Hochschulstädten eine wichtige Rolle spielen.

Abbildung 2-8: Ankünfte mit BlaBlaCar nach Regionen in NRW

Anzahl angebotener Fahrten mit den jeweiligen Regionen als Zielpunkt nach Kalenderwoche, Stand 23.08.2016



Ostwestfalen-Lippe: nur Paderborn und Bielefeld, Münsterland: nur Münster und Coesfeld, Märkischer Kreis: nur Iserlohn, Hochsauerlandkreis: nur Arnsberg und Brilon

Für die Kreise Euskirchen, Heinsberg und den Rhein-Kreis Neuss lagen keine verwertbaren Daten vor.

Quelle: BlaBlaCar, 2016; eigene Darstellung

Carsharing konzentriert sich auf städtische Regionen mit vielen potenziellen Nachfragern. Im ländlichen Raum hingegen dominieren P2P-Vermittlungen auf sehr niedrigem Niveau. Das Carsharing deckt vor allem regionale Fahrten ab. Die zurückgelegte Distanz liegt je nach Anbieter und Carsharing-Form zwischen fünf und zehn Kilometern (car2go deutschlandweit (Free-Floating)) und 60 Kilometern (book-n-drive in Frankfurt (stationsbasiert)) (bcs, 2016c). Somit ergänzen sich Carsharing und Ridesharing. Aus diesem Grund stoßen beide Formen auf reges Interesse in Nordrhein-Westfalen. Ein Vergleich mit der Anzahl an zugelassenen Fahrzeugen und den Fahrleistungen des Individualverkehrs offenbart jedoch, dass zum Teil noch erhebliches Ausbaupotenzial besteht.

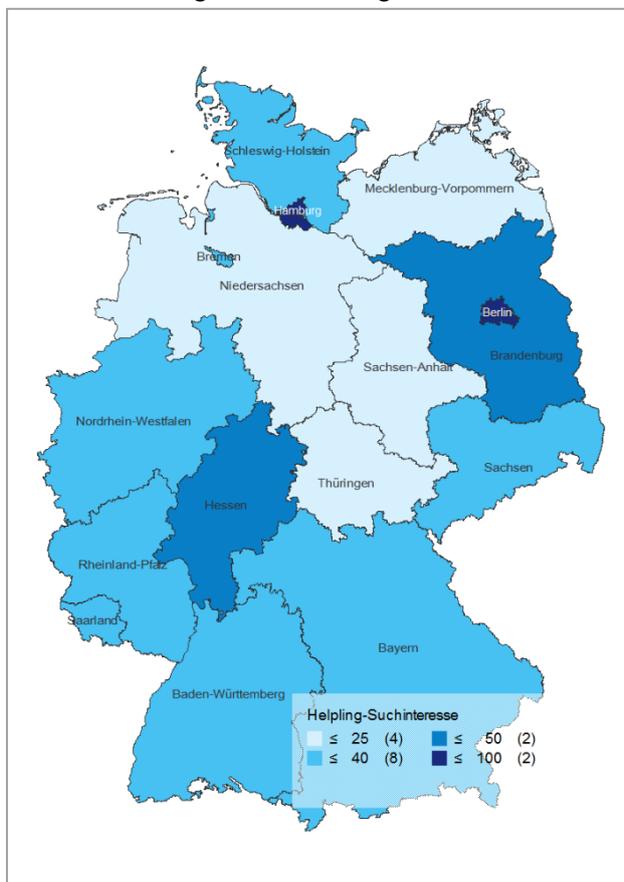
2.3 Dienstleistungssektor

Im Dienstleistungssektor schmücken sich viele Plattformen mit dem Begriff Sharing Economy, obwohl sie nur Arbeitskräfte oder Dienstleistungen vermitteln – dabei geht es bei der Sharing Economy um das Teilen oder gemeinschaftliche Nutzen von Ressourcen. Die reine Vermittlung von Dienstleistungen hat eher den Charakter des Bestellens, nicht des Teilens (Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015a). Genau genommen zählt der Dienstleistungssektor also nur zur Sharing Economy, wenn man den Begriff sehr weit fasst und das Merkmal der digitalen Vermittlung betont.

Über digitale Plattformen bieten Soloselbstständige ihre Arbeitskraft für Projekte oder Teilaufträge in Projekten an (siehe auch Kapitel 4.2). Texterstellung, Übersetzungen, Programmierungen, Design und Marketingleistungen sind oft ortsungebunden und werden daher zunehmend online vermittelt. Aber auch ortsgebundene Dienstleistungen wie Reinigung werden auf digitalen Plattformen wie Helpling angeboten. Aufgrund der Vielzahl der Plattformen ist eine abschließende Auflistung nicht möglich. In NRW genutzte Plattformen sind neben Helpling unter anderem freelance.de, freelancermap.de, freelance-market.de (Vermittlung von Freelancern), bloggerjobs.de und texterjobboerse.de (Vermittlung von Freelancern im Bereich Texterstellung). Auf exchange-me.de werden Dienstleistungen miteinander getauscht, beispielsweise wird eine Stunde Spanischunterricht gegen eine Stunde Klavierunterricht getauscht.

Abbildung 2-9: Suchinteresse an „Helpling“ nach Bundesländern

Indizierte Google-Suchanfragen seit Februar 2014; Maximum: 100, Stand: 28.07.2016



Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Helpling“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Die Relevanz dieser Dienstleistungen in NRW im bundesweiten Vergleich ist aufgrund der Datenlage nur für Helpling feststellbar. Abbildung 2-9 zeigt, dass das Suchinteresse an Helpling zwar im oberen Mittelfeld liegt, aber weit abgeschlagen im Vergleich zu den Stadtstaaten Berlin und Hamburg ist. Das liegt unter anderem daran, dass Helpling örtlich gebundenen Reinigungskräfte vermittelt. Somit sind dicht besiedelte Gebiete für Anbieter und Nachfrager relevanter. Ob das auch für die Ballungsgebiete NRWs gilt, kann auf Basis der vorhandenen Daten nicht analysiert werden.

Um die Rolle der Sharing Economy im Dienstleistungssektor in NRW genauer zu analysieren, wird im Folgenden die Anzahl von Dienstleistungsanbietern (Freiberuflern) und zu besetzenden Projekten (Arbeitsangebote) auf den Plattformen freelance.de, freelancemap.de und exchange-me.de ausgewertet (siehe Tabelle 2-4: Inserate von Freiberuflern und Auftraggebern auf Dienstleistungsplattformen). Wie viele Vermittlungen tatsächlich zustande kommen, ist nicht ersichtlich. Auswertungen für andere Plattformen sind aufgrund der Datenlage nicht möglich.

Tabelle 2-4: Inserate von Freiberuflern und Auftraggebern auf Dienstleistungsplattformen

Anzahl der Inserate von Freiberuflern und Projekten auf freelance.de und freelancemap.de sowie Anzahl der Tauschangebote auf exchange-me.de, Stand 09.09.2016 (freelance.de); 14.09.2016 (freelancemap.de, exchange-me.de); Städte sind hellblau markiert

	freelance.de		freelancemap.de		exchange-me.de
	Freiberufler	Projekte	Freiberufler	Projekte	Tauschangebote
Köln	838	122	542	350	89
Düsseldorf	538	188	299	483	25
Ostwestfalen-Lippe	425	40	268	71	56
Münsterland	295	22	185	64	12
Rhein-Kreis Neuss	210	4	131	8	13
Essen	198	39	130	111	24
Dortmund	160	45	103	86	37
Aachen	137	10	86	41	3
Bielefeld	82	14	58	32	2
Kreis Heinsberg	81	1	41	2	2
Münster	81	17	55	53	0
Märkischer Kreis	62	2	34	10	10
Kreis Euskirchen	47	0	45	3	1
Hochsauerland-kreis	36	0	19	1	3
Insgesamt	3.190	504	1.996	1.315	277

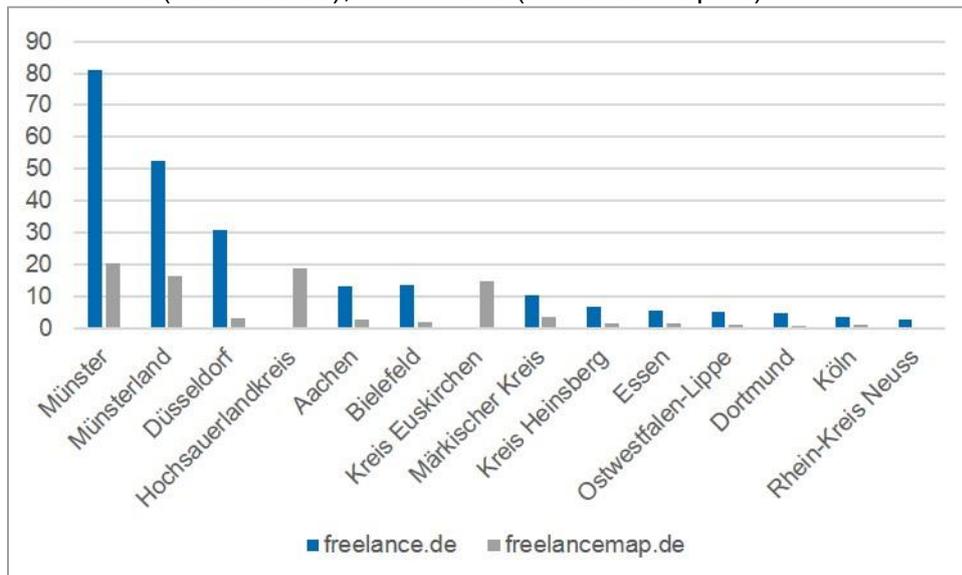
Quelle: freelance.de, 2016; freelancemap.de, 2016; exchange-me.de, 2016; eigene Darstellung

Köln und Düsseldorf führen das Feld an. Mit 838 Freiberuflern kommen deutlich mehr Freiberufler auf freelance.de aus Köln als aus Düsseldorf (538), dafür kommen mehr Projektangebote aus Düsseldorf als aus Köln (188 zu 122). Auf freelancemap.de werden generell mehr Projekte angeboten als auf freelance.de. Stärkste nichtstädtische Region ist Ostwestfalen-Lippe. Im Hochsauerlandkreis spielt die Vermittlung von Dienstleistungen über Onlineplattformen dagegen so gut wie keine Rolle. Tauschangebote über exchange-me.de sind besonders in Köln und Ostwestfalen-Lippe zu finden, liegen aber mit deutlich weniger als 100 Angeboten unter den Werten der anderen Plattformen.

Betrachtet man das Verhältnis von Freiberuflern zu Projekten, ist der Sharing-Markt in Münster besonders einseitig (siehe Abbildung 2-10). Dort bewerben sich 81 Freiberufler auf ein Projekt (freelance.de). In Düsseldorf sind es 31. Köln hat ein relativ ausgeglichenes Verhältnis mit einem Wert von 3,5 zu 1, noch niedriger ist der Wert für den Rhein-Kreis Neuss. Die Nachfrage nach Jobs liegt generell deutlich über dem Angebot, wenn man davon ausgeht, dass pro Projekt nur ein Job angeboten wird.

Abbildung 2-10: Verhältnis von Freiberuflern zu Projekten

Anzahl der Inserate von Freiberuflern relativ zur Anzahl der Inserate von Projekten, Stand 09.09.2016 (freelance.de), 14.09.2016 (freelancemap.de)



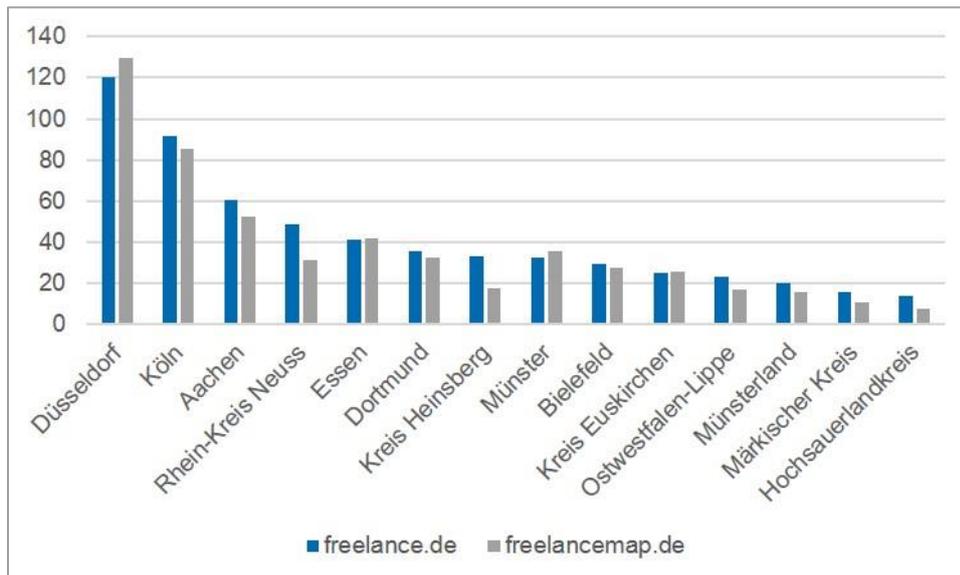
Quelle: freelance.de, 2016; freelancemap.de, 2016; eigene Darstellung

Wird außerdem die Bevölkerungsdichte in den einzelnen Regionen betrachtet, wird erkenntlich, dass es besonders viele Angebote in Düsseldorf und Köln gibt (siehe Abbildung 2-11). Auf freelance.de und freelancemap.de gibt es in diesen Städten mehr als 80 Inserate pro 100.000 Einwohner. Auch der Rhein-Kreis-Neuss kann relativ viele Inserate verzeichnen. Dennoch ist die Onlinevermittlung von Dienstleistungen eher in urbanen Zentren zu finden.

Die regionalen Werte sind für beide Plattformen auffallend ähnlich. Auffällig ist auch, dass zwar viele Nutzer auf den Dienstleistungsplattformen registriert sind, aber sie kaum nutzen. Bundesweit waren auf der freelance.de im Juli 2016 115.000 Nutzer registriert, davon 92.000 Freiberufler und 23.000 Projektanbieter beziehungsweise Unternehmen. Gemäß einem Bevölkerungsanteil NRWs an der Bundesbevölkerung von 22 Prozent müssten demnach in NRW 20.240 Freiberufler und 5.060 Projektanbieter registriert sein (freelance.de, 2016; IT.NRW, 2016a; eigene Berechnung). Dennoch waren am 09.09.2016 nur 3.190 aktive Inserate von Freiberuflern (16 Prozent vom Sollwert) und 504 von Projektanbietern (10 Prozent) geschaltet.

Abbildung 2-11: Anzahl der Inserate pro 100.000 Einwohner

Anzahl der Inserate (Freiberufler und Projekte) auf freelance.de und freelancemap.de pro 100.000 Einwohner



Quelle: freelance.de, 2016; freelancemap.de, 2016; IT.NRW, 2016a; eigene Darstellung

Insgesamt spielt die Sharing Economy in NRWs Dienstleistungssektor, selbst wenn man den Begriff der Sharing Economy sehr weit fasst, eine untergeordnete Rolle, auch im urbanen Bereich: Insgesamt gab es in NRW im Jahr 2015 845.800 Selbstständige (672.300 davon im Dienstleistungssektor), also 264 Mal so viele wie aktive Inserate auf freelance.de (Statistisches Bundesamt, 2016b).

2.4 Finanzdienstleistungssektor

Mit Hilfe von Sharing-Plattformen lassen sich verschiedene Finanzdienstleistungen abwickeln. Diese Dienstleistungen werden unter dem Oberbegriff Crowdfinanzierung zusammengefasst und in drei Untergruppen eingeteilt, wobei die Grenzen fließend verlaufen (crowdfunding.de, 2016). Sie haben gemein, dass auf einer Internetplattform Projekte detailliert beschrieben und vorgestellt werden, um (private) Investoren dafür zu interessieren:

- **Crowdlending:** Hierbei wird zur Erfüllung des Projekts ein Kredit vergeben, der mit Zinsen zurückgezahlt werden muss. Potenzielle (in der Regel private) Investoren können auch kleinste Beträge beitragen.
- **Crowdinvesting:** Im Unterschied zum Crowdlending wird beim Crowdinvesting Eigenkapital statt Fremdkapital vergeben. Der Investor erwirbt in der Regel einen kleinen Anteil an dem Projekt und wird entsprechend am Erfolg beteiligt. Crowdinvesting kommt überwiegend bei der Finanzierung von Immobilien und Start-ups zum Einsatz.
- **Crowdfunding:** Beim Crowdfunding wird das Geld nicht zurückgezahlt. Die Investoren spenden ihren Einsatz entweder komplett oder sie werden am Produkt des Projekts beteiligt (zum Beispiel in Form einer Kopie der CD, die durch Crowdfunding finanziert wurde).

Die Datenlage zur Crowdfinanzierung erlaubt keine eindeutige Aussage über das Gesamtvolumen der vergebenen Finanzmittel in Deutschland. Legt man die Zahlen von für-Gründer.de (2016) zugrunde, so wurden 2015 in Deutschland 113,9 Millionen Euro auf diese Weise vergeben (davon 9,8 Millionen Euro im Rahmen von Crowdfunding, 37,3 Millionen mittels Crowdfunding und 66,8 Millionen durch Crowdlending). Die größte deutsche Crowdlending-Plattform Auxmoney (2016a) gibt jedoch an, dass das eigene ausgezahlte Kreditvolumen im Jahr 2015 allein 99,9 Millionen Euro betrug. Die Diskrepanz ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass über Auxmoney auch Geld institutioneller Anleger investiert wird.

Crowdlending

Dem Crowdlending kommt in Deutschland unter den drei Formen der Crowdfinanzierung die größte Bedeutung zu. Auxmoney ist die marktführende Plattform für diese Dienstleistung in Deutschland. Der Marktanteil beim Crowdlending beträgt je nach Quelle zwischen 57 und 85 Prozent (für-Gründer.de, 2016; Auxmoney, 2016b). Auxmoney hat seinen Sitz in Düsseldorf und existiert seit 2007. Bei der Kreditvergabe wendet die Plattform eine Alles-oder-Nichts-Strategie an. Das heißt, dass der Kredit, der einen Wert von mindestens 1.000 Euro und maximal 25.000 Euro haben muss, nur zustande kommt, wenn genügend Geld von den Investoren bereitgestellt wird, es gibt keine partielle Auszahlung. Der Mindestbeitrag für Investoren beträgt 25 Euro pro Projekt. Auxmoney tritt im Kreditprozess nur als Vermittler auf. Der eigentliche Kreditvertrag kommt zwischen dem Kreditnehmer und der Süd-West-Kreditbank Finanzierung GmbH (SWK Bank) zustande.

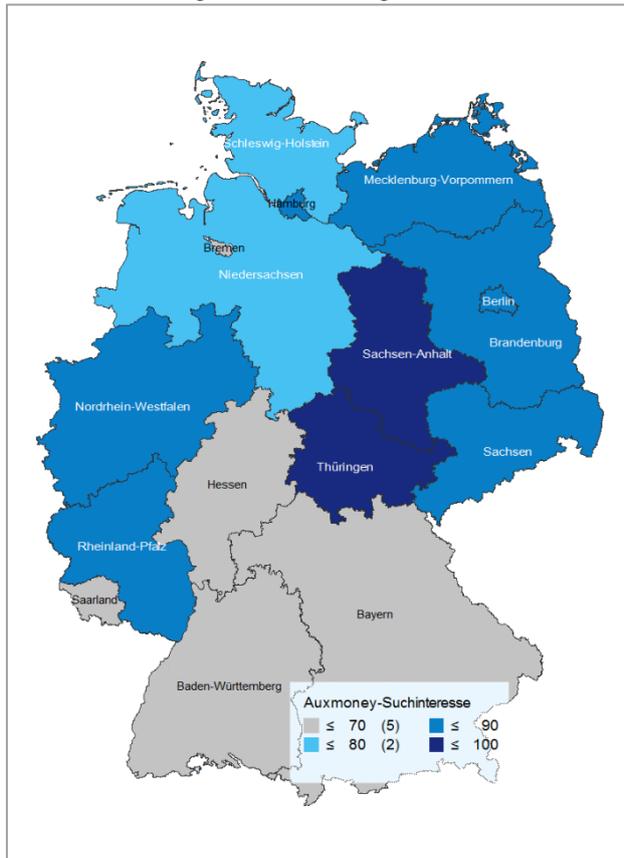
Um die Bedeutung von Auxmoney innerhalb Deutschlands zu veranschaulichen, ist in Abbildung 2-12 das relative Google-Suchinteresse am Begriff „Auxmoney“ dargestellt. Die höchste Anzahl an Suchanfragen wurde auf 100 normiert (Sachsen-Anhalt). Nordrhein-Westfalen liegt mit einem Wert von 81 im Mittelfeld. Die Suchanfragen in NRW belaufen sich somit auf 81 Prozent der Suchanfragen in Sachsen-Anhalt. Besonders hohes Interesse besteht im Osten Deutschlands (Sachsen-Anhalt 100, Thüringen und Berlin 91, Brandenburg 89 und Sachsen 86), während im Süden (Bayern und Baden-Württemberg 67, Hessen 51) und in Bremen (67) eher weniger nach diesem Begriff gesucht wird.

Innerhalb von NRW lassen sich die Suchanfragen der Großstädte darstellen (siehe Abbildung 2-13). In Köln und Düsseldorf besteht mit Abstand das höchste Interesse, während in Bielefeld und Aachen nur etwas mehr als halb so oft nach Auxmoney gesucht wird. Essen und Dortmund (jeweils 83) sowie Münster (76) liegen im Mittelfeld.

Die Google-Suchanfragen stammen von Kreditgebern, Kreditnehmern und anderen Interessierten. Zu den Kreditgebern und ihrem Wohnort lassen sich aus Datenschutzgründen keine Informationen ermitteln. Die Herkunft der Kreditnachfrager lässt sich auf der Plattform zum Teil ermitteln. Am 12. Juli 2016 waren auf Auxmoney 720 Projekte online, in die investiert werden konnte. Bei 111 Projekten war der zugehörige Wohnort der Projektinitiatoren angegeben. 25 Projekte entfielen auf Nordrhein-Westfalen, 17 auf Baden Württemberg, 15 auf Bayern und 14 auf Niedersachsen. Für NRW ist dies ein Anteil, der in etwa dem Bevölkerungsanteil von NRW an der gesamtdeutschen Bevölkerung entspricht. Crowdlending über Auxmoney hat dementsprechend eine durchschnittliche Bedeutung für NRW. Der ausgezahlte Kreditbetrag von knapp 100 Millionen Euro ist relativ gering. So hat allein die Sparkasse Aachen (2016) ihre Forderungen an Kunden im Jahr 2015 von 7,3 Milliarden auf 7,5 Milliarden erhöht.

Abbildung 2-12: Suchinteresse an „Auxmoney“ nach Bundesländern

Indizierte Google-Suchanfragen seit 2007, Maximum: 100, Stand: 29.07.2016



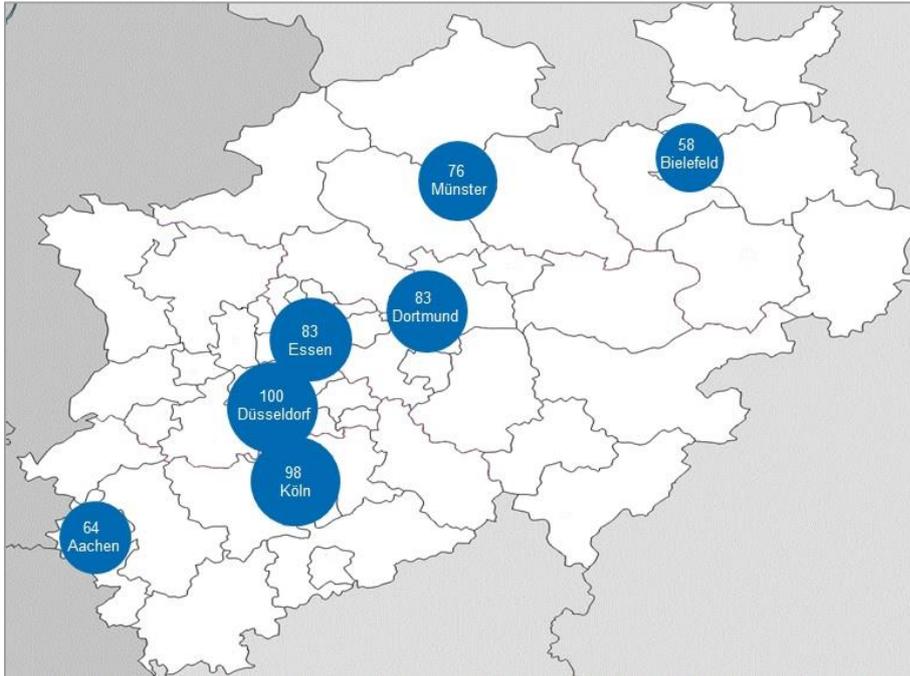
Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Auxmoney“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Seit 2014 verliert Auxmoney an Bedeutung (Auxmoney, 2016e). Die Anzahl an realisierten Projekten hat seit Januar 2014 abgenommen, während der nominelle Zinssatz gestiegen ist und zuletzt immer oberhalb von 10 Prozent lag. In der gegenwärtigen Niedrigzinsphase ist dies ein Ausdruck des erhöhten Risikos, das mit diesen Krediten einhergeht. So gibt Auxmoney (2016c) den durchschnittlichen nominellen Zinssatz seit Bestehen mit 9,7 Prozent an. Die durchschnittliche Rendite beträgt jedoch nur 5,5 Prozent (nach Provision von einem Prozent für Auxmoney). Somit wird der hohe Zinssatz durch Kreditausfälle relativiert. Auxmoney gibt die Kreditausfallquote mit drei Prozent an (Auxmoney, 2016f). Die Quote bei der Commerzbank AG (Commerzbank, 2016, 208) lag 2014 bei 0,87 Prozent und 2015 bei 1,01 Prozent. Die Kredite über Auxmoney fallen somit etwa dreimal häufiger aus als bei einer herkömmlichen Bank. Die Vermutung liegt nahe, dass bei Auxmoney vor allem Schuldner zum Zuge kommen, die ansonsten keinen Kredit bekommen hätten. Laut Auxmoney (2016d) stellt ein negativer Schufa-Eintrag keinen Hinderungsgrund für eine Kreditvergabe dar, was bei anderen Banken jedoch ein Ausschlusskriterium ist.

Abbildung 2-13: Suchinteresse an „Auxmoney“ in Nordrhein-Westfalen

Indizierte Google-Suchanfragen seit 2007, Maximum: 100, Stand: 29.07.2016



Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Auxmoney“ in den jeweiligen Städten relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

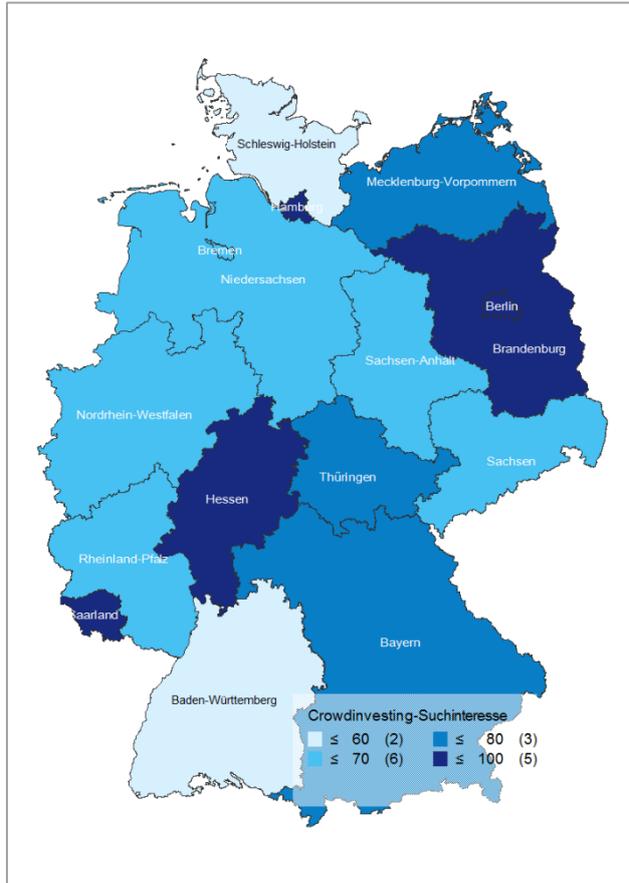
Crowdfunding

Von den mehr als 37 Millionen Euro, die 2015 mittels Crowdfunding eingeworben wurden, sind 46 Prozent zur Gründung von Start-ups eingesetzt worden. Somit kommt dieser Art der Crowdfinanzierung in Bezug auf die Unternehmenslandschaft eine besondere Bedeutung zu. 35 Prozent wurden in Immobilienprojekte investiert, 18 Prozent fließen in grüne Projekte (zum Beispiel ökologische Landwirtschaft) und ein Prozent in Filmvorhaben (für-Gründer.de, 2016). Abbildung 2-14 zeigt das Google-Suchinteresse am Begriff „Crowdfunding“. Es dominieren Brandenburg (100), Hessen (88), Berlin (85), Hamburg (84) und das Saarland (81). In NRW ist das Interesse mit einem Wert von 64 eher gering.

Start-ups in Deutschland werden vor allem über die Plattformen Seedmatch (Dresden) und Companisto (Berlin) finanziert. Ihr gemeinsamer Marktanteil beträgt 88 Prozent (für-Gründer.de, 2016). Companisto gibt an, dass von 2012 bis August 2015 38 Start-ups mit insgesamt 13,1 Millionen Euro finanziert wurden (Companisto, 2015). Von diesen 38 Unternehmen haben 27 ihren Sitz in Berlin, nur eines kommt aus NRW. Fünf Unternehmen mussten aufgeben. Von den 63 Gründungen, die von 2011 bis Juni 2016 über Seedmatch vollfinanziert wurden und noch bestehen, stammen immerhin acht aus NRW (seedmatch.de, 2016). Die Gesamtzahl an geförderten Start-ups und die investierte Summe nach Städten in NRW sind in Abbildung 2-15 dargestellt.

Abbildung 2-14: Suchinteresse an „Crowdinvesting“

Indizierte Google-Suchanfragen seit 2014, Maximum: 100; Stand: 29.07.2016

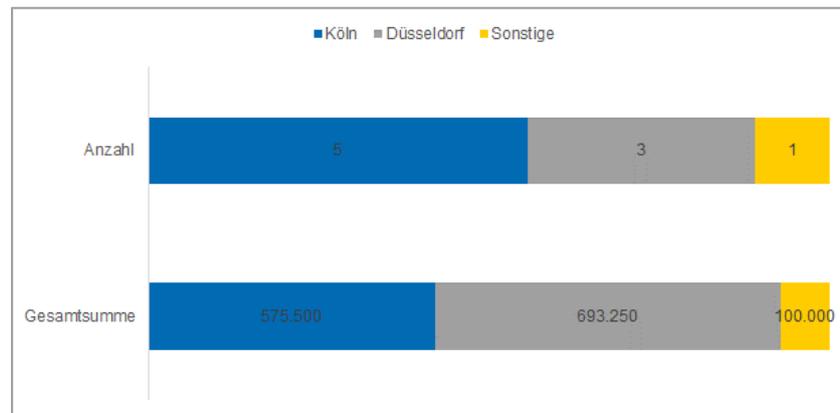


Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Crowdinvesting“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Abbildung 2-15: Über Crowdinvesting finanzierte Start-ups in NRW

Absolute Anzahl, Gesamtfinanzierungssumme in Euro, seit 2011



Quelle: Companisto, 2015; seedmatch.de, 2016; eigene Darstellung

Von den 38,5 Millionen Euro, die über die Plattformen eingeworben worden sind, wurden unter vier Prozent in Start-ups in NRW investiert. Zudem verteilen sich die neuen Unternehmen fast

ausschließlich auf Köln und Düsseldorf, was daran liegt, dass Neugründungen oft in bereits gründungsstarken Regionen stattfinden (Röhl, 2016) und Köln und Düsseldorf zu den Gründungszentren in Deutschland zählen (IBB, 2014). Im Oktober 2015 startete mit Geldwerk1 aus Dortmund eine neue Crowdinvesting-Plattform für NRW. Im März 2016 konnte das erste Start-up in Hamm mit rund 50.000 Euro unterstützt werden (Geldwerk, 2016).

Zur Einordnung der Bedeutung von Sharing-Plattformen für die Unterstützung von neuen Unternehmen ist ein Vergleich mit dem High-Tech-Gründerfonds (I, II und III) sinnvoll, der sich vor allem aus Mitteln des BMWi und der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) speist (BMW, 2016b). Der High-Tech Gründerfonds I wurde 2005 mit einem Volumen von 272 Millionen Euro und einer Laufzeit von insgesamt 13 Jahren gegründet. 2011 wurde Fonds II mit gleicher Laufzeit und 304 Millionen Euro Fondsvolumen aufgelegt, welchem sich ab 2017 Fonds III mit 300 Millionen Euro anschließen soll. Dies ist nicht der einzige Weg der Start-Up-Förderung der Bundesregierung: Es stehen insgesamt 1,4 Milliarden Euro zur Verfügung (spiegel.de, 2016), die weiter ausgebaut werden sollen (BMW, 2016c). Vor diesem Hintergrund sind die über Crowdinvesting eingeworbenen 38,5 Millionen Euro noch relativ gering.

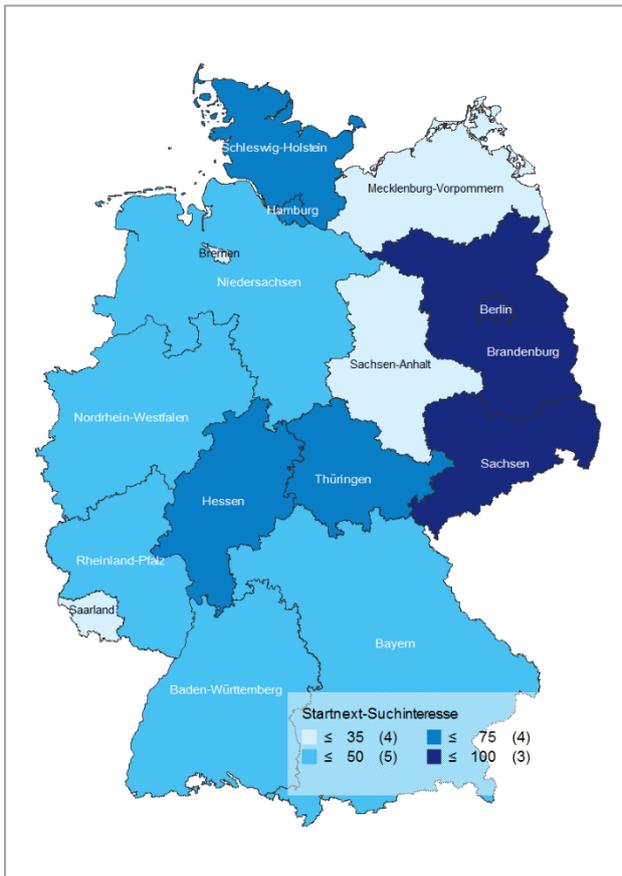
Bedeutsam ist Crowdinvesting außerdem für die Finanzierung von Immobilienprojekten. 2014 wurden 7,3 Millionen Euro auf diesem Weg investiert, obwohl diese Anlageklasse vorher nahezu keine Rolle gespielt hat (für-Gründer.de, 2015). Für Nordrhein-Westfalen ist vor allem die Plattform Zinsland (zinsland.de, 2016) aus Hamburg von Bedeutung. Diese bietet seit 2014 Investitionen in Immobilien ab 500 Euro an. Insgesamt sind über diese Plattform bereits zehn Projekte erfolgreich finanziert worden, eines ist noch in der Finanzierungsphase. Von diesen elf Projekten sind acht in NRW beheimatet (zwei in Hilden und je eins in Tönisvorst, Straelen, Dinslaken, Krefeld, Ratingen und Grevenbroich). Inklusive der 700.000 Euro, die für das Projekt in Straelen noch gesammelt werden sollen, werden so insgesamt 4,35 Millionen Euro in NRW-Projekte investiert. Der Pionier auf dem Gebiet der Immobilienfinanzierung ist die Plattform bergfuerst.com. Über dieses Portal wurden rund 600.000 Euro für zwei Projekte in Aachen eingeworben.

Crowdfunding

Für das Crowdfunding bieten sich vor allem künstlerische, humanitäre und ökologische Projekte an, da keine Rückzahlung der investierten Summe erfolgt, sondern der Beitrag gespendet wird oder der Unterstützer ein Produkt seiner Investition erhält. Beispielhaft sei hier das Projekt des Sängers Thomas Godoj (Recklinghausen) genannt, der über Startnext zwei Alben finanzieren und mehr als 344.000 Euro einwerben konnte (Startnext, 2016a). Je nach finanziellem Beitrag erhielten Geldgeber ein Armband, eine CD oder ein Wohnzimmerkonzert als Dankeschön. Die bedeutendste deutsche Crowdfunding-Plattform ist Startnext (Berlin) mit einem Marktanteil von 90 Prozent im Jahr 2015 (für-Gründer.de, 2016). Seit 2010 sind 3.808 Projekte mit einem Gesamtvolumen von 31,8 Millionen Euro unterstützt worden (Stand 12.07.2016; Startnext, 2016b). In Köln gab es 172 erfolgreiche Projekte, in Berlin 869. Die Dominanz Berlins wird auch in Abbildung 2-16 deutlich, welche die relative Häufigkeit des Suchbegriffs „Startnext“ bei Google darstellt. NRW ist mit einem Wert von 43 eher im unteren Mittelfeld angesiedelt. Die Suchanfragen nach „Startnext“ in NRW betragen also nur 43 Prozent der Anfragen in Berlin (Wert: 100), trotz der höheren Bevölkerungszahl.

Abbildung 2-16: Suchinteresse an „Startnext“ nach Bundesländern

Indizierte Google-Suchanfragen seit 2014, Maximum: 100, Stand: 29.07.2016



Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Startnext“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

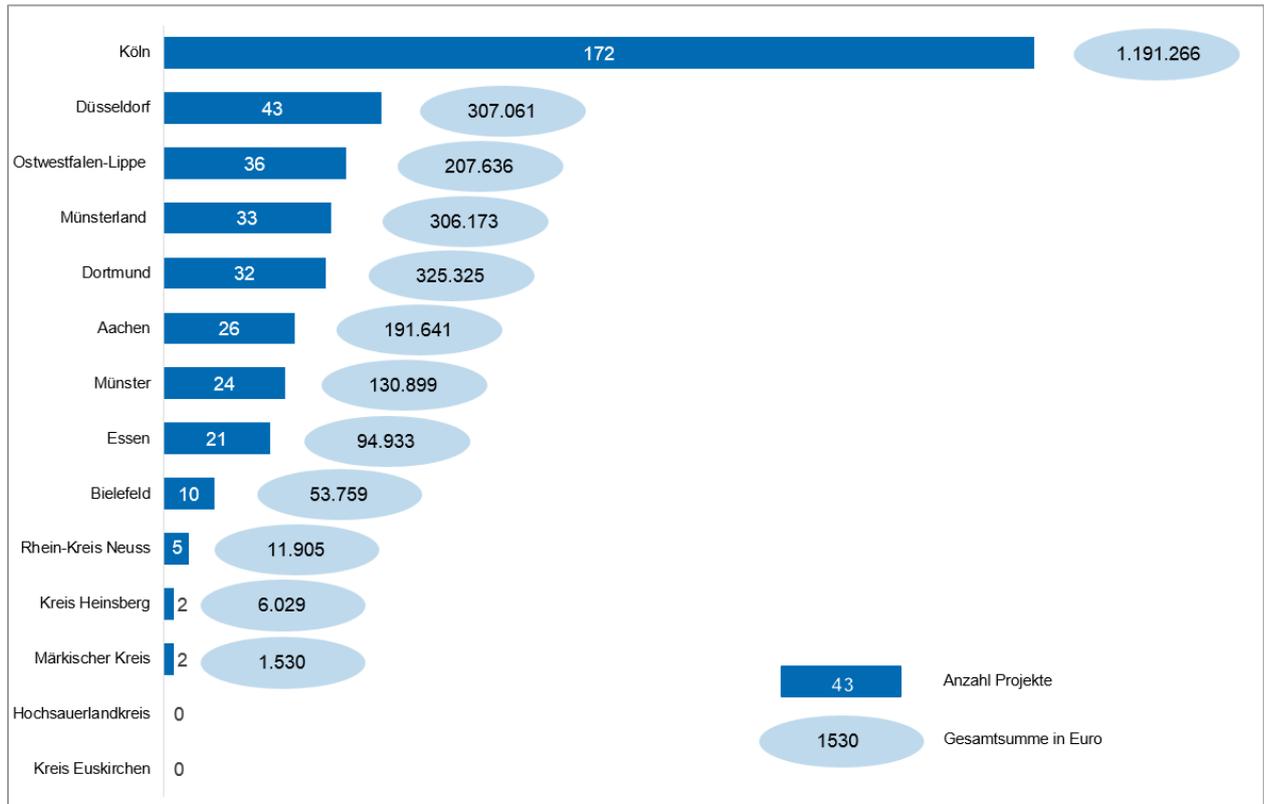
Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Die Anzahl an erfolgreichen Projekten sowie die Gesamtsumme sind für ausgewählte Kreise/Städte und Regionen in Abbildung 2-17 aufgeführt. Bis auf den Kreis Euskirchen und den Hochsauerlandkreis können alle Regionen erfolgreiche Projekte vorweisen. Crowdfunding spielt vor allem in Großstädten eine Rolle. So schaffen es das Münsterland und Ostwestfalen-Lippe auf vordere Plätze, weil Münster beziehungsweise Bielefeld inbegriffen sind. Köln liegt mit 172 Projekten und fast 1,2 Millionen Euro vorne, gefolgt von Düsseldorf und Ostwestfalen-Lippe.

Insgesamt hat Crowdfinanzierung für NRW noch eine geringe Bedeutung. Die Anzahl an Crowdlending-Projekten entspricht, gemessen an der Bevölkerungszahl, etwa dem Bundesdurchschnitt. Crowdinvesting als Finanzierung von Start-ups konzentriert sich auf die Städte Köln und Düsseldorf. Crowdfunding-Projekte sind in fast allen Regionen anzutreffen, aber vor allem in Köln.

Abbildung 2-17: Crowdfunding in NRW

Anzahl erfolgreicher Projekte und Summe der Projektfinanzierung in Euro, seit 2010, nur Startnext



Quelle: Startnext, 2016c; eigene Darstellung

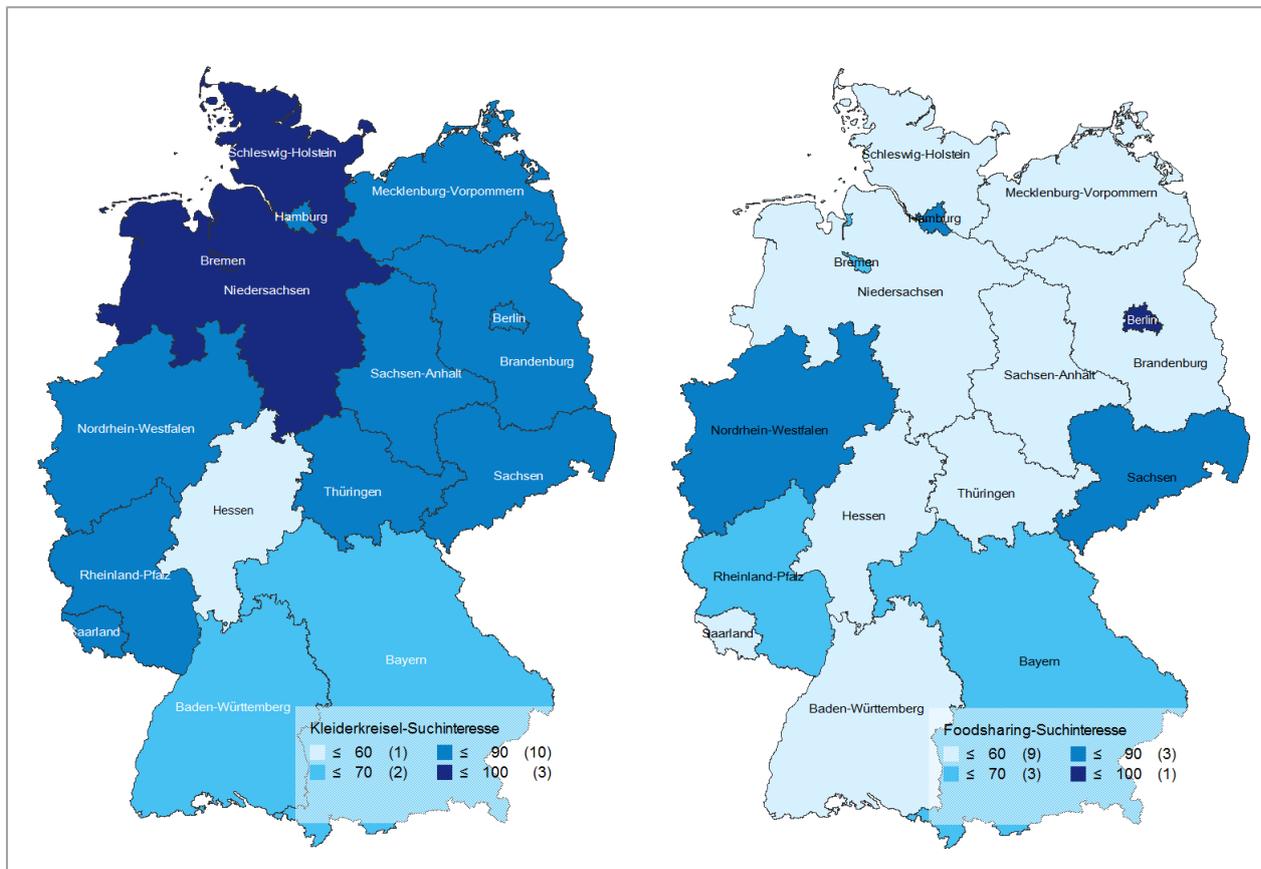
2.5 Gütersektor

Die Sharing Economy hat im Gütersektor eine lange analoge Tradition. „Nutzen statt Kaufen“ gilt seit Jahrzehnten in Bibliotheken, Videotheken, Second-Hand-Läden und Waschsalons. Auch in der digitalen Welt eignen sich besonders Güter zum Teilen: Ein Viertel der Befragten einer repräsentativen bundesweiten Umfrage findet, dass insbesondere Werkzeuge und Gartengeräte sich zum Verleih eignen, zehn Prozent nennen Haushaltswaren und -geräte (TNS Emnid/Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015a, 11).

Mit 30 Prozent sind in NRW überdurchschnittlich viele Befragte der Meinung, dass elektrische Werkzeuge besonders gut gemeinsam genutzt werden könnten (TNS Emnid/Deutscher Verbrauchertag, 2015a, 78). Aufgrund der Vielfältigkeit der Güter gibt es auch viele verschiedene Plattformen, die Güterverleih zwischen verschiedenen Nutzern vermitteln. Das macht ein vollständiges oder nahezu vollständiges Abbilden dieses Sektors unmöglich. In NRW spielen unter anderem die Plattformen Kleiderei (Kleidung leihen), Kleiderkreisel (Kleidung tauschen und verkaufen), Kinderado (Kinderkleidung tauschen und verkaufen), Mietmeile und Frents (Gebrauchsgegenstände aller Art leihen) sowie Foodsharing (Essen teilen) eine Rolle. In der Regel sind Sharing-Plattformen im Gütersektor P2P-Plattformen.

Abbildung 2-18: Suchinteresse an „Kleiderkreisel“ und „Foodsharing“ nach Bundesländern

Indizierte Google-Suchanfragen seit 2011, Maximum: 100, Stand: 28.07.2016



Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Kleiderkreisel“ und „Foodsharing“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Im Gütersektor muss der Begriff der Sharing Economy weit gefasst werden, denn die meisten Sharing-Angebote des Sektors vereinen nicht alle Merkmale einer P2P-Sharing-Plattform, nämlich die des eigentumslosen Nutzers, des wertschöpfenden Anbieters und der vermittelnden Plattform. Bei Tausch- und Schenkplattformen wie Kleiderkreisel und Kinderado fehlt es am Merkmal des eigentumslosen Zugangs (Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015a, 16). Durch Tausch oder Schenkung geht das Eigentum konventionell von einer Person auf eine andere über. Allerdings werden getauschte Güter über ihre gesamte Produktlebensdauer hinweg zwischen mehreren Privateigentümern geteilt (hiervon abzugrenzen sind Hotels oder Autovermietungen, bei denen keine Privateigentümer involviert sind). Bei Foodsharing beispielsweise überlässt der Anbieter dem Nutzer Nahrungsmittel, die er selbst nicht benötigt. Der Anbieter teilt seinen Besitz mit dem Nutzer in einer Weise, die beiden nützt, denn der Spender hat kein Interesse an der Nutzung des gespendeten Gegenstandes, der Empfänger hingegen schon (Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015a). Tausch- und Schenkplattformen haben mit der Sharing Economy lediglich gemeinsam, dass sie eine erweiterte Nutzung unternutzter Ressourcen möglich machen und auf diese Weise das Ungenutzte („waste“) in Wert verwandeln (Gansky, 2011). Leih- und Mietplattformen hingegen können auch im engeren Sinne der Sharing Economy zugerechnet werden. Tabelle 1-1 in der Einleitung fasst die unterschiedlichen Plattformarten im Gütersektor zusammen und bewertet ihre Sharing-Merkmale.

Ein bundesweiter Vergleich von Google-Suchanfragen nach den Plattformen ist aufgrund der Datenlage nur für Kleiderkreisel und Foodsharing möglich. Wie Abbildung 2-18 illustriert, liegt das Interesse von potenziellen Anbietern und Nachfragern an Kleiderkreisel und Foodsharing in NRW bundesweit im Mittelfeld. Die Kleidungstausch- und -verkaufsplattform Kleiderkreisel ist vor allem in Norddeutschland beliebt, während Foodsharing vor allem in Berlin stark nachgefragt wird.

Tabelle 2-5: Inserate bei Mietmeile und Frents

Anzahl aktiver Mietmeile- und Frents -Angebote, Stand 02.09.2016 (Mietmeile) und 09.09.2016 (Frents); Städte hellblau markiert

	Mietmeile	Frents	
	Inserate	Leihinserate	Kauf-/Schenkinserate
Ostwestfalen-Lippe	5.315	1.164	160
Münsterland	3.390	498	19
Köln	2.476	1.390	71
Düsseldorf	2.218	505	29
Essen	1.985	351	34
Münster	1.710	204	11
Bielefeld	1.710	478	102
Kreis Heinsberg	1.326	66	20
Dortmund	423	281	15
Hochsauerlandkreis	344	26	1
Rhein-Kreis Neuss	166	141	11
Aachen	118	206	8
Kreis Euskirchen	51	104	4
Märkischer Kreis	20	91	3
Insgesamt	21.252	5.505	488

Quelle: mietmeile.de, 2016; frents.com, 2016; eigene Darstellung

Letzteres liegt auch daran, dass Foodsharing vor allem lokal gebunden ist – sogenannte Essenskörbe mit Lebensmitteln werden vor Ort abgeholt und können nicht versandt werden. Deshalb ist Berlin mit seiner hohen Bevölkerungsdichte ein Gebiet mit einer höheren Anzahl von Anfragen. Ein ähnliches Bild ergibt sich für NRW. Am 15.09.2016 standen in NRW 33 Essenskörbe zur Verfügung, 15 davon im Großraum Köln (zum Vergleich: in Berlin waren es 29; foodsharing.de, 2016). Genauere Analysen sind auf Basis der öffentlichen Daten nicht möglich. Um die Rolle der Sharing Economy für den Gütersektor NRWs genauer zu analysieren, werden im Folgenden Angebotszahlen, die nur Momentaufnahmen sein können, ausgewertet. Aufgrund der geringen Datenverfügbarkeit sind präzise Analysen nur für die Verleihplattformen Mietmeile

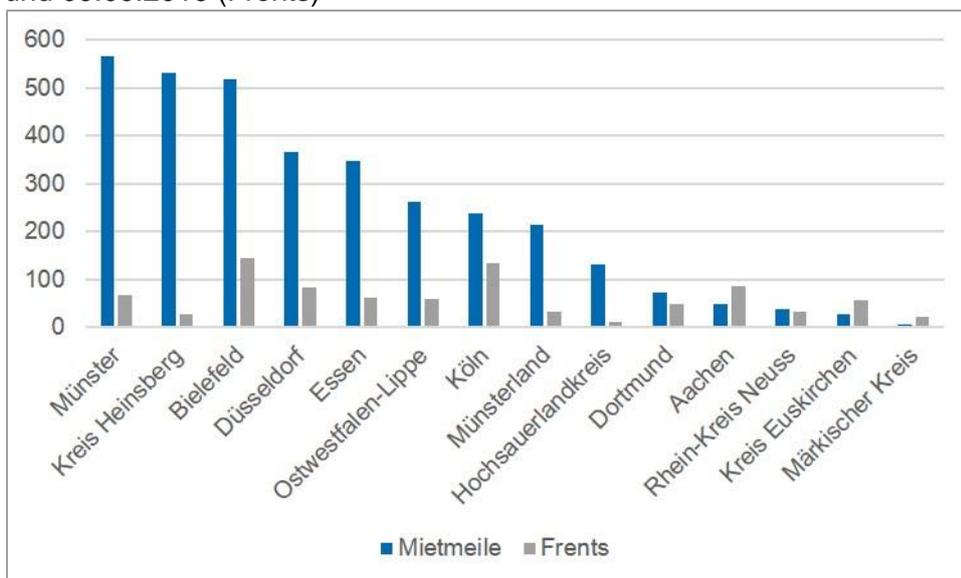
und Frents möglich. Auf diesen Plattformen können Güter wie Hebebühnen, Bohrmaschinen, Moderationsequipment und Motorboote ge- und verliehen werden. Besonders die Regionen Ostwestfalen-Lippe und das Münsterland sind mit jeweils mehr als 5.000 beziehungsweise mehr als 3.000 Angeboten auf der Mietmeile-Plattform in der Sharing Economy aktiv (siehe Tabelle 2-5). Aktivste Stadt ist Köln mit rund 2.500 Inseraten. Bei Frents erzielt Köln mit 1.390 Leihinseraten sogar den höchsten Gesamtwert. Besonders wenig verliehen wird im Märkischen Kreis und im Kreis Euskirchen.

Berücksichtigt man die Einwohnerzahlen, sind die Regionen Münster, Kreis Heinsberg und Bielefeld mit mehr als 500 Mietmeile-Angeboten pro 100.000 Einwohnern weit vorne (siehe Abbildung 2-19). Mit weniger als 100 Mietmeile-Angeboten relativ wenig verliehen wird in Dortmund, Aachen, Rhein-Kreis Neuss, Kreis Euskirchen und Märkischer Kreis. Bielefeld liegt relativ gesehen bei den Frents-Leihangeboten vorne. Generell gibt es deutlich weniger Frents- als Mietmeile-Angebote.

Für Kleiderkreisel, eine Tausch- und Verkaufsplattform, die im engeren Sinne nicht zur Sharing Economy gezählt werden kann, lassen sich nur sehr generelle Aussagen treffen. Deutschlandweit gibt es beispielsweise 4,7 Millionen registrierte Kleiderkreisel-Mitglieder in Deutschland, die durchschnittlich 300.000 Transaktionen im Monat abschließen, die meisten davon sind Käufe. Mehr als neun Millionen Artikel sind im Onlinekatalog registriert (Kleiderkreisel, 2015). Gemäß einem Bevölkerungsanteil NRWs von 22 Prozent an der Gesamtbevölkerung Deutschlands würde das etwa gut einer Million Mitgliedern, zwei Millionen Artikeln und 66.000 monatlichen Transaktionen in NRW entsprechen. Genauere Daten für Kleidererei und Kinderado sind nicht verfügbar.

Abbildung 2-19: Inserate bei Mietmeile und Frents pro 100.000 Einwohner

Aktive Mietmeile und Frents-Leihinserate pro 100.000 Einwohner, Stand 02.09.2016 (Mietmeile) und 09.09.2016 (Frents)



Quelle: mietmeile.de, 2016; frents.com, 2016; IT.NRW, 2016a; eigene Darstellung

Insgesamt macht der Sharing-Markt im Gütersektor einen kleinen Anteil am Gesamtgütermarkt aus. Eine plakative Rechnung: Geht man etwa davon aus, dass 70 Prozent der bundesdeutschen Haushalte und damit auch der NRW-Haushalte eine Bohrmaschine besitzen (Verbrau-

Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015b) und dass es 8.681.000 Haushalte und damit 6.076.700 Bohrmaschinen in NRW gibt (IT.NRW, 2016a), sind 21.252 Mietmeile-Leihangebote (die neben Bohrmaschinen sämtliche Gegenstände des täglichen Bedarfs umfassen; mietmeile.de, 2016) eine sehr geringe Zahl. Laut Eurobarometer haben 20 Prozent der Deutschen bereits Sharing-Angebote genutzt (Europäische Kommission, 2016b). Legt man das auf die NRW-Haushalte um, sind das 1.735.200 Haushalte und damit 1.215.340 Bohrmaschinen, die auf Plattformen von aktiven Sharing-Usern bereitgestellt werden könnten – die tatsächliche Anzahl an Mietmeile-Inseraten betragen nur 1,75 Prozent dieser Zahl.

2.6 Audiovisuelle Medien

Auch im Bereich der audiovisuellen Medien gibt es Anwendungen der Sharing Economy. Diese werden oft unter dem Begriff Streaming zusammengefasst (S. Schmidt, 2016). Darunter wird das Abspielen von Inhalten auf einem Computer, einem Smartphone oder Ähnlichem über das Internet beziehungsweise über ein Netzwerk verstanden (Kuhfuß, 2015). In einer Studie der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz wird zwischen einer linearen und einer non-linearen Nutzung unterschieden (S. Schmidt, 2016). Lineares Streaming bezeichnet zum Beispiel das Ansehen eines herkömmlichen TV-Programms über ein Netzwerk. Im Folgenden wird ausschließlich non-lineares Streaming thematisiert. Für den Bereich der Filme hat sich für die non-lineare Variante der Ausdruck Video-on-Demand (VoD) herausgebildet (zum Beispiel Arnold/Schneider, 2016). Analog dazu bezeichnet Music-on-Demand das non-lineare Streaming digitaler Musik (siehe Schmidt, 2016). „On-Demand“ beschreibt dabei, dass die Inhalte dem Nutzer individuell erst auf Anfrage (per Klick) zugänglich gemacht werden und nicht Teil eines bereits laufenden Programms sind.

Im Bereich der audiovisuellen Medien haben sich je zwei ähnliche Geschäftsmodelle herausgebildet:

- **Teilen von Inhalten.** Dabei produzieren in der Regel private Nutzer Inhalte (Content) und laden diese auf einer Plattform hoch. Danach können die Besucher der Plattform sich die Inhalte kostenfrei ansehen oder anhören, sie bewerten, teilen und Feedback abgeben. Die Plattform finanziert sich typischerweise über Werbung. Die dominierende Plattform bei Videos ist YouTube mit weltweit mehr als einer Milliarde Besuchern pro Monat seit 2013 (Arnold/Schneider, 2016). Im Bereich der Musik hat sich die Plattform SoundCloud etabliert. Da in diesem Geschäftsmodell das Teilen von Inhalten im Vordergrund steht, handelt es sich überwiegend um ein P2P-Modell.
- **Wiedergabe von urheberrechtlich geschütztem Material.** Um diese Inhalte auf einer Plattform nutzen zu können, schließt der Nutzer entweder ein Abo ab und bezahlt einen monatlichen Betrag oder er nutzt eine Version mit eingeschränkten Funktionen sowie Werbeeinblendungen (Freemium-Modell). Freemium ist auf Musikstreaming beschränkt (zum Beispiel Deezer oder Spotify). Im Bereich der Filme hat sich daneben das Modell des Einzelabrufs gegen Gebühr etabliert (zum Beispiel Maxdome). Es handelt sich bei diesem Geschäftsmodell um ein Business-to-Consumer-Modell (B2C-Modell), da eine Leistung bei einem Unternehmen eingekauft wird. Hier ist also allenfalls Sharing im weiteren Sinne vorhanden.

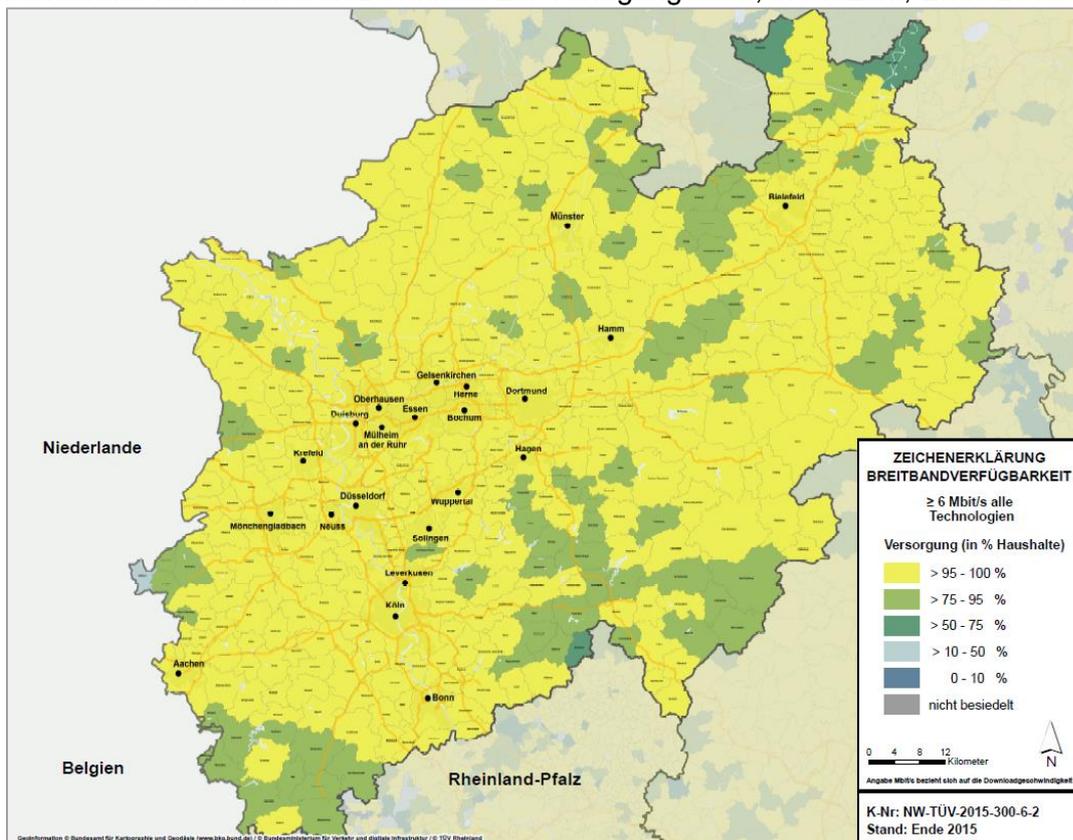
Die Grenzen zwischen beiden Geschäftsmodellen sind nicht eindeutig. So bietet SoundCloud ebenfalls einen Abo-Service an (SoundCloud Go), mit dem geschützte Musik angehört werden

kann. Zudem wird YouTube auch zum Streamen von Musik genutzt und es wird allgemein auch urheberrechtlich geschütztes Material hochgeladen.

Im Folgenden befasst sich diese Untersuchung mit je einem Unternehmen aus dem Bereich Musik und Videos, die die erwähnten Geschäftsmodelle anwenden. Bei den P2P-Modellen haben sich YouTube bei Videos und SoundCloud bei Musik etabliert (S. Schmidt, 2016). Im Bereich der B2C-Modelle gilt Amazon mit seinem Amazon-Instant-Video als Marktführer in Deutschland (S. Schmidt, 2016; Goldmedia, 2016). Doch das Abo dieses Dienstes ist eine Zugabe zu Amazon-Prime, das gratis Lieferungen von Bestellungen als Hauptvorteil bietet. Somit ist nicht eindeutig, ob die Nutzer sich aktiv für Amazon-Instant-Video entschieden haben oder es sich um Mitnahmeeffekte handelt. Aus diesem Grund konzentriert sich diese Untersuchung auf Netflix (Platz 2 laut Goldmedia, 2016). Im Bereich des Musikstreaming wird der Marktführer Spotify betrachtet (S. Schmidt, 2016; IFPI, 2016).

Abbildung 2-20: Theoretischer Versorgungsgrad der Privathaushalte mit Breitbandinternet in Nordrhein-Westfalen

Anteil der Privathaushalte in Nordrhein-Westfalen, denen Breitbandinternet mit einer Mindestbandbreite von 6 Mbit/s im Download zur Verfügung steht, in Prozent, Ende 2015



Quelle: BMVI, 2016

Anders als in den übrigen Fallstudien lässt sich der Streaming-Markt nicht über Abfragen der Angebote auf den entsprechenden Webseiten abbilden, auch da es sich nicht um ein P2P-Angebot handelt. Wichtigste Voraussetzung für Streaming-Dienste ist das Vorliegen einer schnellen Breitbandinternetverbindung.

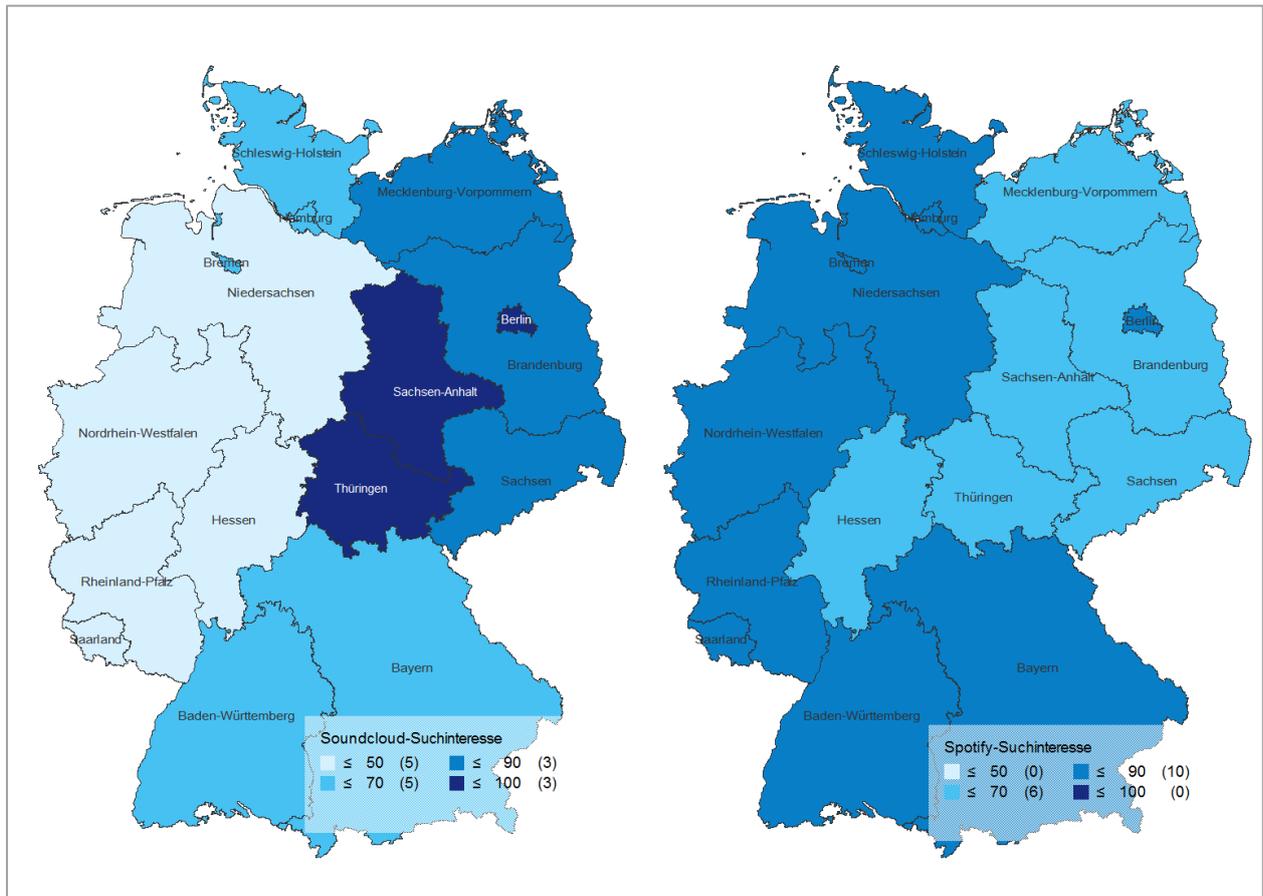
Abbildung 2-20 stellt den Anteil der Haushalte in Nordrhein-Westfalen dar, dem theoretisch ein Breitbandanschluss mit mindestens 6 Mbit/s zur Verfügung steht. Diese Geschwindigkeit ist für Video-on-Demand in High Definition (HD) mindestens notwendig (Behrens, 2016; Schulz, 2016). Es wird deutlich, dass für mehr als 95 Prozent der Haushalte in fast ganz NRW ein Breitbandanschluss mit der erforderlichen Geschwindigkeit zur Verfügung stünde. Lediglich in den Kreisen Euskirchen, Minden-Lübbecke (OWL), Heinsberg, im Märkischen Kreis und im Oberbergischen Kreis sowie im Osten des Kreises Siegen-Wittgenstein gibt es größere Gebiete, in denen einem geringeren Anteil der Haushalte ein solcher Anschluss zur Verfügung steht. Somit ist in diesen Gebieten, die vor allem an den Grenzen des Bundeslandes liegen, auch mit einer geringeren Verbreitung der Anwendungen zu rechnen. Allerdings ist bei dieser Betrachtungsweise zu berücksichtigen, dass die Daten lediglich die Verfügbarkeit dieser Anschlüsse darstellen; die tatsächliche Nutzung kann weitaus geringer sein.

Musik

Spotify wurde 2006 in Schweden gegründet (Frickel, 2012) und ist in Deutschland seit 2012 verfügbar (heise.de, 2012). Zurzeit hat das Unternehmen mehr als 100 Millionen aktive Nutzer weltweit, von denen 40 Millionen ein Abonnement abgeschlossen haben (Spotify, 2016a). Den Konsumenten stehen insgesamt mehr als 30 Millionen Musiktitel zum Streamen zur Verfügung (Spotify, 2016a). Im Vergleich zum P2P-Dienst SoundCloud ist Spotify in Deutschland vor allem in Westdeutschland stärker nachgefragt (siehe Abbildung 2-21). In Ostdeutschland wird über Google vor allem nach SoundCloud gesucht. Die meisten Suchanfragen insgesamt werden in Berlin nach SoundCloud gestellt. Im Vergleich zu diesem Wert entsprechen die Suchen aus NRW nach Spotify 77 Prozent. Damit liegt NRW eher im Mittelfeld. Am häufigsten wird in Schleswig-Holstein (89 Prozent) und Bremen (88 Prozent) nach Spotify gesucht. Das geringste Interesse besteht in Sachsen-Anhalt und Thüringen (je 54 Prozent).

Die Ost-West-Teilung wird auch in einer Umfrage der TNS Research im Auftrag von Spotify deutlich (Spotify, 2016b; Tabelle 2-6). Insbesondere in der Altersgruppe von 15 bis 64 Jahren erreicht Spotify free, die werbefinanzierte Variante, einen höheren Anteil in den westlichen Bundesländern. In der jüngeren Altersgruppe von 15 bis 34 Jahren ist der Effekt zwar deutlich geringer, in Brandenburg und Thüringen jedoch immer noch deutlich. Nordrhein-Westfalen liegt in dieser Studie im Bundesländervergleich im oberen Drittel. Bei den 15- bis 64-Jährigen erreicht Spotify wöchentlich 14 Prozent in NRW, Schleswig-Holstein und Niedersachsen. Nur in Bremen und Berlin (je 16 Prozent) erreicht das Unternehmen einen größeren Anteil. Das geringste Interesse besteht in Thüringen (8 Prozent) und Brandenburg (7 Prozent). Bei den 15- bis 34-Jährigen erreicht Spotify 25 Prozent in NRW und Rheinland-Pfalz. Nur in Niedersachsen (28 Prozent), Bayern (27 Prozent) und Berlin (32 Prozent) ist die Reichweite größer. Insgesamt ist erkennbar, dass Spotify in NRW leicht überdurchschnittlich viele Personen der beiden Altersgruppen erreicht.

Abbildung 2-21: Suchinteresse an „SoundCloud“ und „Spotify“ nach Bundesländern
 Indizierte Google-Suchanfragen seit 2013, Maximum: 100, Stand: 31.07.2016



Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „SoundCloud“ und „Spotify“ in den jeweiligen Bundesländern relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Innerhalb von NRW lassen sich anhand der Google-Suchanfragen kaum Unterschiede im Interesse an Spotify feststellen. Das größte Interesse besteht in den ländlichen Regionen und kleineren Städten. Die meisten Suchanfragen stammen aus Borken im Münsterland und Hennef. In den Großstädten (insbesondere Köln, Düsseldorf, Essen, Dortmund und Duisburg) wird im Vergleich dazu wenig gesucht.

Tabelle 2-6: Regionale wöchentliche Reichweite von Spotify free
 Anteil an der jeweiligen Altersgruppe, in Prozent, 2016, 6.662 Befragte

Bundesland	Altersgruppe	
	15 bis 64 Jahre	15 bis 34 Jahre
Baden-Württemberg	12	24
Bayern	12	27
Berlin	16	32
Brandenburg	7	13

Bremen	16	33
Hamburg	12	23
Hessen	10	18
Mecklenburg-	11	23
Niedersachsen	14	28
Nordrhein-Westfalen	14	25
Rheinland-Pfalz	12	25
Saarland	10	20
Sachsen	11	21
Sachsen-Anhalt	10	22
Schleswig-Holstein	14	23
Thüringen	8	18
Deutschland	12	24

Quelle: Spotify, 2016b; eigene Darstellung

SoundCloud wurde 2008 in Berlin gegründet (Europäische Kommission, 2013). Im Gegensatz zu dem B2C-Angebot von Spotify verfolgt SoundCloud einen P2P-Ansatz, bei dem Künstler ihre Stücke online stellen können, um sie den Zuhörern vorzustellen und Feedback zu erhalten (van Buskirk, 2009). Daneben soll auch der Austausch unter den Musikern deutlich erleichtert werden. Somit war über SoundCloud zu Anfang vor allem selbst erstellte Musik von unbekanntem und aufstrebenden Musikern zugänglich. Mittlerweile sind auch Stücke namhafter Künstler vertreten (SoundCloud, 2016a). Insgesamt hören pro Monat 175 Millionen Menschen über SoundCloud Musik (SoundCloud, 2016a) und können aus über 135 Millionen Liedern wählen (SoundCloud, 2016b). Das Unternehmen nutzt ebenfalls ein Freemium-Modell. Ende September 2016 wurde bekannt, dass Spotify die Absicht hat, SoundCloud zu übernehmen (Frankfurter Allgemeine, 2016).

Die Bedeutung von SoundCloud im Bundesländervergleich zeigt Abbildung 2-21. SoundCloud wird vor allem in Ostdeutschland in die Google-Suchmaschine eingegeben. Am häufigsten wird in Berlin (100), Sachsen-Anhalt (96) und Thüringen (95) gesucht. Nordrhein-Westfalen kommt nur auf einen Wert von 48 Prozent. Somit suchen die 2,2 Millionen Personen in Sachsen-Anhalt doppelt so oft nach SoundCloud wie die fast 18 Millionen Menschen in Nordrhein-Westfalen. Das Angebot des Unternehmens ist somit eher von geringer Bedeutung für Nordrhein-Westfalen.

Videos

In diesem Abschnitt werden die wesentlichen Anwendungen im Bereich des Video-on-Demand untersucht. Dazu wird eine aktuelle Studie von Deloitte (2016) genutzt. Diese Studie ermittelt anhand einer Umfrage aus dem Februar 2016 das Nutzungsverhalten im Bereich von Videos (Deloitte, 2016). Unternehmen wie Netflix oder Maxdome stehen im Wettbewerb mit DVDs und

dem linearen Fernsehen. Zusätzlich werden zunehmend Musikvideos über Onlineplattformen wie YouTube konsumiert.

Insbesondere der letzte Punkt dürfte dazu beitragen, dass bei den 14- bis 18-Jährigen Kurzvideos über Internetplattformen häufiger konsumiert werden als das herkömmliche Fernsehprogramm: 79 Prozent schauen mindestens einmal die Woche ein Kurzvideo (vor allem auf YouTube) im Internet an. Lediglich 71 Prozent nutzen so oft das Fernsehen (Deloitte, 2016). Bei allen anderen Altersgruppen dominiert das Fernsehen die Angebote aus dem Netz: Durchschnittlich 75 Prozent aller Befragten schalten täglich den Fernseher ein.

Die kostenpflichtigen Anwendungen im Bereich Video-on-Demand sind im Vergleich zu YouTube und dem normalen Fernsehen von nachrangiger Bedeutung. Am häufigsten nutzen die 19- bis 34-Jährigen diese Anwendungen, immerhin schauen zwischen 40 und 45 Prozent mindestens einmal die Woche einen Film zum Beispiel auf Netflix (mehr als 60 Prozent nutzen mindestens einmal die Woche Dienste wie YouTube). Ältere und jüngere Deutsche nutzen diese Dienste weitaus weniger.

YouTube wurde 2005 gegründet und ist eine Plattform, auf der eigene Videos hochgeladen und anschließend von anderen angesehen und kommentiert werden können. Der Dienst ist generell kostenlos und finanziert sich überwiegend über Werbung. Da fast ein Drittel aller Internetnutzer auch YouTube nutzt (youtube.com, 2016), dürften die Einnahmen entsprechend hoch sein. Auch der Trend, dass geschützte Inhalte (zum Beispiel Musikvideos etablierter Künstler) hochgeladen werden, wofür Rechteinhaber vergütet werden müssen (youtube.com, 2016), hatte auf die kostenlose Verfügbarkeit keinen Einfluss.

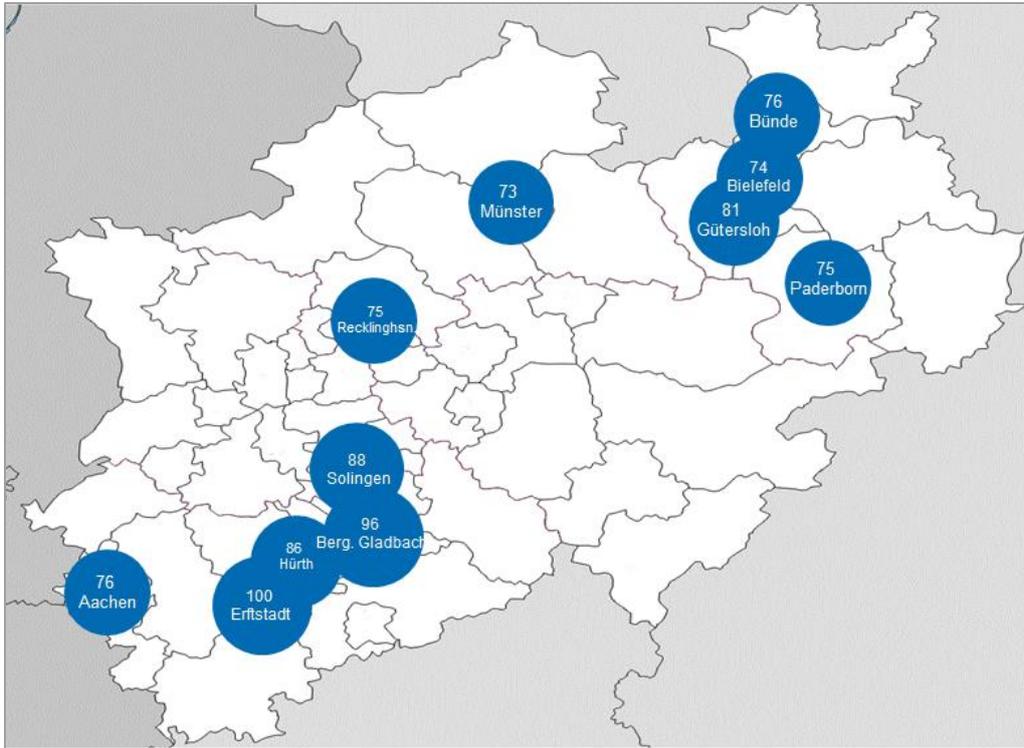
YouTube ist der beliebteste Musikstreaming-Dienst in Deutschland (Deloitte, 2016). So sind laut Global Music Report (IFPI, 2016) auch die zehn meistgeschauten Videos auf YouTube Musikvideos. Dennoch dürfte die Mehrheit aller Videos auf der Plattform aus selbst erstellten Kurzfilmen bestehen. Aufgrund der Dominanz und weiten Verbreitung des Internetdienstes lassen sich an den Suchanfragen kaum Unterschiede innerhalb Deutschlands oder NRW erkennen.

Netflix wurde bereits 1997 in den USA als Onlinevideothek gegründet (Netflix, 2016). In den Anfangsjahren konnten sich die Konsumenten Filme online aussuchen und bekamen danach eine Leih-DVD per Post nach Hause geschickt. 2007 führte Netflix seinen Streaming-Dienst ein, baute diesen zum Hauptgeschäftszweig aus und expandierte weltweit. Seit 2014 ist der Dienst auch in Deutschland verfügbar. Insgesamt hat Netflix mehr als 83 Millionen Kunden und ist somit der größte Internet-TV-Anbieter (Netflix, 2016). Das Unternehmen versucht seine Marktposition durch die Produktion von eigenen Filmen, Dokumentationen und Serien zu stärken, da diese exklusiv auf dem Streaming-Dienst angeboten werden können. Kunden zahlen einen monatlichen Beitrag für den Zugang.

Die Unterschiede beim Netflix-Suchinteresse innerhalb NRW werden in Abbildung 2-22 deutlich. Anders als auf Bundesebene dominieren nicht die Großstädte, sondern die Region Ostwestfalen-Lippe und das Gebiet zwischen Solingen und Erftstadt (ohne Köln). Die meisten Suchanfragen kamen aus Erftstadt (100) und Bergisch Gladbach (96). Das Ruhrgebiet ist nur mit Recklinghausen und einem Wert von 75 Prozent vertreten. In diesem Bereich liegen auch die Anfragen aus Aachen (76) und Münster (73).

Abbildung 2-22: Suchinteresse an „Netflix“ in Nordrhein-Westfalen

Indizierte Google-Suchanfragen seit 2014, Maximum: 100, Stand: 31.07.2016



Die angezeigten Zahlen zeigen die Gesamtsuchanfragen für „Netflix“ in den jeweiligen Städten relativ zum Maximum an Anfragen in diesem Zeitraum (100).

Quelle: Google Trends, 2016; eigene Darstellung

Insgesamt stoßen die Anwendungen im Bereich Streaming in ganz NRW und dort besonders in den ländlichen Regionen und kleineren Städten auf Interesse. Insbesondere YouTube (mit Abstand) und Spotify sind gefragt und erreichen einen großen Bevölkerungsanteil. Die Bandbreitenverfügbarkeit besonders in den Randbereichen des Bundeslandes könnte jedoch die dortige Nutzung einschränken.

3 Die Nutzung der Sharing Economy

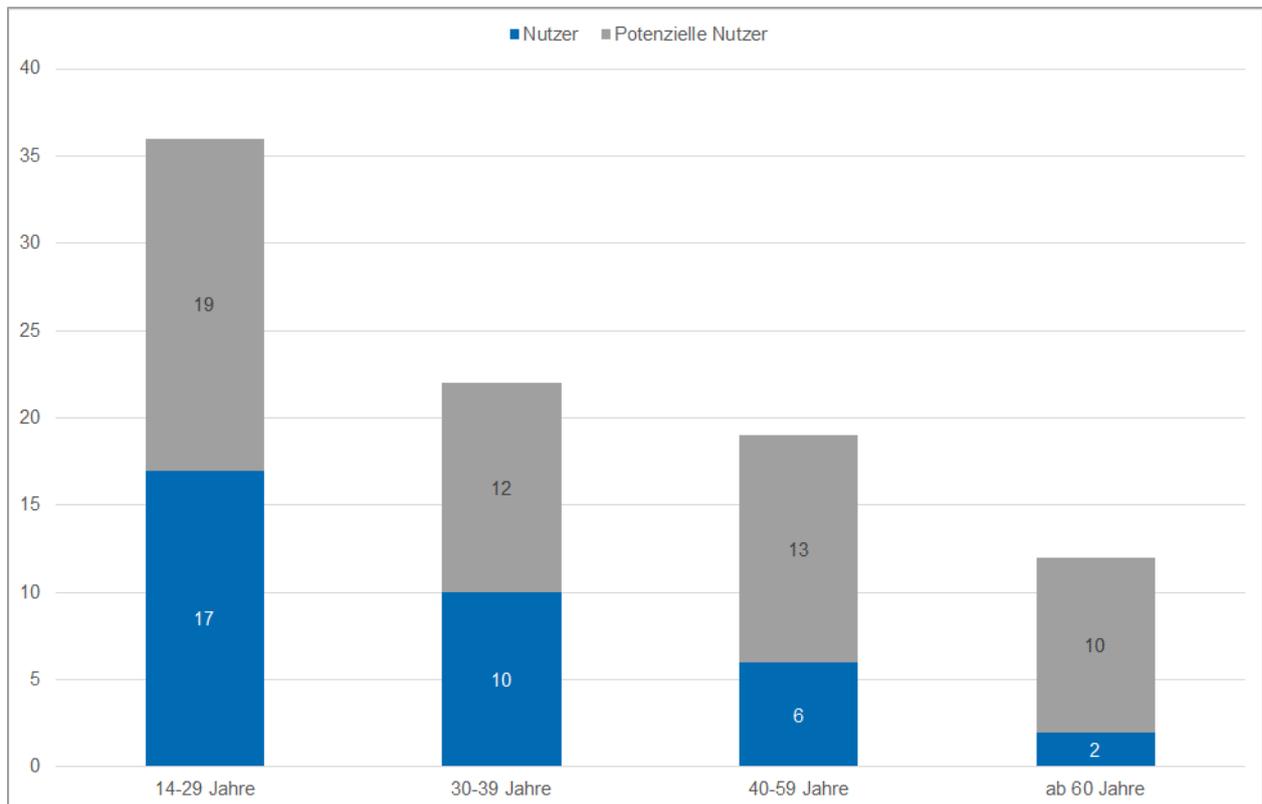
Die Sharing Economy gewinnt an gesellschaftlicher Bedeutung. Dies geschieht nicht zuletzt aufgrund der Aktivitäten der großen US-amerikanischen Sharing-Plattformen sowie den politischen Weichenstellungen der vergangenen Zeit (vergleiche Kapitel 1). Zwischen Bekanntheit und Nutzung besteht jedoch eine Diskrepanz in Deutschland: Je nach herangezogener Studie liegt der Anteil derer, die Sharing-Angebote als Nachfrager nutzen, zwischen 18,5 und 40 Prozentpunkten unterhalb des Anteils derjenigen, die solche Angebote kennen (GfK Verein, 2015; Europäische Kommission, 2016b). Grundsätzlich lassen sich zwei Nutzergruppen unterscheiden: Anbieter von Dienstleistungen auf Sharing-Plattformen und Nachfrager nach diesen Dienstleistungen.

Die Altersstruktur der Nachfrager spiegelt nicht die Altersstruktur der Bevölkerung wider. Stattdessen ist der Anteil der Sharing-Nutzer unter der jüngeren Bevölkerung größer als unter der

älteren Bevölkerung. Dies gilt auch dann, wenn statt der Gesamtbevölkerung die Anzahl der Internetnutzer als Referenzgröße herangezogen wird (siehe Abbildung 3-1). Während 17 Prozent der 14- bis 29-jährigen Internetnutzer angeben, die Sharing Economy (als Nachfrager) zu nutzen, sind es nur zwei Prozent der Menschen ab einem Alter von 60 Jahren.

Abbildung 3-1: Nutzung der Sharing Economy nach Altersgruppen

Anteil der Sharing-Nutzer an Internetnutzern in Prozent, Deutschland, 2015



Potenzielle Nutzer: Eine Nutzung käme grundsätzlich infrage.

Quelle: GfK, 2015; eigene Darstellung

Eine andere Befragung bestätigt diesen Befund, auch wenn ihre Gesamtergebnisse deutlich weniger konservativ ausfallen (PwC, 2015). Trotz repräsentativer Befragungen variieren die Ergebnisse deutlich, was unter anderem an verschiedenen Definitionen der Sharing Economy liegen dürfte (siehe Tabelle 3-1). Anhand der drei aktuellsten repräsentativen Befragungen lässt sich approximieren, wie viele nachfrageseitige Nutzer die Sharing Economy in Nordrhein-Westfalen hat. Dazu wird der Anteil der Nutzer, zum Teil differenziert nach Altersgruppen, auf die Bevölkerung von NRW beziehungsweise auf die Anzahl der Internetnutzer für das Bundesland bezogen. Es ergibt sich eine Spannweite zwischen 1,0 und 6,7 Millionen Personen in NRW, die Sharing-Plattformen bereits als Nachfrager genutzt haben (siehe Tabelle 3-1).

Für Nutzer in NRW sind bei der Sharing Economy besonders Unterkunftsangebote relevant: Im Jahr 2014 griff ein Drittel der Nutzer von Sharing-Plattformen auf Plattformen zur Vermittlung von Übernachtungsmöglichkeiten zurück (GfK Verein/Spiegel Online, 2014; eigene Berechnung). Rund 26 Prozent der nordrhein-westfälischen Nutzer beteiligten sich am Ridesharing, knapp 24 Prozent am Carsharing. 2014 hatten 5,1 Prozent der Menschen in Nordrhein-Westfalen schon einmal ein Carsharing-Angebot wahrgenommen.

Tabelle 3-1: Nutzung der Sharing Economy in Deutschland und NRW

Übersicht verschiedener repräsentativer Studien

Studie	GfK Verein, 2015	Flash Eurobarometer, 2016	PwC, 2015
Anteil nachfrageseitige Nutzer in Prozent	9	20	46
Bezugsgröße	Internetnutzer ab 14 Jahren	Bevölkerung ab 15 Jahren	Bevölkerung ab 18 Jahren
Anzahl Befragter in Deutschland	2.008	500	1.000
Definition Nutzer	Gegenwärtige Nutzung	Mindestens einmalige Nutzung	Nutzung in den vergangenen zwei Jahren
Definition Sharing Economy	„das Ausleihen von Produkten, das Überlassen von Räumen und das Anbieten von Dienstleistungen durch Privatpersonen gegen Entgelt“; organisiert über das Internet (S. 2)	„A collaborative platform is an internet based tool that enables transactions between people providing and using a service. They can be used for a wide range of services, from renting accommodation and car sharing to small household jobs.“ (S. 29)	Bei der Share Economy „werden z.B. Räume, Autos, Geräte, Maschinen oder Kleidungsstücke gemeinschaftlich genutzt – also von Menschen geteilt, getauscht oder verliehen“ (S. 2)
Bedeutung für Nordrhein-Westfalen:			
Anzahl Nutzer in NRW (auf Tausender gerundet)	1.026.000	3.049.000	6.717.000

Quellen: Europäische Kommission, 2016b; GfK Verein, 2015; IT.NRW, 2016a; PwC, 2015; Statistisches Bundesamt, 2016a; Statista, 2016; zum Teil eigene Berechnung

Bezogen auf verschiedene Altersgruppen zeigt sich auch beim Carsharing, dass die Nutzung unter jüngeren Personen einen größeren Stellenwert hat als unter älteren. So waren 2015 mehr als die Hälfte der repräsentativ befragten Nutzer des deutschen Free-Floating-Carsharing-Anbieters DriveNow jünger als 35 Jahre alt (WiMobil, 2016, 84). Auch beim kostenlosen und kostenpflichtigen Musikstreaming sinkt der Anteil der Nutzer mit dem Alter: Der größte Anteil der Nutzer findet sich jeweils in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen (Bundesverband Musikindustrie, 2016, 33).

Für andere Sektoren geben Studien aus den USA einen ersten Anhaltspunkt für die Altersstruktur der Nutzer: Sowohl beim Ridesharing als auch beim Crowdfunding ist der Nutzeranteil in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen in den USA am größten (Smith, 2016, 18, 43). Während in den USA auch bei Unterkunftsangeboten tendenziell jüngere Personen aktiver sind, ist bei dieser Form der Sharing Economy jedoch der größte Anteil an Nutzern in der Gruppe der 30- bis 49-Jährigen zu verzeichnen. Aufgrund der Altersstruktur der nachfrageseitigen Nutzer der Sharing Economy in Deutschland sind hier für die einzelnen Formen der Sharing Economy ähnliche Ergebnisse zu erwarten.

Die Technologieaffinität der jeweiligen Altersgruppe hat einen wesentlichen Einfluss darauf, wie stark Sharing-Angebote genutzt werden. Daten des Digital Scoreboard der Europäischen Kommission belegen, dass diese in jüngeren Altersgruppen deutlich stärker ausgeprägt ist als in älteren (Europäische Kommission, 2016c). Während im Jahr 2015 rund 94 Prozent der 16- bis 24-Jährigen in Deutschland täglich das Internet nutzten, waren es knapp 61 Prozent der 55- bis 64-Jährigen und sogar nur knapp 39 Prozent der 65- bis 74-Jährigen. Bei der mobilen Nutzung des Internets liegt die Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen vorne (49 Prozent), aber auch hier sinkt der Anteil der Nutzer mit zunehmendem Alter deutlich. Nur knapp 26 Prozent der 55- bis 64-Jährigen und 15 Prozent der 65- bis 74-Jährigen nutzen das Internet unterwegs. Diesen „digitalen Bruch“ bei den Internetaktivitäten zeigt auch eine Studie zur Nutzung von Medienangeboten. Der Anteil der Nutzer von Audio- und Videostreaming nimmt in Deutschland ab einem Alter von etwa 35 Jahren ab (Deloitte, 2016, 6, 9). Der Kanal Streaming wird zum Konsum von Audio- und Videoinhalten von diesen Altersgruppen somit weniger genutzt. Dies dürfte sich zukünftig verändern: Die heutigen Streaming-Nutzer werden mit der Zeit älter und tragen ihr Nutzungsverhalten in ältere Altersgruppen.

Für die Nutzung von Sharing-Angeboten könnten neben dem Alter und der damit verbundenen Technologieaffinität auch weitere Faktoren eine Rolle spielen. Eine für die USA repräsentative Studie belegt, dass eine Nutzung von Ridesharing, Crowdfunding oder Sharing-Angeboten aus dem Übernachtungssektor im städtischen Raum häufiger als im ländlichen Raum stattfindet (Smith, 2016, 18, 33, 43). Dieses Ergebnis lässt sich nicht uneingeschränkt auf Deutschland und NRW übertragen. Dennoch könnte der US-amerikanische Befund zumindest einen ersten Anhaltspunkt für Einflussfaktoren der Nutzung der Sharing Economy darstellen. Dafür spricht, dass auch 73 Prozent der befragten Deutschen im Jahr 2016 der Ansicht waren, Sharing-Angebote funktionieren in der Stadt besser als auf dem Land (BMBF, 2016, 8).

Neben der Nachfrageseite der Sharing-Plattformen ist gerade bei P2P-Plattformen auch die Nutzung der Angebotsseite relevant. Für Deutschland geben in einer Studie der Europäischen Kommission (2016b, P2) 27 Prozent der Befragten an, schon einmal eine Dienstleistung auf einer Sharing-Plattform angeboten zu haben. Sieben Prozent sind regelmäßig jeden Monat als Anbieter aktiv, 12 Prozent gelegentlich alle paar Monate. Dabei sind – genau wie auf der Nachfrageseite – jüngere Personen deutlich öfter aktiv als ältere (PwC, 2015). Im Durchschnitt der 28 EU-Mitgliedsstaaten lässt sich außerdem zeigen, dass Personen in Großstädten etwas häufiger als Anbieter auf Sharing-Plattformen aktiv sind als Personen in mittelgroßen Städten oder im ländlichen Raum (Europäische Kommission, 2016b, 14). Es kann davon ausgegangen werden, dass die Nutzung der Sharing Economy zukünftig an Bedeutung gewinnen wird. Zwar erschweren die Dynamik der Digitalisierung und die damit einhergehende schnelle Veränderung der Geschäftsmodelle auch bei der Sharing Economy Prognosen. Aus heutiger Sicht lassen sich jedoch Indizien ableiten: Werden die Daten aus der Befragung des GfK Vereins (2015, vgl. auch Abbildung 3-1) für NRW hochgerechnet, ordnen sich hier rund 1,6 Millionen Personen selbst als potenzielle Sharing-Nutzer ein (IT.NRW, 2016a; Statista, 2016; Statistisches Bundesamt, 2016a; eigene Berechnung). Die Daten aus der Umfrage von PwC (2015) deuten auf zusätzliche 2,7 Millionen Menschen in NRW hin, die innerhalb der nächsten zwei Jahre eine Nutzung der Sharing Economy vorhaben (IT.NRW, 2016a; PwC, 2015; eigene Berechnung).

Unabhängig davon, ob eine dieser beiden Entwicklungen tatsächlich eintritt, lässt sich schließen, dass die Sharing Economy in NRW noch große Nutzungspotenziale aufweist, die in den

kommenden Jahren gehoben werden könnten. Diese Einschätzung teilen diejenigen Deutschen, die schon einmal von der Sharing Economy gehört haben, insoweit, als dass knapp 70 Prozent von ihnen davon ausgehen, dass die Sharing Economy eine Entwicklung ist, die sich auch zukünftig verstärkt durchsetzen wird (GfK Verein, 2015, 5).

4 Effekte der Sharing Economy

4.1 Wirtschaftliche Effekte

Der Aufschwung der Sharing Economy in den untersuchten Wirtschaftssektoren in NRW beeinflusst das bestehende wirtschaftliche Gefüge über unterschiedliche Wirkkanäle. Sowohl etablierte Unternehmen und die Verbraucher als auch das Gründungsumfeld sind betroffen. Etablierte Unternehmen werden je nach Sektor und individueller Marktposition unterschiedlich durch die neuen digitalen Marktakteure beeinflusst. Die Befürchtung einiger etablierter Anbieter, traditionelle Geschäftsmodelle würden durch die Sharing Economy zerstört, hat sich für NRW augenscheinlich nicht bewahrheitet. Vielmehr kann von einem Nebeneinander von traditionellen und Sharing-Geschäftsmodellen gesprochen werden. Die Verbraucher profitieren von einem differenzierteren Angebot. Gründungen und Selbstständigkeit werden durch die Sharing Economy begünstigt (siehe Kapitel 4.2). Eine Studie für Baden-Württemberg zeigt, dass die meisten Unternehmen das Phänomen der Sharing Economy derzeit eher beobachten als aktiv darauf zu reagieren. Etwa zwei Drittel der befragten Unternehmen nehmen die Sharing Economy nicht als einen ernstzunehmenden Wettbewerbsfaktor für das eigene Unternehmen wie auch die eigene Branche wahr. Anpassungen in den Geschäftsmodellen sehen nur 8,3 Prozent der befragten Unternehmen als unausweichlich (Bauer, 2015, 57/62).

Eine detaillierte Unternehmensansprache wie in der baden-württembergischen Analyse war im Rahmen dieses Gutachtens nicht möglich, dennoch geben Befragungen zahlreicher Verbände aus den unterschiedlichen Sektoren mithilfe eines Leitfadens einen Eindruck davon, wie deren Mitgliedsunternehmen die wirtschaftlichen Effekte der Sharing Economy einschätzen. Viele der Unternehmen sind mit der Sharing Economy bereits vertraut. Über alle untersuchten Sektoren hinweg nehmen viele der befragten etablierten Anbieter die Sharing-Unternehmen als zusätzliche Konkurrenz wahr, sehen aber auch neue Chancen im Markt. Generell öffnen sich vor allem junge und innovative Unternehmen Sharing-Themen. Insgesamt haben unter anderem der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband, der Bundesverband für die Immobilienwirtschaft, der Bund Haushaltsnaher Dienstleistungen, der Deutsche Marketing Verband e.V., die Marketing Clubs der Region West, der Handelsverband Deutschland, der Deutsche Komponistenverband, der Verband der Filmkomponisten, der Verband der Sparda-Banken und die Verbraucherzentrale Bundesverband zu diesem Gutachten beigetragen. Weitere Verbände wollten anonym bleiben.

Im Folgenden werden die wirtschaftlichen Effekte auf Anbieter, Verbraucher und das Gründungsumfeld in NRW charakterisiert. In Ermangelung von belastbaren Statistiken werden für einige Sektoren ausschließlich die Einschätzungen durch die Verbände in NRW vorgestellt.

Effekte auf die Anbieter

Unterkunft

Die wirtschaftlichen Effekte von Sharing-Angeboten im Unterkunftssektor sind in den vergangenen Jahren ausführlich öffentlich diskutiert worden. Friktionen zwischen den etablierten und neuen Marktakteuren gibt es vor allem deshalb, weil sich traditionelle Unterkunftsanbieter an viele Vorschriften etwa in den Bereichen Sicherheit, Hygiene und Steuern halten müssen, die derzeit noch nicht auf die Anbieter der Sharing Economy zutreffen (vgl. Demary/Engels, 2016, 15). Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband in NRW (DEHOGA NRW) hat exklusiv für diese Studie eine Umfrage unter seinen Mitgliedern in NRW durchgeführt, um die Wahrnehmung der Sharing-Anbieter bei den etablierten Marktakteuren zu untersuchen. Insgesamt wurden 236 Hotels mit null bis fünf Sternen befragt, die über drei bis 435 Zimmer und sechs bis 1.000 Betten verfügen. Die freiwillige Teilnahme zieht unter Umständen einen Selektionsmechanismus mit sich: Eventuell haben vor allem Hotels an der Umfrage teilgenommen, die eine bestimmte Haltung gegenüber der Sharing Economy haben. Entsprechend sind die Ergebnisse einzuordnen. Auffällig ist, dass die Mehrzahl der befragten Hotels die Sharing-Angebote als Konkurrenz wahrnehmen (siehe Tabelle 4-1). Selbst Häuser mit hohen Standards (vier Sterne) sehen in der Sharing Economy mehrheitlich eine Konkurrenz, obwohl viele Sharing-Angebote gerade diese hohen Standards nicht leisten können. Mutmaßlich werden diese Hotels durch die günstigeren Sharing-Angebote unter Preisrechtfertigungsdruck gesetzt. Konkrete Verdrängungseffekte lassen sich auf der Basis der Umfrage allerdings nicht benennen, da die Auslastungsentwicklung von zahlreichen Faktoren abhängig ist, die weit über die Präsenz der Sharing Economy hinausgehen. Es kann jedoch vermutet werden, dass gerade Hotels im niedrigen Preissegment direkt mit vielen Angeboten der Sharing Economy in Konkurrenz stehen und damit potenziell eher Gefahr laufen könnten, von Verdrängungseffekten betroffen zu sein.

Tabelle 4-1: Konkurrenz durch die Sharing Economy im Hotelgewerbe

Ergebnis einer Befragung in Nordrhein-Westfalen, absolute Werte, September/Oktober 2016, N=236; Zustimmung zu der Aussage: „Das zusätzliche Angebot von Unterkünften über Sharing-Economy-Plattformen bedeutet neue Konkurrenz für meinen Betrieb.“

Anzahl Sterne des Hotels	kein Stern	ein Stern	zwei Sterne	drei Sterne	vier Sterne	fünf Sterne	keine Angabe
Stimme zu	22	0	7	37	22	0	11
Stimme eher zu	6	0	1	8	10	0	2
Unentschieden	5	0	0	11	7	0	2
Stimme eher nicht zu	8	0	2	17	2	2	1
Stimme nicht zu	5	1	2	6	4	0	5
Ich weiß nicht	4	0	1	5	1	0	3
keine Angabe	4	0	1	4	5	0	2
Total	54	1	14	88	51	2	26

Quelle: DEHOGA NRW, 2016; eigene Darstellung

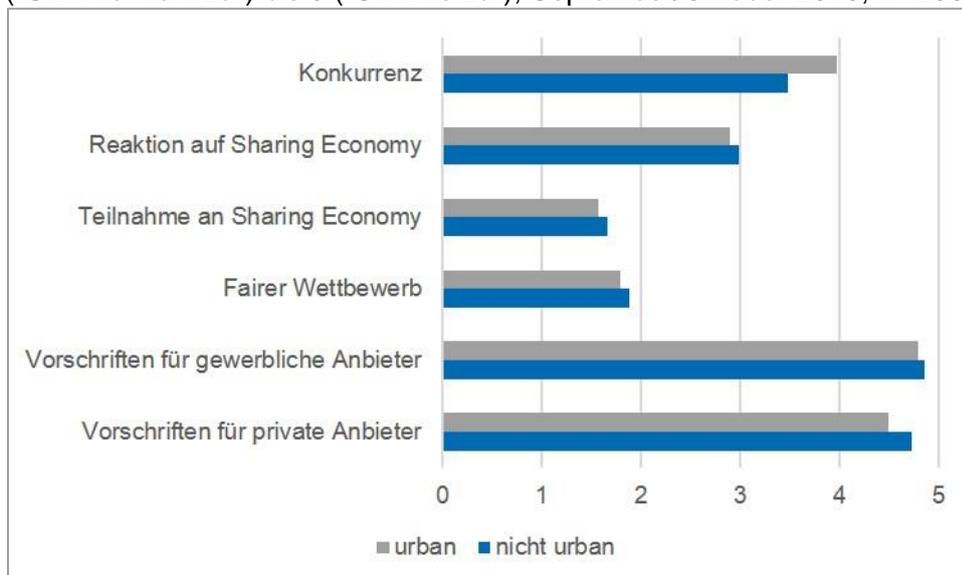
Vor allem in stark urban geprägten Räumen (Städten mit mehr als 200.000 Einwohnern) nehmen Hotels die Share-Anbieter als Konkurrenz wahr. Abbildung 4-1 zeigt den durchschnittlichen Grad der Zustimmung zu der Aussage „Das zusätzliche Angebot von Unterkünften über Sharing-Economy-Plattformen bedeutet neue Konkurrenz für meinen Betrieb“, wobei 1 „Stimme

nicht zu“ und 5 „Stimme zu“ bedeutet. Sowohl im urbanen als auch im weniger urbanen/ländlichen Raum wird die Sharing Economy „eher“ als Konkurrenz wahrgenommen. Im weniger urbanen Raum reagieren Hotels noch eher auf den zusätzlichen Wettbewerb als in urbanen Räumen.

Diese Reaktion geht aber nicht so weit, dass die Hotels selbst an der Sharing Economy partizipieren oder partizipieren wollen. Die ländlicher gelegenen Hotels zeigen noch eine etwas höhere Partizipationsbereitschaft. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass die ländlicher gelegenen Hotels flexibler in ihrem Geschäftsmodell sind. Tatsächlich sind die ländlicher gelegenen Hotels mit durchschnittlich 70 Betten etwa halb so groß wie die urbaner gelegenen Hotels und sind eher Individualhotels als Ketten- oder Markenhotels. Es ist zu vermuten, dass kleinere, individuelle Hotels eher flexibel sind als größere, die etwa in einem Franchisemodell geführt werden und somit einer gewissen Entscheidungshierarchie unterfallen.

Abbildung 4-1: Wahrnehmung der Sharing Economy im urbanen und ländlichen Raum im Hotelgewerbe

Ergebnis einer Befragung in Nordrhein-Westfalen, arithmetisches Mittel der Skala von 1 ("Stimme nicht zu") bis 5 ("Stimme zu"), September/Oktober 2016, N=236



"Urban": Stadt mit mehr als 200.000 Einwohnern; "Nicht urban": Stadt mit weniger als 200.000 Einwohnern oder ländlicher Raum

Zustimmung zu den Aussagen: „Das zusätzliche Angebot von Unterkünften über Sharing-Economy-Plattformen bedeutet neue Konkurrenz für meinen Betrieb.“; „Mein Unternehmen reagiert auf den Wettbewerb durch Sharing-Economy-Plattformen, indem z.B. zusätzliche Services angeboten werden, um weiterhin attraktiv für Kunden zu sein.“; „Ich nutze selbst Sharing-Economy-Plattformen, um Übernachtungsmöglichkeiten anzubieten oder plane dies in naher Zukunft.“; „Der Wettbewerb zwischen Sharing-Economy-Plattformen und etablierten Anbietern wie z.B. Hotels ist fair.“; „Gewerbliche Anbieter auf Sharing-Economy-Plattformen sollten die gleichen Vorschriften befolgen müssen wie etablierte Anbieter (Hotels), z.B. bzgl. Steuerzahlung und Hygienevorschriften.“ sowie „Auch private Anbieter auf Sharing-Economy-Plattformen sollten die gleichen Vorschriften befolgen müssen wie Hotels.“

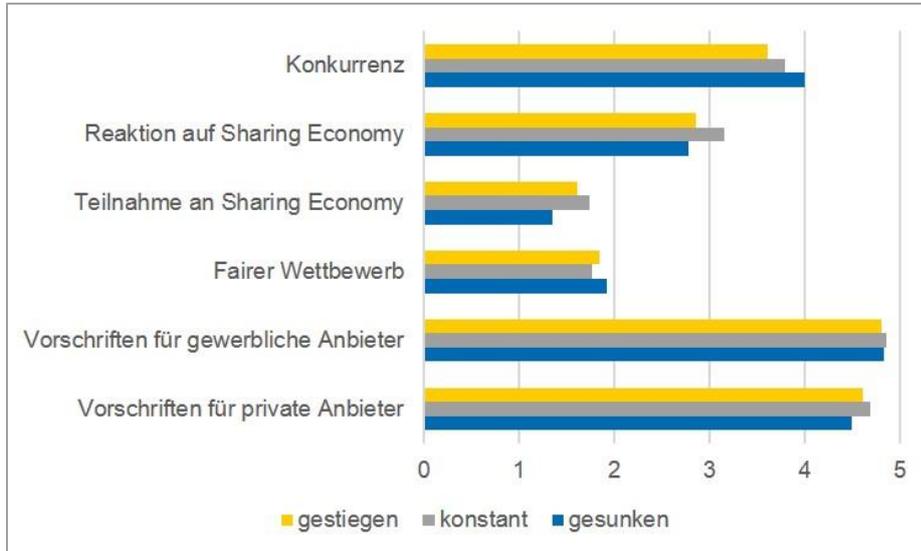
Quelle: DEHOGA NRW, 2016; eigene Darstellung

Unabhängig vom Standort empfinden die Hotels den Wettbewerb zwischen sich und den neuen Marktakteuren als eher nicht fair. Sie fordern vor allem, dass gewerbliche Anbieter der Sharing Economy den gleichen Vorschriften folgen müssten wie traditionelle Hotelbetreiber. Auch für

private Anbieter werden gleiche Vorschriften gefordert, allerdings mit etwas weniger starker Vehemenz.

Abbildung 4-2: Wahrnehmung der Sharing Economy je nach Auslastung im Hotelgewerbe

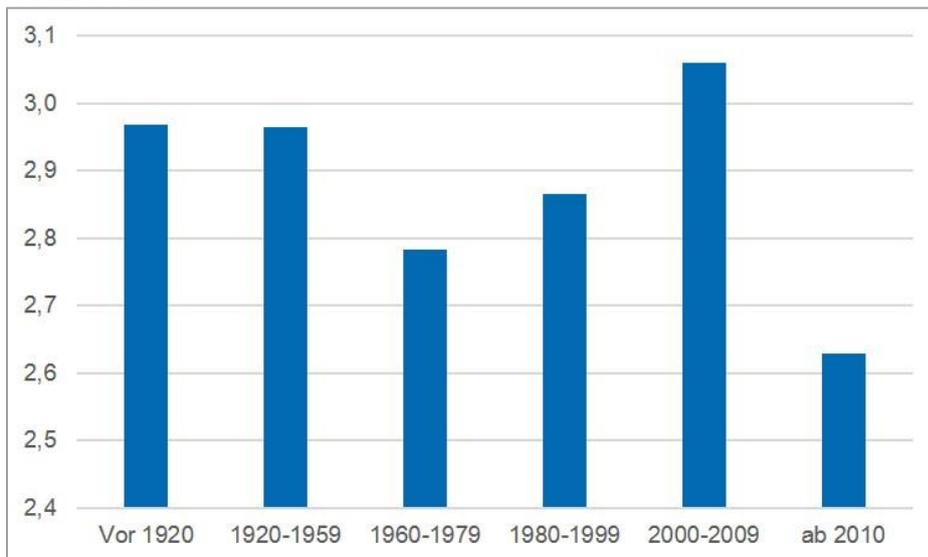
Ergebnis einer Befragung in Nordrhein-Westfalen, arithmetisches Mittel der Skala von 1 ("Stimme nicht zu") bis 5 ("Stimme zu"), September/Oktober 2016, N=236



Quelle: DEHOGA NRW, 2016; eigene Darstellung; abgefragte Parameter siehe Abbildung 4-1

Abbildung 4-3: Reaktion auf die Sharing Economy nach Gründungsjahr des Hotels

Ergebnis einer Befragung in Nordrhein-Westfalen, arithmetisches Mittel der Skala von 1 ("Stimme nicht zu") bis 5 ("Stimme zu"), September/Oktober 2016, N=236; Zustimmung zu der Aussage „Mein Unternehmen reagiert auf den Wettbewerb durch Sharing-Economy-Plattformen, indem z.B. zusätzliche Services angeboten werden, um weiterhin attraktiv für Kunden zu sein.“



Quelle: DEHOGA NRW, 2016; eigene Darstellung

Abbildung 4-2 fasst die Wahrnehmung der Sharing Economy durch die befragten Hotels in NRW je nach eigener Auslastungsentwicklung zusammen. Hotels, deren Auslastung in den vergangenen zwei Jahren zurückgegangen ist, nehmen die Sharing Economy tendenziell eher als Konkurrenz wahr, reagieren aber weniger auf diese Konkurrenz als Hotels, deren Auslastung konstant geblieben ist. Sie etablieren auch am wenigsten Sharing-Teile in ihr Geschäftsmodell (Präsenz auf entsprechenden Plattformen und ähnliches). Dennoch empfinden sie den Wettbewerb zwischen sich und der Sharing Economy noch eher als fair als die Hotels, deren Auslastung gestiegen oder konstant geblieben ist.

Interessanterweise hat das Alter des Hotels keine eindeutige Korrelation mit der Bereitschaft zur Reaktion auf die neue Konkurrenz durch die Sharing Economy, wie Abbildung 4-3 zeigt. Über alle Gründungsjahre hinweg stimmen die Hotels der Aussage „Mein Unternehmen reagiert auf den Wettbewerb durch Sharing-Economy-Plattformen, indem z.B. zusätzliche Services angeboten werden, um weiterhin attraktiv für Kunden zu sein“ eher nicht zu (Wert 2) bzw. sind unentschieden (Wert 3).

Insgesamt nehmen die traditionellen Marktakteure im Unterakunftssektor in NRW die Sharing Economy durchaus als Konkurrenz wahr, aber die wenigsten reagieren auf diese Konkurrenz mit zusätzlichen Angeboten oder Veränderungen im Geschäftsmodell. Dies liegt vermutlich vor allem an der guten wirtschaftlichen Lage der Hotels: Immerhin 40 Prozent der befragten Hotels berichten, ihre Auslastung sei in den vergangenen zwei Jahren gestiegen.

Die Sharing Economy zeigt folglich noch keine klar negativen wirtschaftlichen Effekte auf den Unterakunftssektor in NRW.

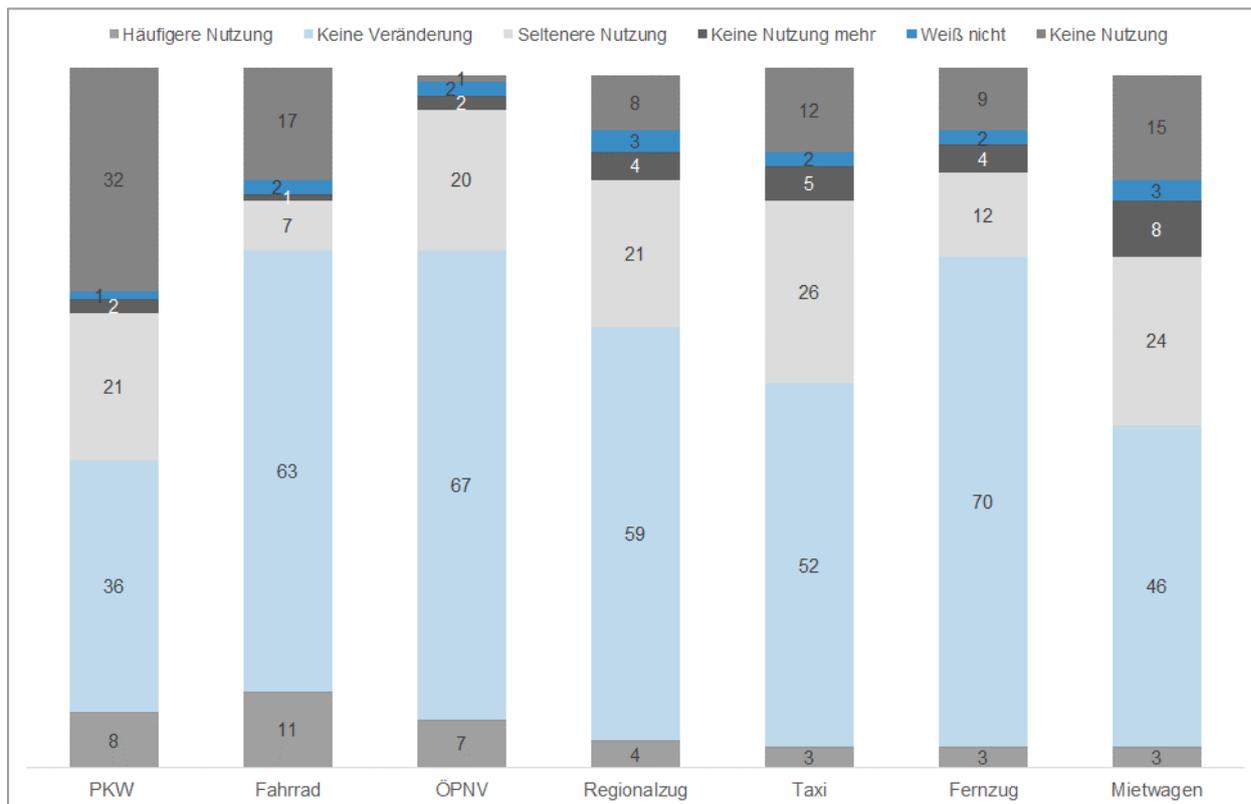
Mobilität

Für den Transportsektor in NRW gab es keine Rückmeldungen aus dem Verbandsbereich. Im Transportsektor sind die Auswirkungen der Sharing Economy auf das Nutzungsverhalten der Verbraucher und damit auf bestehende Transportanbieter beträchtlich, zumindest wenn die Nutzer von Carsharing-Angeboten betrachtet werden (siehe Abbildung 4-4). Besonders Mietwagen, Taxis und Regionalzüge werden laut einer deutschlandweiten Umfrage durch die Nutzung von Carsharing-Diensten seltener genutzt (Berylls Strategy Advisors, 2015). Auffällig ist, dass der vollständige Verdrängungseffekt („keine Nutzung mehr“) relativ gering ist. Insgesamt ist der Nettoeffekt aus häufigerer versus geringerer oder keiner Nutzung mehr mit minus 29 Prozent am drastischsten für Mietwagen, gefolgt von Taxis (minus 28 Prozent), Regionalzügen (minus 22 Prozent), ÖPNV und PKWs (jeweils minus 15 Prozent) und Fernzügen (minus 12 Prozent). Lediglich für Fahrräder ist der Nettoeffekt mit drei Prozent positiv.

Es gilt bei diesen Ergebnissen jedoch zu beachten, dass sie auf einer Befragung der Nutzer von Carsharing beruhen. Die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung zählt jedoch zumindest bislang zu den Nicht-Nutzern. Bei dieser Gruppe sind daher auch keine Verdrängungseffekte zu bemerken. Grundsätzlich ist jedoch wahrscheinlich, dass die Effekte des Carsharing auf andere Verkehrsmittel in der Bevölkerung insgesamt zunehmen, sollte die Nutzung des Carsharing steigen. Inwiefern diese Ergebnisse konkret auf NRW anwendbar sind, kann nicht näher bestimmt werden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass besonders in urbanen Regionen Verdrängungseffekte (unter den Nutzern des Carsharing) auftreten. Diese dürften jedoch aufgrund bislang verhaltener Nutzung insgesamt noch gering ausfallen.

Abbildung 4-4: Auswirkungen der Nutzung von Carsharing-Diensten auf die Nutzung von anderen Verkehrsmitteln

Ergebnisse einer repräsentativen Onlinebefragung unter Nutzern von Carsharing in Deutschland: „Wie hat sich die Nutzung von Carsharing-Diensten auf die Nutzung von [Verkehrsmittel] bis jetzt ausgewirkt?“, in Prozent, 2015



Quelle: Berylls Strategy Advisors, 2015; eigene Darstellung

Dienstleistungen

Die wirtschaftlichen Effekte der Sharing Economy im Dienstleistungssektor sind sehr von der Art der Dienstleistung abhängig. Einige Dienstleistungen haben einen lokalen Bezug, beispielsweise wenn es um Reinigung geht. Andere sind ortsunabhängig. Diese werden durch die Sharing-Plattformen teilweise im weltweiten Wettbewerb angeboten – auf Plattformen können beispielsweise Grafiker in NRW, den USA und Indien zu ihren lokalen Konditionen gebucht werden. Generell sind derzeit (noch) eher die ortsabhängigen Dienstleistungen relevant. Das breite, standardisierte und leicht abrufbare Angebot für Dienstleistungen auf Onlineplattformen kann in jedem Fall zu Preisdruck führen.

Im Bereich der Marketing-Dienstleistungen empfinden die meisten befragten Unternehmen die Sharing Economy weder als Konkurrenz noch als zusätzliche Möglichkeit für ihr eigenes Geschäftsmodell. Sie erwarten starke wirtschaftliche Effekte durch das zusätzliche Sharing-Angebot, die sie allerdings nicht näher spezifizieren. Eine Einordnung des Wettbewerbs zwischen traditionellen Unternehmen und Sharing-Anbietern als fair oder unfair wollen die meisten Befragten nicht treffen. Generell müsse man sich als Unternehmen „dieser Herausforderung stellen“, sonst „verschwinde“ man langfristig vom Markt.

Finanzdienstleistungen

Aus dem Bereich der Finanzdienstleistungen äußerte sich lediglich der Verband der Sparda-Banken zur Wahrnehmung der wirtschaftlichen Effekte durch die Sharing Economy. Für diesen Verband ist weder Crowdfunding noch Crowdfunding von Bedeutung. Einzig der Bereich Crowdlending berühre den Kernbereich der Sparda-Banken. Jedoch richteten sich die Banken an einen anderen Kundenkreis als die Sharing Economy. Während über die Crowd vor allem Leute mit schlechter Bonität zu hohen Zinssätzen zum Zuge kämen, konzentrierten sich die Sparda-Banken auf Kunden mit guter Bonität. Insbesondere ein negativer Schufa-Eintrag sei für die Banken in der Regel ein Hinderungsgrund, für auxmoney jedoch nicht (siehe auch Kapitel 2.4). Insgesamt sehen die Sparda-Banken die Sharing Economy nicht als Konkurrenz und befürchten keine drastischen Konsequenzen für die Geschäftsentwicklung. Dennoch plädiert der Verband der Sparda-Banken für eine faire Regulierung. Da die Banken stark reguliert seien, müsse die Aufsicht dafür sorgen, dass keine Wettbewerbsverzerrungen entstehen und die gleichen Regeln auch auf Unternehmen der Sharing Economy Anwendung finden.

Güter

Die befragten Verbände des Gütersektors in NRW geben an, dass ihre Mitglieder die Sharing Economy in der Regel kontrovers diskutieren. Sie sehen Angebote aus dem Bereich der Sharing Economy im Wesentlichen als zusätzliche Option, „die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden optimal zu bedienen“. Die tatsächlichen wirtschaftlichen Effekte seien aber nicht vorherzusagen.

Audiovisuelle Medien

Die Sharing Economy in der Form des Streamings hat erhebliche Auswirkungen auf die Produzenten der gestreamten Inhalte. Am Tonträgermarkt selbst nimmt Streaming mit 8,2 Prozent einen relativ geringen Anteil ein: Deutlich höhere Anteile verzeichnen CDs (66,4 Prozent) und Downloads (16,9 Prozent; Meuser, 2015).

Für den Deutschen Komponistenverband, also Lieferanten der Inhalte, ist Streaming ein zusätzlicher Vertriebsweg, der „die anderen, bis jetzt vorhandenen Vertriebswege kannibalisiert“. Das Problem dabei sei, dass die Verkaufsbeteiligungen, die die Medienkomponisten aus dem Streaming erhalten, um den Faktor 100 geringer seien als aus den anderen Vertriebswegen, namentlich aus Download oder Verkauf von CDs, Vinyl und Bildtonträgern. Nicht in allen Bereichen sei das Sharing-Modell des Streamings jedoch eine starke Konkurrenz. Viele Streaming-Plattformen böten keine aktuellen Spielfilme, die Hauptumsatzträger der Videotheken. Deshalb sei die Konkurrenz vor allem zeitlicher Natur. Dennoch komme es zu finanziellen Einbußen: „Letztendlich kosten die zusätzlichen Mitbewerber einige Prozentpunkte Umsatz.“

Der Wettbewerb zwischen etablierten und neuen Marktakteuren sei alles andere als fair. Sonderregelungen für die Sharing Economy, darunter Subventionen oder einfachere rechtliche Regelungen, seien kontraproduktiv. Neben der „legalen Sharing Economy“ sei vor allem der Bereich des illegalen Streamings, das jedoch langsam abnehme, besonders schädlich für die Medienmärkte.

Effekte auf die Verbraucher

Die Sharing Economy hat deutliche Effekte auf Verbraucher in NRW. Die Befragung der Verbraucherzentrale Bundesverband im Rahmen dieser Studie hat ergeben, dass die Verbraucher die Sharing-Angebote als hochwertig wahrnehmen und damit etablierte Dienste und Dienstleistungen substituieren oder ergänzen würden. Durch eine effizientere Ressourcenauslastung öffnen die Sharing Economy laut der Verbraucherzentrale Bundesverband vielen Verbrauchern Zugänge zu Märkten, die ihnen früher verschlossen gewesen seien – etwa durch günstigere Preise oder ein breiteres Angebot (siehe auch Kapitel 4.3). Durch die gesunkenen Transaktionskosten ermöglichte die Sharing Economy es Privatleuten, zum Teil unvermeidbar anfallende Kosten zu teilen.

Die wirtschaftlichen Effekte der Sharing Economy auf Verbraucher in NRW sind demnach generell positiv, wenn Rahmenbedingungen wie Daten- und Verbraucherschutz gewährleistet werden.

Gründungen

Durch die Sharing Economy kommt es vermehrt zu Gründungen, da einzelne Anbieter zum Teil zu gewerblichen Anbietern werden, wenn sie ihr Geschäft intensivieren (zum Beispiel, indem sie bei Übernachtungsplattformen mehrere Wohnungen im Angebot haben). Die Sharing Economy bietet einen relativ risikofreien Einstieg in die Selbstständigkeit. Darüber hinaus vereinfachen Sharing-Leistungen wie Crowdfunding selbst Gründungen (Demary/Engels, 2016, 18). Tatsächlich bevorzugen laut der Verbraucherzentrale Bundesverband 62 Prozent der in der Sharing Economy aktiven Verbraucher ein Sharing-Economy-Unternehmen statt einer Privatperson. Lediglich 31 Prozent der Verbraucher würden sich eher an eine Privatperson wenden, um Dinge zu leihen oder zu mieten (Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015b, 1).

Der wirtschaftliche Effekt der Sharing Economy auf Gründungen in NRW ist demnach generell als positiv einzustufen.

4.2 Effekte auf den Arbeitsmarkt

Über die Auswirkungen der Sharing Economy auf den Arbeitsmarkt herrscht große Ambivalenz. Auf der einen Seite erwarten Wissenschaftler einen Ausbau der Beschäftigung sowie die Flexibilisierung der Arbeitswelt, welche die Vereinbarkeit von Familie und Beruf verbessern würde (für einen Überblick siehe Eichhorst/Spermann, 2015, 2). Andererseits sehen manche Autoren die Wirtschaft auf dem Weg in die „Dumpinghölle“ (Lobo, 2014). Wieder andere sehen in der Bewegung vom Besitzen zum Teilen ein umfassendes gesellschaftliches Umdenken zu mehr Nachhaltigkeit (Rifkin, 2014), während andere die „Totalkommerzialisierung des Lebens“ (Han, 2014) erwarten.

Die Diskrepanz in den Meinungen wird auch durch die Unterschiede in den (möglichen) Auswirkungen in den einzelnen in dieser Studie analysierten Sektoren hervorgerufen. Im Folgenden werden zunächst die allgemeinen Arbeitsmarkteffekte herausgearbeitet und anschließend die Sektoren Unterkünfte, Mobilität, Dienstleistungen, Finanzdienstleistungen, Güter und audiovisi-

suelle Medien analysiert. In diesem Zusammenhang werden auch – wie im vorigen Abschnitt – wenn möglich Stellungnahmen von Wirtschaftsverbänden berücksichtigt.

Die Sharing Economy kann folgende **positiven Effekte** auf den Arbeitsmarkt mit sich bringen:

- **Wirtschaftliche Belebung:** Durch die Nutzung von Onlineplattformen können Anbieter und Nachfrager sehr leicht in Kontakt kommen, wodurch Transaktionskosten massiv gesenkt sowie zusätzliche Transaktionen angebahnt werden (siehe Kapitel 4.1). Zu diesem Bereich zählt unter anderem auch der sogenannte „Rebound-Effekt“ (u.a. Simons/Vogelpohl, 2015). Dieser bezeichnet eine Konsumerhöhung infolge gefallener Preise. Zum Beispiel verreisen Leute möglicherweise öfter, wenn die Übernachtungskosten mit Hilfe eines Übernachtungsportals drastisch gesenkt werden können. Allgemein kann der zusätzliche Wettbewerb durch ein Unternehmen der Sharing Economy zu einer wirtschaftlichen Belebung beitragen. Durch diese Belebung sowie zusätzliche Transaktionen werden Arbeitsplätze geschaffen.
- **Neue Unternehmen:** Wie bereits beschrieben, stößt das Teilen auf großes Interesse bei den Konsumenten und stellt somit einen großen Markt dar, der von Unternehmen bedient werden kann. Dies fördert Beschäftigung.
- **Neue Möglichkeiten des Einkommenserwerbs:** Die Vermittlung über eine Plattform eröffnet für Individuen eine neue Möglichkeit des Einkommenserwerbs, der sowohl neben- als auch hauptberuflich erfolgen kann.
- **Existenzgründungen:** Kapitel 4.1 zeigt, dass die Hürden für eine Existenzgründung gesenkt und Start-ups finanziert werden.
- **Flexibilisierung der Arbeitswelt:** Individuen können im Rahmen der Sharing Economy frei über ihre Arbeitszeiten bestimmen. Sie können entscheiden, welche Aufträge sie annehmen möchten (Simons/Vogelpohl, 2015, 22). Dies bewirkt eine Flexibilisierung.
- **Flexibilisierung von Unternehmen:** Auch Unternehmen profitieren von der Flexibilität der Sharing-Angebote. Sie werden in die Lage versetzt, schnell auf Veränderungen reagieren zu können (Henkel, 2015; Schmidt, 2016), zum Beispiel, wenn sie Dienstleistungen bei einem Engpass zeitnah über eine Plattform einkaufen. Das kann ihre Wettbewerbsfähigkeit erhalten und Beschäftigung sichern.
- **Verlagerung von Schwarzmarktaktivitäten:** Die Vermutung liegt nahe, dass Schwarzmarktaktivitäten teilweise in die legale Wirtschaft verlagert werden beziehungsweise legalisiert werden. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn eine Haushaltshilfe über eine Plattform vermittelt wird, anstatt inoffiziell in einem Haushalt zu helfen (Eichhorst/Spermann, 2015, 14) oder wenn ein Streaming-Anbieter statt illegalem Filesharing genutzt wird.

Es werden folgende **negative Auswirkungen** der Sharing Economy auf den Arbeitsmarkt befürchtet:

- **Übergang des unternehmerischen Risikos auf den Einzelnen:** Die Plattform als Vermittler führt dazu, dass die soziale Absicherung und das unternehmerische Risiko auf die privaten Anbieter übergehen, die zu Soloselbstständigen werden (u.a. Simons/Vogelpohl, 2015, 22 ff.; Eichhorst/Spermann, 2015, 14). Neben der Verringerung der sozialen Standards wird in diesem Zusammenhang auch eine Reduzierung des Lohnes befürchtet (Lobo, 2014).
- **Beschäftigungsrückgang durch Ressourceneinsparung:** Durch das vermehrte Teilen von Gütern könnten eventuell Ressourcen eingespart werden, da weniger Güter produziert und verkauft werden müssen (Simons/Vogelpohl, 2015, 15 ff.). Dies kann aufgrund des Nachfragerückgangs negativ auf die Beschäftigung wirken.

- **Beschäftigungsrückgang durch Verdrängungseffekte:** Es sind Verdrängungseffekte in der etablierten Wirtschaft möglich. So wirken Sharing-Anwendungen unter Umständen disruptiv und können das Geschäftsmodell der traditionellen (analogen) Unternehmen zerstören (Lobo, 2014). Infolge der Vermittlerfunktion der Sharing-Plattformen könnte insbesondere das Geschäftsmodell der früheren Mittelsmänner obsolet werden. So versuchen zum Beispiel Streaming-Anbieter, Filme direkt zu den Nachfragern zu bringen, wodurch Videotheken und Handel Einbußen erleiden. Dies wiederum könnte sich negativ auf die Beschäftigung in den etablierten Unternehmen auswirken.
- **Beschäftigungsrückgang durch Wettbewerbsverzerrung:** Im Wettbewerb zwischen Sharing-Plattformen und etablierten Unternehmen ist in vielen Fällen noch keine gleichartige Regulierung der Geschäftsmodelle vorhanden. So wird die Regulierung für Sharing-Plattformen als weitaus weniger streng gesehen (oder nicht angewendet), während etablierte Unternehmen mit zahlreichen Auflagen und deren Überwachung konfrontiert sind (Eichhorst/Spermann, 2015, 8 ff.; Voß, 2014, 3; Simons/Vogelpohl, 2015, 22 ff.). Durch einen solchen verzerrten Wettbewerb können Arbeitsplätze bei den etablierten Unternehmen gefährdet werden.
- **Umstrukturierung der Beschäftigung:** Bestehende Arbeitsplätze in Unternehmen könnten abgebaut werden, indem freiwerdende Aufgaben kleinteilig über Plattformen vergeben werden (Schmidt, 2016, 13). Letztlich handelt es sich dabei jedoch um eine Umverteilung von Arbeit mit den daraus folgenden Konsequenzen für das unternehmerische Risiko.
- **Einschränkung der Rechte durch Bewertungssystem:** Die geläufigen Bewertungssysteme sind unter Umständen nachteilig für die Anbieter in der Sharing Economy, da diese ihre Rechte gegenüber dem Kunden nicht durchsetzen können oder sogar ein unterwürfiges Verhalten an den Tag legen, weil ansonsten eine negative Bewertung und somit Verdienstaustausfall droht (Eichhorst, Spermann, 2015, 10). Dies wird verstärkt, wenn die Arbeitnehmer auf die Einnahmen angewiesen sind.

Welcher der genannten Effekte in den spezifischen Sektoren auftreten könnte, wird im Folgenden thematisiert.

Unterkunft

Für die Auswirkungen der Sharing-Plattformen im Unterkunftssektor auf den Arbeitsmarkt gibt es keine quantitativen Studien. Aus diesem Grund werden die Erkenntnisse aus der Zusammenarbeit mit dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband in Nordrhein-Westfalen (DEHOGA NRW) genutzt.

Für einen Teil der auf Sharing-Plattformen Wimdu und Airbnb gelisteten Unterkünfte in NRW ist grundsätzlich davon auszugehen, dass sie zuvor zum Beispiel in Zeitungsinseraten beworben wurden. Für das Hotelgewerbe handelt es sich somit nicht um neue Konkurrenz. Zusätzlich zu diesen Angeboten gibt es jedoch zunehmend gewerbliche und private Angebote auf Sharing-Plattformen. Dabei verändert allenfalls ersteres die Wettbewerbssituation etablierter Hotels. Wie bereits in Kapitel 4.1 beschrieben, kommt es wahrscheinlich zu Verdrängungseffekten. Diese können grundsätzlich bestehende Beschäftigung in den etablierten Hotels gefährden. Dieser Effekt wird jedoch einerseits dadurch verringert, dass es sich wie oben erwähnt nur zum Teil um neue Konkurrenz handelt. Andererseits ist auch ein Rebound-Effekt zu erwarten, der in Folge niedrigerer Kosten zu einer größeren Nachfrage führt.

Insbesondere wenn über diesen Weg eine bessere Auslastung erreicht werden kann, kann die Sharing Economy zur Erhaltung bestehender Beschäftigung beitragen. Die im Herbst 2016 durchgeführte Befragung von DEHOGA NRW ergab, dass die Auslastung der befragten nordrhein-westfälischen Hotels in den vergangenen fünf Jahren überwiegend gestiegen ist (57 Prozent). Fünf Prozent der befragten Hotels machten hierzu keine Angaben. Bei 14 Prozent ist die Auslastung gesunken. Bei den restlichen Betrieben blieb sie konstant. Somit scheint die Sharing Economy nicht zu einem Rückgang der Nachfrage bei den etablierten Hotels in NRW geführt zu haben. Direkte Auswirkungen auf die Beschäftigung in diesen Hotels sind somit unwahrscheinlich.

Problematisch sind die zum Teil unterschiedlichen Regulierungen der gewerblichen Anbieter auf Sharing-Plattformen und der Hotels in NRW. So erfassen manche Städte (zum Beispiel Köln) gewerbliche Sharing-Anbieter nicht als Betrieb, weshalb diese im Unterschied zu Hotels keine Bettensteuer entrichten müssen. Mittelfristig könnte dieses Ungleichgewicht Effekte auf die Konkurrenzfähigkeit der Hotels haben, die sich dann auch in der dortigen Beschäftigung niederschlagen könnte.

Mobilität

Die Untersuchung der konkreten Arbeitsmarktauswirkungen für den Mobilitätssektor konzentriert sich aufgrund der größeren Anzahl an Fahrten auf das Carsharing. Ridesharing wird nicht betrachtet. Carsharing ist mit deutschlandweit 16.100 Fahrzeugen in mindestens 537 Städten und Gemeinden vertreten (bcs, 2016d). Effekte auf den Arbeitsmarkt könnten zum Beispiel dadurch entstehen, dass durch die Nutzung von Carsharing-Angeboten weniger private PKW nachgefragt werden und somit der Absatz der Automobilhersteller sinkt. Dies wiederum könnte die Beschäftigung bei diesen Unternehmen verringern. Der Bundesverband CarSharing hat berechnet, dass in Köln 18,6 private Fahrzeuge durch Carsharing obsolet werden (Loose, 2016, 34). Im Durchschnitt von 13 untersuchten Städten waren es 15 Fahrzeuge. Somit müssen zwischen 14 und 18 Autos pro Carsharing-Fahrzeug weniger gebaut, gewartet und verkauft werden. Bei diesen Zahlen handelt es sich jedoch um sehr optimistische Werte. In ländlichen Gebieten dürften aufgrund der längeren Fahrtwege weniger Autos ersetzt werden. Grob geschätzt werden im Idealfall maximal zehn private PKWs durch ein Carsharing-Fahrzeug ersetzt werden können. Diesem Wert liegt die Annahme zugrunde, dass ein Privatfahrzeug 90 Prozent der Zeit nicht genutzt wird (Asendorpf, 2013). Dazu kommt, dass die Anzahl der Carsharing-Fahrzeuge in NRW eher gering ist, sodass die Anzahl der bislang auf diese Weise absolut eingesparten privaten PKW ebenfalls gering sein dürfte.

Für zehn US-amerikanische Großstädte wurde berechnet, dass durch Carsharing bis 2014 insgesamt 500.000 Autos weniger nachgefragt worden sein könnten (Alix Partners, 2014). Solche modellartigen Berechnungen lassen sich kaum auf NRW herunterbrechen. Zudem ist der Schluss auf Beschäftigungseffekte aufgrund der großen Anzahl externer Einflussfaktoren nur sehr eingeschränkt möglich. Grundsätzlich lässt sich jedoch feststellen, dass neben diesem möglicherweise negativen Effekt die Verringerung der Zahl der PKW auf den Straßen über die Abnahme von Staus auch positiv auf die Wirtschaft und damit die Beschäftigung wirken kann.

Durch Carsharing können Kannibalisierungseffekte bezüglich anderer Mobilitätsformen entstehen. Der Bundesverband CarSharing kann keine eindeutigen Effekte auf den öffentlichen Nah-

verkehr erkennen, nur die Nutzung von Fahrrädern hat laut dem Verband zugenommen (Loose, 2016). Eine genauere Untersuchung liefern Berylls Strategy Advisors (2015). Die Ergebnisse wurden bereits in Abbildung 4-4 in Kapitel 4.1 dargestellt. Durch die Nutzung von Carsharing gibt es demnach mögliche Auswirkungen auf die Beschäftigung im Bereich der Autovermietung und im Taxigewerbe, diese sind jedoch in NRW aufgrund der bislang eher geringen Nutzung des Carsharing zu vernachlässigen. Die Konsumenten sparen jedoch durch die Nutzung von Carsharing Kosten ein. Die freiwerdenden finanziellen Mittel könnten dann an anderer Stelle ausgegeben werden und dort zu einer Erhöhung der Beschäftigung führen. Simons und Vogel-pohl (2015, 16) weisen darauf hin, dass die PKW-Nutzung durch die einfache Verfügbarkeit von Fahrzeugen im Zuge von Carsharing zunimmt (Rebound-Effekt).

Positiv auf den Arbeitsmarkt dürfte das Entstehen der circa 150 deutschen Carsharing-Anbieter (carsharing-news.de, 2016) wirken. Zudem lassen sich auch für die Automobilhersteller und Autovermietungen positive Effekte vermuten. Viele von ihnen sind an Free-Floating-Carsharing-Plattformen beteiligt (etwa die Daimler AG an car2go und BMW sowie Sixt Autovermietung an DriveNow), sodass sich negative und positive Effekte des Carsharings auf die Beschäftigung in diesen etablierten Unternehmen durchaus ausgleichen könnten.

Abschließend lässt sich festhalten, dass Carsharing sowohl positive als auch negative Effekte auf die Beschäftigung haben kann. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass inzwischen 150 Anbieter dieser neuen Dienstleistung entstanden sind, wird das Übergewicht der positiven Auswirkungen deutlich. Insgesamt dürften die Effekte relativ klein ausfallen.

Dienstleistungen

Der Dienstleistungssektor der Sharing Economy steht oft im Fokus der Diskussion um die Effekte der Verlagerung des unternehmerischen Risikos auf den Einzelnen. Neben Fragen der Lohnhöhe und der Sozialabsicherung wird thematisiert, ob die erleichterte Aufnahme einer geringfügigen Beschäftigung „die Bündelung von Tätigkeiten und längere Arbeitszeiten, also substanziellere Arbeitsplätze im formellen Bereich“ erschwert (Eichhorst/Spermann, 2015, 13). Dies könnte auch für die Sharing Economy gelten. Die Beschäftigtenzahlen in der Sharing Economy relativieren diese Befürchtungen jedoch: Ende 2015 waren laut einer groben Schätzung nur etwa 100.000 Menschen in der gesamten EU als Selbstständige in der Sharing Economy tätig (De Groen/Maselli, 2016, 18). Davon waren etwa 65.000 als Fahrer bei Uber aktiv, was für Deutschland wegen des Verbots keine Rolle spielt.

Über die Entlohnung der Tätigkeit im Vergleich zu nicht über Sharing-Plattformen vermittelten Dienstleistungen gibt es bisher keine aussagekräftige Analyse, weil der direkte Vergleich der Nettolöhne bis jetzt nicht hinreichend untersucht wurde. Der Blick auf die Brutto-Stundenlöhne zeigt, dass die Entlohnung bei über Onlineplattformen vermittelten Tätigkeiten höher ist als der Tariflohn auf dem Arbeitsmarkt (De Groen/Maselli, 2016, 13). Dies liegt jedoch vor allem daran, dass bei ersteren noch keine Sozialabgaben sowie Vorleistungen berücksichtigt sind. Eichhorst und Spermann (2015, 15) untersuchen die Seite Helpling, auf der Reinigungsdienstleistungen vermittelt werden. Während der Mindestlohn 2015 8,50 Euro pro Stunde betrug, erhielten Anbieter auf der Plattform mindestens 12,90 Euro pro Stunde. Davon müssen jedoch noch die Provision für Helpling, die Reisekosten sowie Sozialversicherungsabgaben bezahlt werden. Letztere sind für Selbstständige höher als für abhängig Beschäftigte. Ein abschließendes Urteil

über die Entlohnung von über Sharing-Plattformen vermittelten Dienstleistungen ist daher nicht möglich.

Für den Dienstleistungssektor lässt sich feststellen, dass die Verlagerung von Schwarzmarktaktivitäten in die legale Wirtschaft unter Umständen eine Folge der Sharing Economy sein könnte. Eichhorst/Spermann (2015, 13) gehen in Deutschland von vier Millionen Haushaltshilfen bei nur 295.000 offiziell angemeldeten Minijobbern im privaten Haushalten aus. Somit war eine sehr hohe Zahl an Haushaltshilfen nicht offiziell beschäftigt. Die Vermutung liegt nahe, dass ein Teil dieser durch die Sharing Economy inzwischen als Selbstständige tätig sein könnte. Auch für den Dienstleistungssektor könnten die unterschiedlichen Regulierungen von Sharing-Plattformen und etablierten Unternehmen eine Rolle spielen. Die für dieses Gutachten befragten Verbände in NRW kritisieren, dass es durch die Sharing Economy vermehrt zu Lohndumping käme und dass Schwarzarbeit gefördert würde. Aus Verbandssicht führen die Vermittlungsplattformen zu einer erleichterten Anbahnung von Transaktionen (Icks/Levering, 2016, 6), die zum Teil auch in Schwarzarbeit münden. Diese Sichtweise stellt eine Befürchtung dar, der Sharing-Plattformen aktiv entgegenwirken, um eine Reduktion der Schwarzarbeit zu ermöglichen: So besteht beispielsweise in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Sharing-Plattform Helping die Pflicht zur Anmeldung eines Gewerbes.

Finanzdienstleistungen

Anders als in den anderen Sektoren sind die (erwarteten) Auswirkungen der Sharing-Angebote auf den Arbeitsmarkt überwiegend positiv. Über die Finanzierung von künstlerischen oder gemeinnützigen Projekten mittels Crowdfunding entstehen keine Verdrängungseffekte zu bestehenden Unternehmen. Zudem ist sogar denkbar, dass dadurch Existenzgründungen gefördert werden.

Wie bereits gezeigt wurde (siehe Kapitel 2.4 und 4.1), werden über das Crowdlending vor allem die Kreditnachfrager bedient, die auf andere Weise nicht an Geld kommen würden. Damit handelt es sich beim Crowdlending um einen zusätzlichen Kanal zur Kreditversorgung, was positiv auf die Wirtschaft und Beschäftigung wirken kann.

Bei der Start-up-Finanzierung mittels Crowdfunding handelt es sich um die Vergabe von Hochrisikokapital. Die Bundesregierung hat die positive Wirkung von neuen Unternehmen erkannt und fördert sie selbst. Zudem fallen die bestehenden Banken (mit Ausnahme der KfW) als Finanzquelle aus, da hochriskante Investitionen mit entsprechend viel Eigenkapital hinterlegt werden müssen. Beachtet man zusätzlich die anhaltende Gründungsschwäche in Deutschland (Röhl/Vogt, 2016, 34), so kann das Vordringen der Sharing Economy in diesem Bereich durchaus vorteilhaft sein. Über diesen Kanal können Unternehmen gegründet werden, die entsprechend für Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt sorgen. Laut einer Bitkom-Studie beschäftigen Start-ups im Schnitt 15 Mitarbeiter. Mehr als jedes zweite befragte Start-up hat im vergangenen Jahr neue Stellen geschaffen (Bitkom, 2016). Ebenfalls aus Arbeitsmarktperspektive eher positiv sind mittels Crowdfunding getätigte Immobilieninvestments zu sehen, da auf diesem Weg Projekte realisiert werden, die entweder gar nicht oder zu höheren Finanzierungskosten hätten realisiert werden müssen.

Gütersektor

Die geringen Fallzahlen im Bereich der Güter zeigen, dass die Auswirkungen der Sharing Economy in diesem Sektor auf die Beschäftigung in Deutschland und NRW bislang eher theoretischer Natur sind. Wenn vermehrt Gegenstände verliehen statt gekauft werden, ist mit einem Rückgang der Verkäufe sowie infolgedessen der Produktion zu rechnen. Jedoch wird auch die Nutzung verstärkt, was den Verschleiß erhöht und somit dem Nachfragerückgang entgegen wirkt. Zudem könnte in diesem Sektor der Rebound-Effekt zum Zuge kommen, wenn durch die kostengünstige Verfügbarkeit von Maschinen zusätzliche Projekte realisiert werden. Insgesamt ist für Nordrhein-Westfalen bisher von keinen signifikanten Auswirkungen auf die Beschäftigung auszugehen.

Audiovisuelle Medien

„Streaming rettet die Musikindustrie“ titelte das Handelsblatt am 12. August 2016 (Müller/Suhr, 2016). Hintergrund ist, dass aufgrund digitaler Angebote wachsende Umsätze in der Tonträgerindustrie in Deutschland zu verzeichnen sind. Ähnliches ist beim kostenpflichtigen Video-streaming im Bereich Pay-TV zu beobachten (Giersberg, 2016, 12). In beiden Fällen haben sich die digitalen Angebote zu einem bedeutenden Treiber beim Umsatz entwickelt. Einerseits werden durch die schnelle und einfache Verfügbarkeit von Unterhaltungsangeboten neue Umsätze generiert. Andererseits werden auch zunehmend zuvor illegal durchgeführte Transaktionen wieder in die legale Wirtschaft überführt (Radig, 2015, 26). Im Bereich Musik-Streaming ist ebenfalls von einer Verschiebung zu legalen Aktivitäten auszugehen, da im Rahmen von YouTube und Freemium-Angeboten kostenlos legal Musik gehört werden kann. Durch diesen Effekt können die Streaming-Angebote tendenziell sichernd auf die Beschäftigung in den betreffenden Unternehmen der Film- und Musikindustrie wirken und durch steigende Umsätze auch zu zusätzlicher Beschäftigung beitragen.

Jedoch sind auch deutliche Verdrängungseffekte möglich. Dies wird bei der Entwicklung der Anzahl der Videotheken deutlich. Laut Radig (2015, 33) gab es im Jahr 2000 4.591 Videotheken in Deutschland. 2013 waren es nur noch 1.848. Dies entspricht einem Rückgang von 60 Prozent. Die Umsätze bei nicht digitalen Verkäufen von Filmen sind ebenfalls rückläufig (Radig, 2015, 19). Im Musikbereich ist ein ähnliches Phänomen zu beobachten (Müller/Suhr, 2016, 32-33). Die digitalen Angebote verdrängen Videotheken und können das Angebot des Einzelhandels reduzieren. Damit führen sie zu einem Rückgang von Produktion und Verkäufen von Bild- und Tonträgern. Dies dürfte auch negative Auswirkungen auf die Beschäftigung haben. Der Interessenverband des Video- und Medienfachhandels in Deutschland (IVD) teilt diese Ansicht und verweist auf die Notwendigkeit einer einheitlichen Regulierung, um so einen fairen Wettbewerb zu ermöglichen, da ansonsten Arbeitsplätze in der analogen Welt gefährdet würden. Der IVD empfindet insbesondere Sonderregeln für Start-ups und die Digitalwirtschaft als unfair: „Sei es Subventionen oder einfachere rechtliche Regelungen für Newcomer bzw. die digitale Wirtschaft oder den Versuch der Erzwingung der grenzüberschreitenden Lieferung durch die EU-Kommission.“ Gerade im Bereich des Streamings von Audio- und Videoinhalten ist jedoch nicht primär der regulatorische Rahmen, sondern die technologische Entwicklung und die damit einhergehenden, nutzerorientierten neuen Möglichkeiten bestimmend für mögliche Verdrängungseffekte.

4.3 Effekte auf Ressourcen

Zur Grundidee der Sharing Economy zählt das Prinzip „Nutzen statt Kaufen“ (vergleiche Kapitel 1), was eine gemeinsame Nutzung von Ressourcen, also den Gütern selbst oder den zur Erbringung einer Dienstleistung verwendeten Gütern impliziert. Ein möglicher Vorteil einer solchen gemeinsamen Ressourcennutzung besteht in einer größeren Nachhaltigkeit in Form von Ressourcenschonung oder auch Ressourceneffizienz (Brachya/Collins, 2016, 13). Diese erwartete Nachhaltigkeit stellt einen wesentlichen Antrieb der Sharing Economy dar (Bauer et al., 2015, 27). Neben einer besseren Auslastung vorhandener Ressourcen kann auch eine effektivere Nutzung von Ressourcen ein Attribut der Sharing Economy sein (ebenda, 37). Gerade in Ballungsräumen kann so Knappheit vermieden werden (Demary, 2015b, 97). Damit Sharing-Plattformen tatsächlich positiv auf die Ressourceneffizienz wirken und die Umweltbelastung reduzieren können, müssen jedoch vier Voraussetzungen gegeben sein (Demary, 2015b, 97; Scholl, 2009):

1. **Konstante Nachfrage nach der Ressource.** Wird durch die neuen Angebote der Sharing-Plattformen die Nachfrage angeregt, kann dies insgesamt zu einer steigenden Umweltbelastung führen.
2. **Kein Einfluss des Teilens auf die Lebensdauer der Ressource.** Sollte sich die Zeit, bis ein Gut ersetzt werden muss, durch das Teilen dieses Gutes verringern, ist nicht von einer steigenden Ressourceneffizienz auszugehen.
3. **Geringe Transaktionskosten.** Je länger die Transportstrecke zwischen Anbieter und Nachfrager, desto höher ist die mit dem Teilen vermutlich verbundene Umweltbelastung.
4. **Keine Überschreitung der optimalen Nutzungsdauer der Ressource.** Wird eine Ressource zu lange verwendet, kann dies dazu führen, dass effizientere, neuere Technologien beziehungsweise Ressourcen aus dem Markt ferngehalten werden.

Diese Voraussetzungen zeigen, dass keine allgemeingültige Aussage zur Wirkung des Sharing-Ansatzes auf die Ressourceneffizienz möglich ist. Deshalb ist eine Analyse einzelner Sektoren oder sogar Geschäftsmodelle notwendig (Demailly/Novel, 2014, 12). Dabei bestehen zwei Herausforderungen: Zum einen gibt es zahlreiche Rahmenbedingungen, Einflussfaktoren und Unsicherheiten, die für die Wirkung einer Sharing-Plattform auf die Ressourceneffizienz relevant sind. Es ist kaum abschätzbar, ob quantitative Analysen diese Effekte umfassend aufnehmen können. Zum anderen besteht für die Sharing-Plattformen möglicherweise der Anreiz, zur Legitimation ihrer Geschäftsmodelle entsprechende Analysen zu beauftragen. Es ist daher denkbar, dass quantitative Studien zu diesem Thema ein verzerrtes Bild liefern. Darüber hinaus ist zu beachten, dass viele Studien nur einzelne Umweltindikatoren wie etwa den CO₂-Ausstoß in den Blick nehmen, statt ein umfassendes Bild der Effekte von Sharing-Plattformen auf die Umwelt und die Ressourcen zu liefern (Leismann et al., 2012, 20 f.).

Effekte im Unterkunftssektor

Für den Übernachtungssektor gibt es Studien, die eine Ressourcenschonung durch P2P-Sharing-Plattformen im Vergleich zu traditionellen Unterkünften belegen. So hat der technische Dienstleistungsanbieter AECOM den Beitrag berechnet, den Airbnb potenziell für die Reduktion von Treibhausgasen hat (AECOM, 2015). Die Studie geht von einer Zunahme der Nutzung von

Airbnb sowie von aus der Nutzung resultierenden spezifischen Pro-Kopf-Einsparungen an Treibhausgasen aus. Im Jahr 2025 werden demnach über Airbnb vermittelte Übernachtungen im Vergleich zu Hotelübernachtungen in den USA zu einer Verringerung der Treibhausgasemissionen von 9,5 Millionen Tonnen führen. Für Europa liegt das Einsparpotenzial sogar bei 20,9 Millionen Tonnen.

Allerdings ist auch denkbar, dass aufgrund der einfach und günstig über Sharing-Plattformen zur Verfügung stehenden Unterkünfte die generelle Nachfrage nach Übernachtungen steigt. Werden mehr Flüge, auch über längere Strecken, absolviert, um diese Übernachtungen wahrzunehmen, könnte die Umweltbilanz insgesamt negativ ausfallen (Paech, 2015, 104).

Effekte im Mobilitätssektor

Im Mobilitätssektor sind Effekte der Sharing Economy auf Ressourcen naheliegend. Wenn Fahrzeuge gemeinschaftlich genutzt werden, lässt sich die Gesamtanzahl an Privatfahrzeugen unter Umständen reduzieren. In der Vergangenheit gab es dazu eine Reihe von Analysen (für eine Übersicht, siehe Loose, 2016, 2). Eine Nutzerbefragung des Bundesverbandes CarSharing in 13 Städten zeigt, dass die Nutzer von stationsbasierten und Free-Floating-Carsharing-Angeboten zwischen der Anmeldung zu diesen Angeboten und dem Befragungszeitpunkt im Jahr 2015 18,5 Prozent ihrer privaten Fahrzeuge abgeschafft haben (Loose, 2016, 11 ff.). Werden die Abschaffungen auf den Zeitpunkt zwölf Monate vor der Carsharing-Anmeldung bezogen und auch die zuvor abgeschafften Autos eingerechnet, reduzierten die Nutzer von Carsharing-Angeboten ihre privaten PKW um knapp 62 Prozent. Gleichzeitig hatten jedoch zwölf Monate vor der Anmeldung beim Carsharing rund 45 Prozent der Nutzer kein Auto (Loose, 2016, 14). Bei diesen Nutzern ist daher davon auszugehen, dass sie von Verkehrsmitteln wie dem öffentlichen Personennahverkehr oder dem Fahrrad auf Carsharing gewechselt sind und ihre Carsharing-Nutzung somit die Nachfrage nach Autos erhöht. Dies bestätigt auch die Studie von Brachya und Collins (2016). Die betrachteten Carsharing-Angebote haben zwar das Potenzial, den Anteil autofreier Haushalte zu erhöhen (Loose, 2016, 14). Die Ermittlung eines Gesamteffekts der Carsharing-Angebote auf Umwelt und Ressourcen ist jedoch nicht möglich (Brachya/Collins, 2016, 14). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Schutz der Umwelt bei der Abschaffung eines eigenen Autos eine große Rolle zu spielen scheint: Je nach Carsharing-Variante geben zwischen 15 und 30 Prozent der Nutzer, die ein eigenes Auto abgeschafft haben, Umweltschutz als Grund dafür an (WiMobil, 2016, 165).

Verschiedene Studien belegen die Effekte von Carsharing auf Umwelt und Ressourcen in den USA. So zeigt eine Studie anhand des Free-Floating-Carsharing-Anbieters car2go eine Reduktion von etwa 28.000 Privatfahrzeugen in fünf nordamerikanischen Städten, wie Vancouver und Washington, D. C., aufgrund des Angebots (Martin/Shaheen, 2016, 4). Darüber hinaus werden die Fahrzeugkilometer und die Emission von Treibhausgasen für die Nutzer um vier bis 18 Prozent verringert. Eine Studie der Unternehmensberatung Alix Partners geht bis 2014 von 500.000 Fahrzeugen in zehn US-amerikanischen Städten aus, die aufgrund von Carsharing nicht gekauft worden sind (Alix Partners, 2014). Bis 2020 wird die Anzahl vermiedener Autokäufe in diesen Städten schätzungsweise auf 1,2 Millionen steigen. Die Effekte für Deutschland dürften jedoch deutlich kleiner ausfallen, weil die Distanzen geringer sind und das öffentliche Personennahverkehrsnetz besonders in NRW gut ausgebaut ist.

Auch Ridesharing scheint zunächst Ressourcen zu sparen, weil sich mehrere Personen ein Fahrzeug teilen statt mehrere zu nutzen (Clarence, 2015). Gleichzeitig ist es jedoch notwendig, zwischen kurzen und längeren Fahrten zu differenzieren, weil die Wettbewerber und damit die alternativen Mobilitätskonzepte unterschiedlich sind (Demailly/Novel, 2014, 21 f.): Kürzere, regelmäßige Fahrten wie das Pendeln zur Arbeit können neben dem Auto oft auch mit dem ÖPNV zurückgelegt werden. Das Ridesharing bei längeren, unregelmäßigeren Fahrten wie etwa in den Urlaub steht dagegen im Wettbewerb mit Zügen und Flugzeugen. Die Auswirkungen auf die Umwelt können folglich sehr unterschiedlich ausfallen.

Effekte im Gütersektor

Für den Gütersektor existiert eine Studie, die zwei Anwendungsbeispiele beleuchtet, nämlich den Tausch von Textilien sowie den Verleih von Werkzeugen (Leismann et al., 2012, 21 ff.). Wie in der Fallstudie in Kapitel 3 bereits ausgeführt, fällt das Tauschen von Textilien unter eine sehr weite Auslegung der Sharing Economy. In Deutschland werden jährlich pro Person etwa 26 Kilogramm Textilien gekauft, die zu 90 Prozent aus dem Ausland kommen (Leismann et al., 2012, 21 ff.). Positive Effekte des Tauschens sind grundsätzlich vor allem in Bezug auf die Produktions- und die Entsorgungsphase von Textilien denkbar, die beim Tausch unabhängig von der Nutzeranzahl nur einmal anfallen, während sie beim Kauf für jeden Nutzer auftreten. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass der notwendige Input für die Weitergabe und Nutzung der Textilien deren Ressourceneinsparpotenzial nicht übersteigt. Zudem ist der Umfang der möglichen Einsparung stark von vielen Einflussfaktoren, unter anderem Faserart, Anbauart und Veredlungsverfahren, aber auch Produktions- und Nutzungsstandort, abhängig.

Neben Einsparpotenzialen an Ressourcen aufgrund des Tauschs lassen sich die CO₂-Emissionen der Onlinetransaktion betrachten. Im Vergleich zu alternativen Wegen, Kleidung zu tauschen, wie Flohmärkten oder Second-Hand-Läden, schneiden Onlinetransaktionen besser ab, wenn die Transportentfernung zwischen Anbieter und Nachfrager gering ist. Schon bei einer um 50 Prozent höheren Entfernung für den Onlinetausch gibt es keine signifikanten CO₂-Einspareffekte dieses Kanals mehr (Leissmann et al., 2012, 26). Die gesamten Umwelteffekte des Kleidertausches hängen schließlich auch davon ab, wie das durch den Tausch gesparte Geld ausgegeben wird. Insgesamt kann der Kleidertausch somit positive Effekte auf Ressourcen und CO₂-Emissionen haben, deren Höhe jedoch stark von einer Reihe von Einflussfaktoren abhängt.

Der gewerbliche Verleih von Werkzeugen stellt einen Teil der Sharing Economy dar, wenn er ausschließlich über eine Onlineplattform organisiert ist. Auch beim Werkzeugverleih hängen die tatsächlichen Effekte auf den Ressourceneinsatz und damit das Einsparpotenzial von einer Vielzahl an Faktoren ab (Leismann et al., 2012, 30 ff.). Dazu gehören zum Beispiel die Produktgruppe, die Lebensdauer oder die Nutzungshäufigkeit. Letztere spielt eine große Rolle, weil der sogenannte Nutzungsvorrat, die maximale Nutzungsdauer, bei vielen Geräten nicht ausgeschöpft wird. So hat eine typische Bohrmaschine eine nicht genutzte Kapazität von 255 Stunden, ein Vertikutierer zur Rasenpflege von 350 Stunden bei einer Lebensdauer von 15 Jahren (Leismann et al., 2012, 32). Ein Ressourceneinsparpotenzial lässt sich vor allem bei selten genutzten Geräten erzielen. Dies setzt voraus, dass durch die vermehrte Nutzung kein übermäßiger Verschleiß auftritt (ebenda, 32). Außerdem sind auch die Länge der Transportwege sowie das Verkehrsmittel dafür von Bedeutung, ob durch das Leihen insgesamt Ressourcen eingespart werden oder sich der Ressourcenverbrauch sogar erhöht. Grundsätzlich ist das Potenzial

zur Ressourceneinsparung also auch in diesem Beispiel gegeben, hängt aber letztlich vom Einzelfall ab.

Effekte in weiteren Sektoren

Für die übrigen drei in dieser Studie betrachteten Sektoren (Dienstleistungen, Finanzdienstleistungen und audiovisuelle Medien) liegen keine Studien zu ihren Umwelteffekten vor. In den zwei Dienstleistungssektoren ändert sich die Bereitstellung der Dienstleistung durch die Sharing Economy nur geringfügig. Konkrete Auswirkungen auf die Umwelt sind daher wenig naheliegend.

Im Sektor audiovisuelle Medien dagegen findet eine Entwicklung weg vom physischen Produkt wie der CD oder der DVD und seinen Vertriebswegen hin zu einer Onlinebereitstellung statt. Dies könnte sich durchaus positiv auf den Ressourcenverbrauch auswirken, weil weniger Produktion stattfindet. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an die Breitbandinfrastruktur, um ein problemloses Streaming gewährleisten zu können. Diese gegenläufigen Effekte müssten verglichen werden, um einen Schluss bezüglich der Umweltauswirkungen von Streaming tätigen zu können.

Von Nutzern erwartete Effekte

Auch wenn die tatsächlichen Effekte der Sharing Economy auf Umwelt und Ressourcen kaum bestimmbar und sehr fallabhängig sind, sind sie doch für viele Nutzer untrennbar mit ihr verbunden (Abbildung 4-5). So werden Umwelteffekte als Motivation für die Teilnahme der Nutzer in den meisten vorhandenen Studien zur Sharing Economy abgefragt. Je nach Befragungsdesign ist der Anteil der Nutzer, die positive Auswirkungen auf Umwelt und Ressourcen als Grund für die Nutzung entsprechender Plattformen angeben, im Vergleich zu alternativen Motivationen stets relativ hoch.

Zum Teil sagt sogar die Mehrzahl der Befragten aus, dass diese (erwarteten) Effekte ihren wichtigsten Nutzungsgrund darstellen. So bewerten 76 Prozent der Befragten in einer repräsentativen Studie als wichtigsten Vorteil der Sharing Economy, dass sie Materialverschwendung reduziere (Schadbach, 2015, 14). An zweiter Stelle folgt mit 75 Prozent Zustimmung, dass sie besser für die Umwelt sei. Wichtiger als die erwarteten positiven Auswirkungen der Sharing Economy auf die Umwelt sind den Nutzern allenfalls finanzielle Aspekte wie Einsparungen (zum Beispiel TNS Emnid/Deutscher Verbrauchertag, 2015a, 1 ff.).

Diese allgemeinen Ergebnisse bestätigen sich in einer Befragung zum Carsharing, in der 30 Prozent der Nutzer und sogar 42 Prozent der Carsharing-Interessenten angeben, die Umweltfreundlichkeit im Vergleich zum Auto stelle für sie eine Motivation für die Nutzung dar (Berylls Strategy Advisors, 2015, 7).

Bei den von den Nutzern erwarteten Umwelteffekten der Sharing Economy lassen sich unterschiedliche sozioökonomische Gruppen differenzieren (TNS Emnid/Deutscher Verbrauchertag, 2015a, 4 ff.). So ist die Zustimmung zu der Aussage, die Sharing Economy schone die Umwelt, weil weniger produziert werden müsse, in der Gruppe der 30- bis 39-Jährigen am höchsten. Je höher der Bildungsabschluss, desto größer ist die Zustimmung. Erwartete Umwelteffekte der

Sharing Economy scheinen darüber hinaus in eher ländlichen Regionen eine größere Relevanz zu haben als in Großstädten.

Abbildung 4-5: Die Nutzersicht auf Umweltaspekte der Sharing Economy

Einschätzungen der Befragten zu den Vorteilen der Sharing Economy, in Prozent der Befragten, unterschiedliche Jahre und Befragungen



Quelle: BMBF, 2016, 3; Deloitte, 2015, 9; ING-DiBa, 2015, 5; Schadbach, 2015, 14, 16; TNS Emnid/Deutscher Verbrauchertag, 2015a, 4; eigene Darstellung

Nicht nur die Nutzer der Sharing Economy auf der Nachfrageseite, auch die Anbieter von P2P-Angeboten werden durch die erwarteten Effekte auf Ressourcen und Umwelt motiviert. Insgesamt 56 Prozent derjenigen, die ihr Eigentum bereits an andere verleihen, geben als Grund dafür an, dass sie auf diese Weise einen Beitrag zur Schonung der Umwelt leisten (TNS Emnid/Deutscher Verbrauchertag, 2015a, 67). Wichtiger ist lediglich das Gefühl, anderen Menschen damit etwas Gutes zu tun (ebenda, 74).

Anders wird dies auf Seiten etablierter Unternehmen bewertet. Einige von ihnen sind bereits selbst in die Sharing Economy eingestiegen, etwa einige Automobilhersteller in das Free-Floating-Carsharing. In einer Befragung etablierter Unternehmen verschiedener Branchen in Baden-Württemberg wurde nach deren Motivation für einen solchen Einstieg in die Sharing Economy gefragt (Bauer et al., 2015, 76 f.). Nachhaltigkeit ist laut jener Studie kein expliziter Motivationsfaktor, stattdessen dominiert die Aussicht auf die mit dem Einstieg verbundenen erwarteten Wachstumspotenziale.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Sharing Economy nicht notwendigerweise Ressourcen und Umwelt schont und Nachhaltigkeit fördert (Cooper, 2016, 7). Die Effekte der Sharing-Aktivitäten auf diese Parameter sind stets von den Rahmenbedingungen des Einzelfalls abhängig und hoch umstritten (Vogelpohl/Simons, 2015, 16). Grundsätzlich besteht jedoch das Po-

tenzial, mithilfe der Sharing Economy positive Auswirkungen auf die Umwelt auszulösen und zu fördern.

5 Chancen und Risiken der Sharing Economy

Die digitale Organisation des altbewährten Teilens von Gütern, Dienstleistungen und Wissen ist eine vergleichsweise neue Erscheinung. Zahlreiche Sharing-Plattformen sind bislang im In- und Ausland gegründet worden und eine Stagnation der zunehmenden Nutzerzahlen ist derzeit nicht absehbar.

Mit der Sharing Economy gehen Chancen, aber auch Risiken einher, die sich in Teilen aus den in dieser Studie untersuchten sechs Sektoren Unterkunft, Mobilität, Dienstleistungen, Finanzdienstleistungen, Gütern sowie audiovisuelle Medien sowie den drei Schwerpunkten Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Ressourcen ableiten lassen. Nicht alle Chancen und Risiken sind auch für alle Märkte relevant, in denen Sharing-Plattformen tätig sind.

Chancen der Sharing Economy

- **Größere Auswahl für die Nutzer.** Die Sharing Economy erweitert – gerade im P2P-Bereich – das Angebotsspektrum für die Nutzer. Dies gilt insbesondere auch im Hinblick auf die Kosten einer Leistung, die sich durch die Sharing Economy unter Umständen reduzieren lassen.
- **Umfassende Senkung von Transaktionskosten.** Sharing-Plattformen gelingt es, Anbieter und Nachfrager zu äußerst niedrigen Kosten zusammenzubringen und damit Transaktionskosten massiv zu senken. Davon profitieren alle Beteiligten, besonders aber diejenigen, deren Transaktionen durch die niedrigen Kosten überhaupt erst ermöglicht werden.
- **Potenzial für Umwelt- und Ressourcenschonung.** Fallabhängig besteht die Möglichkeit, dass das Teilen von Gütern oder Dienstleistungen positive Auswirkungen auf Ressourceneffizienz und die Emission von Treibhausgasen hat. Dies gilt jedoch nur unter der Prämisse, dass keine simultane Nachfrageausweitung erfolgt, die über die Einsparung hinausgeht.
- **Senkung der Hürden für Gründer.** Private Anbieter auf Sharing-Plattformen können eine Selbstständigkeit und die damit verbundenen Möglichkeiten, Aufgaben und Pflichten erproben, bevor sie sich komplett dafür entscheiden. Dies erleichtert die Gründung eines eigenen Unternehmens.
- **Verlagerung von Schwarzmarktaktivitäten in die legale Wirtschaft.** Sharing-Plattformen können in einigen Fällen dazu beitragen, zuvor illegal oder inoffiziell durchgeführte Aktivitäten wie das Downloaden von Musik im Internet in legale Konzepte überzuführen.
- **Belebung statischer Märkte und Innovationsdruck.** Viele der Märkte, auf denen Sharing-Plattformen tätig sind, waren zuvor lange Zeit unbestritten. Der Markteintritt der Sha-

ring-Unternehmen schafft Dynamik und setzt für etablierte Unternehmen Anreize, innovativ zu sein, um mithalten zu können. Wird die bestehende Regulierung zudem geprüft, könnten auch die etablierten Unternehmen von zeitgemäßerem Rahmenbedingungen profitieren.

- **Vernetzung von neuen und etablierten Geschäftsmodellen.** Hinter vielen, oft US-amerikanischen Sharing-Plattformen stehen finanzstarke Investoren. Ihr Kapital ermöglicht es den Plattformen, nach und nach auch in andere Segmente oder Branchen vorzudringen und ein differenzierteres Produkt- und Leistungsportfolio aufzubauen. Dies schafft eine Vernetzung verschiedener Branchen, die einen Innovationsschub auslösen kann. Ein Beispiel sind die Bestrebungen der Ridesharing-Plattform Uber, im autonomen Fahren tätig zu werden.

Risiken der Sharing Economy

- **Unfairer Wettbewerb bei fehlender Überprüfung der Regulierung.** In den meisten Märkten ist unklar, ob und in welcher Form bestehende Regulierungen auf Sharing-Plattformen anwendbar sind. Daraus können für die Plattformen Wettbewerbsvorteile gegenüber etablierten Unternehmen resultieren. Eine Prüfung und gegebenenfalls Anpassung der Regulierung ist daher notwendig.
- **Verdrängungseffekte aufgrund der Verlagerung von Tätigkeiten auf Sharing-Plattformen.** Sharing-Plattformen können das Auslagern von (vor allem einfachen) Tätigkeiten aus etablierten Unternehmen an auf den Plattformen organisierte Anbieter erleichtern. Dies kann zwar Spezialisierung begünstigen, aber auch Beschäftigung reduzieren. Derzeit ist dieses Risiko noch als gering zu bewerten, kann aber bei weiterer Differenzierung der Sharing-Plattformen sowie des dortigen Angebots zukünftig an Bedeutung gewinnen.
- **Mögliche Verlagerung des unternehmerischen Risikos.** Bei einigen Sharing-Plattformen werden Leistungen von privaten Anbietern erbracht, die auch im Angestelltenverhältnis erbracht werden könnten und möglicherweise zuvor so erbracht worden sind. Das unternehmerische Risiko wird damit auf diese privaten Anbieter ausgelagert, was dann eine Herausforderung darstellt, wenn dies nicht auch entsprechend vergütet wird.
- **Unsicherheit aufgrund unklarer rechtlicher Aspekte.** Die Abgrenzung von privaten und gewerblichen Anbietern einer Leistung auf Sharing-Plattformen ist unter Umständen schwierig. Fragen des Verbraucher- und Datenschutzes bleiben in manchen Fällen offen. Diese Rechtsunsicherheit verringert das Vertrauen (potenzieller) Nutzer in die Sharing Economy und reduziert damit auch ihr Potenzial.
- **Risiko des Marktmachtmissbrauchs von Plattformen.** Onlineplattformen allgemein und damit auch Sharing-Plattformen zeichnen sich durch monopolistische Tendenzen aus, die durch Netzwerk- und Skaleneffekte verursacht werden. Diese Tendenzen bringen das Risiko eines Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung mit sich, die negative Effekte für Wettbewerber und Konsumenten hätte und im deutschen und europäischen Kartellrecht sanktioniert wird.

Die Sharing Economy in Nordrhein-Westfalen wird sich aus ihrer heutigen, noch beschränkten Rolle heraus zukünftig weiterentwickeln. Im Einzelnen ist diese Entwicklung von vielen Faktoren abhängig. Der regulatorische Rahmen und die Aufgeschlossenheit der Menschen für das Konzept sind zwei entscheidende Faktoren. Sehr wahrscheinlich ist, dass sich das Geschäftsmodell der Sharing Economy in den nächsten fünf Jahren verfestigen wird, indem sich Stammkunden finden, bereits für das Geschäftsmodell erschlossene Märkte zumindest in Bezug auf Sharing-Plattformen konsolidiert und weitere Märkte für das Konzept entdeckt werden. Darauf aufbauend ist ein weiteres Wachstum der Sharing Economy denkbar.

Literatur

AECOM, 2015, Airbnb. Contribution to global greenhouse gas reduction efforts, San Francisco

Airbnb, 2015, Airbnb Summer Travel Report: 2015, <http://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf?bce17c> [26.7.2016]

Airbnbsberlin, 2015, <http://airbnbsberlin.de/#otherCities> [14.7.2016]

Alix Partners, 2014, AlixPartners Study Indicates Greater Negative Effect of Car Sharing on Vehicle Purchases, <http://legacy.alixpartners.com/en/MediaCenter/PressReleases/tabid/821/articleType/ArticleView/articleId/950/AlixPartners-Study-Indicates-Greater-Negative-Effect-of-Car-Sharing-on-Vehicle-Purchases.aspx> [24.10.2016]

Arnold, René / Schneider, Anna, 2016, OTT-Streaming Dienste in Deutschland, Kurzstudie des Wissenschaftlichen Instituts für Infrastruktur und Kommunikationsdienste sowie der Hochschule Fresenius, Köln und Bad Honnef

Asendorpf, Dirk, 2013, Nutzen statt Besitzen, http://www.deutschlandradiokultur.de/nutzen-statt-besitzen.1162.de.html?dram:article_id=247329 [5.12.2016]

Auxmoney, 2016a, Ungebremstes Wachstum: auxmoney verdreifacht Kreditvolumen in 2015, <https://www.auxmoney.com/presse/ungebremstes-wachstum-auxmoney-verdreifacht-kreditvolumen-in-2015/> [12.7.2016]

Auxmoney, 2016b, Willkommen im Pressebereich von auxmoney, <https://www.auxmoney.com/presse/> [2.8.2016]

Auxmoney, 2016c, Statistiken, <https://www.auxmoney.com/infos/statistiken> [2.8.2016]

Auxmoney, 2016d, Frequently Asked Questions – Kreditnehmer, <https://www.auxmoney.com/faq/kreditnehmer> [2.8.2016]

Auxmoney, 2016e, Bisherige Kreditprojekte, <https://www.auxmoney.com/weeklyoverview> [4.8.2016]

Auxmoney, 2016f, Frequently Asked Questions – Anleger, <https://www.auxmoney.com/faq/anleger> [4.8.2016]

Bauer, Wilhelm (Hrsg.) / Spindler, Helge / Martinetz, Simone / Friz, Daniel, 2015, Strukturstudie „BWSHARE“ – Gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen – Chancen und Herausforderungen der Sharing Economy für die etablierte Wirtschaft in Baden-Württemberg, Fraunhofer IAO, Stuttgart

bcs – Bundesverband CarSharing, 2016a, Häufig gestellte Fragen, <http://carsharing.de/alles-ueber-carsharing/faq> [9.8.2016]

bcs, 2016b, Grafik CarSharing-Entwicklung in Deutschland nach Angebotsform, Stand 01.01.2016 (ohne Logo),
http://www.carsharing.de/sites/default/files/uploads/grafik_entwicklung_carsharing_deutschland_2016_zwei_varianten_ohne_logo.pdf [10.8.2016]

bcs, 2016c, CarSharing fact sheet Nr. 3, Juni 2016, Berlin

bcs, 2016d, Datenblatt CarSharing in Deutschland, Stand 01.01.2016, o. O.

bcs, 2015, bcs-Städtevergleich, Carsharing-Angebote in deutschen Städten über 50.000 Einwohner,
http://www.carsharing.de/sites/default/files/uploads/uebersichtstabelle_staedteranking_2015_lang.pdf [10.8.2016]

Behrendt, Siegfried et al., 2015, Peer-to-Peer Sharing, Definition und Bestandsaufnahme, PeerSharing Arbeitsbericht 1, Berlin

Behrens, Daniel, 2016, Wieviel DSL-Speed brauche ich wirklich?, Artikel auf PC-Welt.de,
<http://www.pcwelt.de/ratgeber/DSL-Check-wieviel-Speed-brauche-ich-9761562.html> [10.10.2016]

Berylls Strategy Advisors, 2015, Carsharing – der große Durchbruch steht noch bevor. Eine Endkundenstudie, München

Bitkom, 2016, Bitkom Start-up Report 2016,
<https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Bitkom-Start-up-Report-2016.html> [11.11.2016]

BlaBlaCar, 2016, Factsheet, https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/bbcwpe/uploads/2016/05/15132042/Factsheet_BlaBlaCar_Deutschland_Januar2016.pdf [11.8.2016]

BMBF – Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2016, Zukunftsmonitor II. „Tauschen, Teilen, Selbermachen“. Ergebnisse, Berlin

BMVI, 2016, Breitbandatlas, http://www.zukunft-breitband.de/SharedDocs/DE/Anlage/ZukunftBreitband/Karten/NordrheinWestfalen/breitband-verfuegbarkeit-nrw-16mbit-alle-technologien.pdf?__blob=publicationFile [10.10.2016]

BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2016a, Grünbuch Digitale Plattformen, Berlin

BMWi, 2016b, High-Tech Gründerfonds, Zahlen – Daten – Fakten,
<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/H/hightech-gruenderfonds-zahlen,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf> [19.10.2016]

BMWi, 2016c, Digitale Gesellschaft 2016 – Digitale Strategie 2025, Berlin

Brachya, Valerie / Collins, Lily, 2016, The Sharing Economy and Sustainability, Urban Sustainability Project, Jerusalem Institute of Israel Studies, Jerusalem

Bundesverband Musikindustrie, 2016, Musikindustrie in Zahlen 2015, Berlin

carsharing-news.de, 2016, Carsharing Anbieter, 01. Juli 2016, <http://www.carsharing-news.de/carsharing-anbieter/> [20.10.2016]

Chlond, Bastian / Hilgert, Tim / Vortisch, Peter / Weiß, Christine, 2016, Deutsches Mobilitätspanel (MOP) – Wissenschaftliche Begleitung und Auswertungen, Bericht 2014/2015: Alltagsmobilität und Fahrleistung, Karlsruhe

Clarence, Emma, 2015, Cohesive or Corrosive? Why the Sharing Economy is Dividing Cities, <http://urbact.eu/cohesive-or-corrosive-why-sharing-economy-dividing-cities> [24.10.2016]

Commerzbank AG, 2016, Geschäftsbericht 2015, Laufend besser, Frankfurt am Main

Companisto, 2015, Crowdfunding-Performance-Monitor, Stand: 18. September 2015, <https://www.companisto.com/front/files/Crowdfunding-Performance-Monitor.pdf> [13.7.2016]

Cooper, Rosemary, 2016, Harnessing the Sharing Economy for Sustainability, Vortrag bei der Sustainable Communities Conference, Ottawa

crowdfunding.de - das Crowdfunding Informationsportal, 2016, Was ist Crowdfunding, <http://www.crowdfunding.de/was-ist-crowdfunding/> [12.7.2016]

De Groen, Willem Pieter/ Maselli, Ilaria, 2016, The Impact of the Collaborative Economy on the Labour Market, CEPS Special Report, Juni 2016, Brüssel

Deloitte – Deloitte Consulting GmbH, 2016, Media Disruption... kritisch hinterfragt. Media Consumer Survey 2016, Düsseldorf

Deloitte AG, 2015, Sharing Economy: Teile und verdiene! Wo steht die Schweiz?, o. O.

Demailly, Damien / Novel, Anne-Sophie, 2014, The sharing economy: make it sustainable, IDDRI Study, Nr. 03/14, Paris

Demary, Vera, 2015a, Competition in the Sharing Economy, IW policy paper, Nr. 19, Köln

Demary, Vera, 2015b, Mehr als das Teilen unter Freunden – Was die Sharing Economy ausmacht, in: Wirtschaftsdienst, 95. Jg., Nr. 2, S. 95–98

Demary, Vera / Engels, Barbara, 2016, Collaborative Business Models and Efficiency – Potential Efficiency Gains in the European Union – Impulse Paper for the European Commission, Köln

drivy, 2016, Pressebroschüre, http://drivy-misc.s3.amazonaws.com/press/DE/kit/DE_Dossier_Press_Drivy.pdf [10.8.2016]

Eichhorst, Werner/ Spermann, Alexander, 2015, Sharing-Economy – Chancen, Risiken und Gestaltungsoptionen für den Arbeitsmarkt, IZA Research Report Nr. 69, o. O.

Europäische Kommission, 2013, SoundCloud und SwiftKey gewinnen Preis als europäische Web-Unternehmer des Jahres, Pressemitteilung IP/13/359

Europäische Kommission, 2016a, A European agenda for the collaborative economy. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee, and the Committee of the Regions, COM(2016) 356 final, Brüssel

Europäische Kommission, 2016b, Flash Eurobarometer 438. The use of collaborative platforms. Report, Survey conducted by TNS Political & Social, requested by the European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs and co-ordinated by the Directorate-General for Communication, Brüssel

Europäische Kommission, 2016c, Digital Agenda key indicators, http://digital-agenda-data.eu/datasets/digital_agenda_scoreboard_key_indicators/visualizations [20.7.2016]

exchange-me.de, 2016, <http://www.exchange-me.de/> [14.9.2016]

foodsharing.de, Essenskörbe, <https://foodsharing.de/essenskoerbe/find> [15.9.2016]

Frankfurter Allgemeine, 2016, Spotify will konkurrierendes Start-up kaufen, <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/spotify-will-berliner-start-up-konkurrent-soundcloud-kaufen-14458873.html> [11.10.2016]

freelance.de, 2016, www.freelance.de [9.9.2016]

freelancemap.de, 2016, www.freelancemap.de/ [14.9.2016]

frents.com, <http://www.frents.com/> [9.9.2016]

Frickel, Claudia, 2012, Spotify: „Plattform, die besser ist als Musikpiraterie“, Artikel auf Focus.de, http://www.focus.de/digital/internet/tid-25245/musikrevolution-spotify-startet-musikplattform-die-besser-ist-als-piraterie_aid_723142.html [10.10.2016]

für-Gründer.de, 2016, Crowdfinanzierung, in Deutschland, Ausgabe Nr. 1/2016, https://www.fuer-gruender.de/fileadmin/mediapool/Unsere_Studien/Crowdfinanzierung_Monitor_2015_Fuer-Gruender.de_Dentons.pdf [12.7.2016]

für-Gründer.de, 2015, Crowdfinanzierung in Deutschland, Ausgabe Nr. 1/2015, Friedberg

Gansky, Lisa, 2011, Mesh Manifesto, http://lisagansky.com/manifesto/manifesto_mesh_english.pdf [15.9.2016]

GfK AG Research & Analyse, 2016, Etwa jeder elfte Städtereisende in Deutschland schläft bei Airbnb & Co., Auswertung April 2016, <http://www.gfi.ag/2016/04/etwa-jeder-elfte-staedtereisende-in-deutschland-schlaeft-bei-airbnb-co/> [14.7.2016]

Geldwerk, 2016, Foot Fact, <https://www.geldwerk1.de/project/footfact/> [3.8.2016]

GfK Verein / Spiegel Online, 2014, Studie "Sharing Economy 2014", <http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/share-economy-uber-und-airbnb-deutsche-wollen-nicht-teilen-a-997502.html> [18.7.2016]

GfK Verein, 2015, Sharing Economy, GfK compact, Fokusthema, Ausgabe 13/2015, <http://www.gfk-verein.org/compact/fokusthemen/sharing-im-trend> [7.11.2016]

Giersberg, Frank, 2016, Pay-TV in Deutschland 2016, Aktualisierter Marktüberblick zum Presseggespräch des VPRT-Arbeitskreises Pay-TV am 21. Juli 2016, Berlin

Goldmedia, 2016, Pay-VoD in Deutschland 2016-2021, <https://www.goldmedia.com/aktuelles/info/article/pay-vod-in-deutschland-auf-dem-weg-zum-milliardenmarkt/> [6.10.2016]

Google, 2006, Google To Acquire YouTube for \$1.65 Billion in Stock, http://googlepress.blogspot.de/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165_09.html [11.10.2016]

Google Trends, 2016, <https://www.google.de/trends/?hl=de> [25.7.2016]

Han, Byung-Chul, 2014, Warum heute keine Revolution möglich ist, <http://www.sueddeutsche.de/politik/neoliberales-herrschaftssystem-warum-heute-keine-revolution-moeglich-ist-1.2110256> [20.10.2016]

Handelsblatt, 2016, Aufstand der Mitfahrer, <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/dienstleister/blabla-car-veraergert-kunden-aufstand-der-mitfahrer/13999936.html> [30.8.2016]

heise.de, 2012, Spotify kommt nach Deutschland, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Spotify-kommt-nach-Deutschland-1469167.html> [10.10.2016]

Henkel, Markus, 2015, Share Economy: eine Chance für den Mittelstand?, <http://www.techtag.de/it-und-hightech/share-economy/share-economy-eine-chance-fuer-den-mittelstand/> [27.10.2016]

IBB – Investitionsbank Berlin, 2014, Berlin aktuell, Digitale Wirtschaft in Berlin auf der Überholspur, Berlin

Icks, Annette / Levering, Britta, 2016, Sharing Economy und Mittelstand: Chancen und Herausforderungen, Denkpapier des Institut für Mittelstandsforschung, Bonn

IFPI – International Federation of the Phonographic Industry, 2016, Global Music Report, State of the Industry Overview 2016, o.O.

ING-DiBa AG, 2015, »My car is my castle«, Frankfurt am Main

IT.NRW, 2016a, Bevölkerung,
<https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=DF2F8A04014819873CD46B4B70AE085B?operation=previous&levelindex=3&levelid=1467359681391&levelid=1467358858259&step=2> [1.7.2016]

IT.NRW, 2016b, Privathaushalte in NRW,
<https://www.it.nrw.de/statistik/a/daten/eckdaten/r514privat.html> [15.9.2016]

KBA – Kraftfahrtbundesamt, 2016, Fahrzeugzulassungen (FZ), Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern nach Gemeinden, 1. Januar 2016, Flensburg

Kuhfuß, Jan-Ole, 2015, Was ist Streaming? Einfach erklärt, http://praxistipps.chip.de/was-ist-streaming-einfach-erklart_41250 [6.10.2016]

Leismann, Kristin / Schmitt, Martina / Rohn, Holger / Baedeker, Carolin, 2012, Nutzen statt Besitzen. Auf dem Weg zu einer ressourcenschonenden Konsumkultur, im Auftrag und herausgegeben von der Heinrich-Böll-Stiftung, in Zusammenarbeit mit dem Naturschutzbund Deutschland e.V., Berlin

Lobo, Sascha, 2014, Auf dem Weg in die Dumpinghölle, Artikel auf Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/sascha-lobo-sharing-economy-wie-bei-uber-ist-plattform-kapitalismus-a-989584.html> [20.10.2016]

Loose, Willi, 2016, Mehr Platz zum Leben – wie CarSharing Städte entlastet. Ergebnisse des bcs-Projektes „CarSharing im innerstädtischen Raum – eine Wirkungsanalyse“, Endbericht, Berlin

Martin, Elliot / Shaheen, Susan, 2016, Impacts of car2go on vehicle ownership, modal shift, vehicle miles travelled, and green-house gas emissions. An analysis of five North American cities, Working Paper, Innovative Mobility Research, Berkeley

Meuser, Micki, 2015, Streaming – ein ernüchternder Überblick, <http://www.defkom.de/themen/details/streaming> [24.10.2016]

mietmeile.de, 2016, <https://www.mietmeile.de/> [2.9.2016]

Müller, Hans Christian / Suhr, Frauke, 2016, Streaming rettet die Musikindustrie, in: Handelsblatt, Nr. 155, 12./13./14. August 2016, Seite 32, 33

Netflix, 2016, About Netflix, <https://media.netflix.com/de/about-netflix> [11.10.2016]

- Paech, Niko, 2015, Die Sharing Economy: Ein Konzept zur Überwindung von Wachstumsgrenzen?, in: Wirtschaftsdienst, 95. Jg., Nr. 2, S. 101–105
- PwC, 2015, Share Economy. Repräsentative Bevölkerungsbefragung 2015, Frankfurt am Main
- Radig, Ann-Kathrin, 2015, Der Wandel des deutschen Videoverleihmarktes durch Digitalisierung und Internet, Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationsforschung (SOI), Discussion Paper 2015-01, Stuttgart
- Rifkin, Jeremy, 2014, The Zero Marginal Cost Society, Palgrave MacMillan Trade, New York
- Röhl, Klaus-Heiner / Vogt, Gerit, 2016, Unternehmensinsolvenzen, Anhaltender Rückgang bei fortbestehenden regionalen Differenzen, in: IW-Trends, 43. Jg., Nr. 3, S. 21–37
- Röhl, Klaus-Heiner, 2016, Unternehmensgründungen, Mehr innovative Startups durch einen Kulturwandel für Entrepreneurship?, IW policy paper 2/2016, Köln
- Schadbach, Dagmar, 2015, Share Economy. Repräsentative Bevölkerungsbefragung 2015, PwC Market Communications, Frankfurt am Main
- Schmidt, Florian A., 2016, Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie – Zur Funktionsweise und den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork, Friedrich Ebert Stiftung, Bonn
- Schmidt, Sebastian, 2016, Streaming-Dienste im Internet, Eine Untersuchung der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz im Rahmen des Projekts Marktwächter Digitale Welt für mehr Transparenz und Orientierung, Mainz
- Scholl, Gerd, 2009, Marketing nachhaltiger Dienstleistungen. Bedingungen der Übernahme und Empfehlungen zur Vermarktung von eigentumsersetzenden Konsumpraktiken, Marburg
- Schulz, Sven, Film streamen: Wie schnell muss das Internet sein?, Artikel auf CHIP.de, http://praxistipps.chip.de/film-streamen-wie-schnell-muss-das-internet-sein_36525 [10.10.2016]
- seedmatch.de, 2016, abgeschlossene Fundings, <https://www.seedmatch.de/startups> [3.8.2016]
- Simons, Arno/ Vogelpohl, Thomas, 2015, Kontroversen ums Teilen, PeerSharing Arbeitsbericht 2, Berlin
- Smith, 2016, Shared, Collaborative and On Demand: The New Digital Economy, Pew Research Center, Washington, D. C.
- SoundCloud, 2016a, Introducing SoundCloud Go, <https://blog.soundcloud.com/2016/03/29/introducing-soundcloud-go/> [11.10.2016]
- SoundCloud, 2016b, SoundCloud Go, <https://soundcloud.com/go> [11.10.2016]
- Sparkasse Aachen, 2016, Bericht an die Gesellschaft 2015, Aachen

spiegel.de, 2016, Regierung stockt Förderung für Start-ups auf, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/start-ups-regierung-stockt-foerderung-auf-a-1082437.html> [19.10.2016]

Spotify, 2016a, About, <https://press.spotify.com/de/about/> [10.10.2016]

Spotify, 2016b, Ein Viertel der jungen Internetnutzer hören wöchentlich Spotify Free, <https://press.spotify.com/de/2016/06/16/ein-viertel-der-jungen-internetnutzer-horen-woechentlich-spotify-free/> [11.10.2016]

Startnext, 2016a, Die 10 erfolgreichsten Crowdfunding Projekte auf Startnext, <https://www.startnext.com/blog/Blog-Detailseite/b/Die-10-erfolgreichsten-Crowdfunding-Projekte-auf-S-920> [2.8.2016]

Startnext, 2016b, Homepage, www.startnext.com [12.7.2016]

Startnext, 2016c, Projekte, <https://www.startnext.com/Projekte.html> [12.7.2016]

Statista, 2016, Anteil der Internetnutzer nach Altersgruppen in Deutschland in den Jahren 2014 und 2015, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/3101/umfrage/internetnutzung-in-deutschland-nach-altersgruppen/> [1.7.2016]

Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2016a, Gebiet und Bevölkerung – Fläche und Bevölkerung, http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/de_jb01_jahrtab1.asp [9.8.2016]

Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2016b, Verkehr – Straßen des überörtlichen Verkehrs, http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/de_jb16_jahrtab36.asp [9.8.2016]

Statistisches Bundesamt, 2016a, Bevölkerung: Deutschland, Stichtag, Altersjahre, https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/data;jsessionid=05BB9F7556761C74071B248BE8D314C3.tomcat_GO_1_3?Menu=Willkommen [1.7.2016]

Statistisches Bundesamt, 2016b, Länderberechnung Erwerbstätige, https://www-genesis.destatis.de/genesis/online/data;jsessionid=ADDD350542A057C938823FD42690F393.tomcat_GO_2_1?operation=abrufabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1474890292543&auswahloperati-on=abrufabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=13311-0002&auswahltext=%23Z-01.01.2015%2C01.01.2014%2C01.01.2013%23SDLAND-05&werteabruf=Werteabruf [26.9.2016]

Studio Karat, 2016, Datenabfrage der Airbnb-API, 29.3.2016

TNS Emnid / Deutscher Verbrauchertag, 2015a, Tabellenband zur Umfrage "Sharing Economy" 2015, www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/sharing_economy-umfrage-tabellenband-emnid-2015-06-29.pdf [15.9.2016]

TNS Emnid / Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015b, Sharing Economy: Die Sicht der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland – Ergebnisbericht, www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/sharing_economy-umfrage-bericht-emnid-2015-06-29.pdf [15.9.2016]

Tourismus NRW e.V., 2016, Beherbergungsstatistik 2015, <http://www.touristiker-nrw.de/beherbergungsstatistik-2015/> [20.7.2016]

van Buskirk, Eliot, 2009, Soundcloud threatens Myspace as Music Destination for Twitter Era, <https://www.wired.com/2009/07/soundcloud-threatens-myspace-as-music-destination-for-twitter-era/> [5.10.2016]

Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015a, Teilen, Haben, Teilhaben: Verbraucher in der Sharing Economy, www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/dvt15-positionen-vzbv-2015-06-29.pdf [15.9.2016]

Verbraucherzentrale Bundesverband, 2015b, Infografik Sharing Economy, www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/infografik_sharing-economy_vzbv_gro%C3%9F_CMYK.pdf [15.9.2016]

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

Voß, Elisabeth, 2014, Die schöne neue Shareconomy und ihre Schattenseiten, eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft 11/2015, http://www.buergergesellschaft.de/fileadmin/pdf/gastbeitrag_voss_150617.pdf [20.10.2016]

wimdu, 2016, www.wimdu.de [8.7.2016]

WiMobil, 2016, Wirkung von E-Car Sharing Systemen auf Mobilität und Umwelt in urbanen Räumen (WiMobil). Laufzeit: 01.09.2012 – 31.10.2015. Gemeinsamer Abschlussbericht, FuE-Programm „Förderung von Forschung und Entwicklung im Bereich der Elektromobilität“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), Berlin

youtube.com, 2016, Statistik, <https://www.youtube.com/yt/press/de/statistics.html> [11.10.2016]

zinsland.de, 2016, Projekte, <https://www.zinsland.de/projekte> [4.8.2016]

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1-1: Merkmale der Sharing Economy in den unterschiedlichen Sektoren.....	7
Tabelle 1-2: Regionale Differenzierung der Studie	8
Tabelle 2-1: Wimdu-Übernachtungsangebote in NRW pro 100.000 Einwohner.....	13
Tabelle 2-2: Stationsbasierte und Free-Floating-Carsharing-Angebote in NRW	17
Tabelle 2-3: Gesamtes Carsharing-Angebot und zugelassene private PKW in NRW	18
Tabelle 2-4: Inserate von Freiberuflern und Auftraggebern auf Dienstleistungsplattformen	23
Tabelle 2-5: Inserate bei Mietmeile und Frents.....	34
Tabelle 2-6: Regionale wöchentliche Reichweite von Spotify free	39
Tabelle 3-1: Nutzung der Sharing Economy in Deutschland und NRW.....	44
Tabelle 4-1: Konkurrenz durch die Sharing Economy im Hotelgewerbe	47

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-1: Suchinteresse an „Sharing Economy“ nach Bundesländern	9
Abbildung 2-1: Geschäftsmodelle im Bereich Übernachtungen	10
Abbildung 2-2: Suchinteresse an „Airbnb“ und „Wimdu“ nach Bundesländern.....	11
Abbildung 2-3: Buchbare Airbnb-Angebote in Städten in NRW.....	12
Abbildung 2-4: Wimdu-Übernachtungsangebote in NRW	13
Abbildung 2-5: Carsharing-Entwicklung in Deutschland von 2008 bis 2016.....	15
Abbildung 2-6: Suchinteresse an „Carsharing“ (links) und „BlaBlaCar“ nach Bundesländern....	16
Abbildung 2-7: Abfahrten mit BlaBlaCar nach Regionen in NRW	20
Abbildung 2-8: Ankünfte mit BlaBlaCar nach Regionen in NRW	21
Abbildung 2-9: Suchinteresse an „Helpling“ nach Bundesländern	22
Abbildung 2-10: Verhältnis von Freiberuflern zu Projekten	24
Abbildung 2-11: Anzahl der Inserate pro 100.000 Einwohner	25
Abbildung 2-12: Suchinteresse an „Auxmoney“ nach Bundesländern.....	27
Abbildung 2-13: Suchinteresse an „Auxmoney“ in Nordrhein-Westfalen.....	28
Abbildung 2-14: Suchinteresse an „Crowdinvesting“.....	29
Abbildung 2-15: Über Crowdinvesting finanzierte Start-ups in NRW.....	29
Abbildung 2-16: Suchinteresse an „Startnext“ nach Bundesländern	31
Abbildung 2-17: Crowdfunding in NRW	32
Abbildung 2-18: Suchinteresse an „Kleiderkreisel“ und „Foodsharing“ nach Bundesländern	33
Abbildung 2-19: Inserate bei Mietmeile und Frents pro 100.000 Einwohner	35
Abbildung 2-20: Theoretischer Versorgungsgrad der Privathaushalte mit Breitbandinternet in Nordrhein-Westfalen.....	37
Abbildung 2-21: Suchinteresse an „SoundCloud“ und „Spotify“ nach Bundesländern.....	39
Abbildung 2-22: Suchinteresse an „Netflix“ in Nordrhein-Westfalen.....	42
Abbildung 3-1: Nutzung der Sharing Economy nach Altersgruppen.....	43
Abbildung 4-1: Wahrnehmung der Sharing Economy im urbanen und ländlichen Raum im Hotelgewerbe	48
Abbildung 4-2: Wahrnehmung der Sharing Economy je nach Auslastung im Hotelgewerbe	49
Abbildung 4-3: Reaktion auf die Sharing Economy nach Gründungsjahr des Hotels	49

Abbildung 4-4: Auswirkungen der Nutzung von Carsharing-Diensten auf die Nutzung von anderen Verkehrsmitteln.....	51
Abbildung 4-5: Die Nutzersicht auf Umweltaspekte der Sharing Economy	64