



Miete mich!

bergsicht



KAPITEL 1

Belanglos oder eminent wichtig?

Lediglich eine neue Methode, um der internationalen und interkontinentalen Weiterverbreitung von Läusen und Milben Vorschub zu leisten: Damit tun die einen die um sich greifende Art des Reisens in fremde Städte und Länder ab, dank der Hotelübernachtungen und die mit ihnen verbundenen Kosten reduziert werden können. Die andern wittern in der «Share Economy», in welche der über Internetplattformen organisierte Bed-and-Breakfast-Tourismus eingeordnet werden kann, den Beginn einer neuen gesellschaftspolitischen Ära und den ersehnten Niedergang des Kapitalismus. Ein neues Lebensgefühl, eine neue «Generation Y» mache sich nun bemerkbar, und deren Mitglieder unterschieden sich von den unersättlichen und hedonistischen Vorgängern der «Generation X» durch einen bedeutend weiseren Umgang mit Konsum und Eigentum, ja, zeichneten sich durch Freude am (zeit- und teilweisen) Verzicht aus.

Nun, in Über- und Untertreibungen liegt immer ein Körnchen Wahrheit. So trifft es selbstverständlich zu, dass die – durch die Billigfliegerei ohnehin schon massiv geförderte – Reisetätigkeit durch solche Übernachtungsmethoden neuerlichen Auftrieb erhält und insofern die Wesensnähe von Läusen, Milben und Tou-

risten als leise Zivilisationskritik nicht völlig aus der Luft gegriffen ist. Und es ist gewiss auch nicht ganz falsch, wenn wache Beobachter der gesellschaftlichen Verhältnisse gewisse Sättigungserscheinungen bei den nun erwachsen gewordenen Kindern der Babyboomer feststellen; diese Wendung des Zeitgeists war ja eigentlich überfällig. Nur: Zu sehr viel mehr als einer anregenden kulturphilosophischen Causerie taugen solche Beiträge nicht, zumal anekdotische Evidenz eine echte Analyse ohnehin nicht ersetzen kann. Wir versuchen im folgenden, letzteres zu leisten und die Share Economy als neues Phänomen darzustellen, zu erklären und einzuordnen.

Lohnt sich das? Wir meinen schon. Denn voraussichtlich haben wir es bei Plattformen wie Airbnb (Vermittlung von Absteigemöglichkeiten) oder Uber (Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten) mit Spitzen eines Eisberges zu tun, dessen wahre Grössenordnung wir erst erahnen können. Der Eisberg heisst, wie gesagt, Share Economy. Er wird nicht nur die kommenden Jahre der Internet-Welt prägen, sondern darüber hinaus weite Teile des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens umwälzen. Ja, wir gehen so weit in unserer Vermutung, dass es sich vielleicht gar nicht um einen Eisberg, sondern möglicherweise um einen entstehenden Kontinent handelt, der bleiben wird. Es gilt, dessen Konturen zu erkennen versuchen.

KAPITEL 2

Keine Entwicklung, sondern eine Umwälzung

Weder in die Generation X noch in die Generation Y einzureihende und mithin zum älter werdenden Teil der Gesellschaft gehörende Menschen haben das

Privileg, noch zu wissen, wie das Leben ohne Personal Computer, ohne Mobiltelefonie, ohne Websites, ohne Smartphone, ohne Tablet und ohne Cloud funktioniert hat. Ein Privileg ist dies insofern, als es erlaubt, aus der Differenz zwischen damals und heute Entwicklungslinien herauszulesen, was jenen, die den heutigen Stand der Technik einfach als gegeben hinnehmen, vermutlich schwerer fällt.

Was vorher lediglich grossen Unternehmungen, Universitäten und wichtigen staatlichen Stellen vorbehalten war, wurde ab Mitte der 1980er-Jahre buchstäblich jedermann zur Verfügung gestellt: Rechenkapazität. Mit dem PC wurden Private beziehungsweise auch kleinere Firmen, Institute, Vereinigungen und dergleichen in die Lage versetzt, ihre klassischen Tätigkeiten durch Zuschuss von Rechenkapazitäten zu verbessern, sich in gewissem Masse zu multiplizieren und damit das Angebot zu erweitern. So revolutionär die Einführung des PC damals auch erschien: An den bisherigen Geschäftsmodellen und an der privaten Verhaltensweise änderte sich nicht sehr viel, ausser dass die *Prozesse* deutlich *effizienter* abliefen und die früheren Skalenvorteile grosser Anbieter durch die deutlich tieferen Kosten für Rechenkapazität und Speicherplatz relativiert wurden. Das allein war aber gewiss umwälzend genug, und so repräsentiert der PC eine der auch heute noch wirksamen Entwicklungslinien des technologischen Fortschritts, nämlich die Emanzipation weg vom teuren Mainframe hin zum privaten Mikrobereich beziehungsweise zum nahezu privaten Bereich kleinerer Institutionen und Firmen.

Auch mit der Mobiltelefonie, die ab Anfang der 1990er-Jahre nach und nach, ab 1995 in rasanter Geschwindigkeit Verbreitung fand, änderten sich Geschäftsmodelle und privates Verhalten vorerst noch nicht entscheidend, ausser vielleicht in den aufstrebenden Schwellen- und Entwicklungsländern, wo dank des Handys die Telefonie überhaupt erst Allgemeingut wurde und der lange und mühselige Schritt der Etablierung eines Festnetzes überhüpft werden konnte. Ohne Mobiltelefonie wäre der Aufschwung in solchen Weltgegenden wohl länger ausgeblieben. In den industrialisierten Ländern, die reichlich mit gut funktionierenden Kommunikationsmitteln versehen waren, führte die Mobiltelefonie in erster Linie zu einer Multiplikation der Gespräche und zu einer viel höheren zeitlichen Verfügbarkeit der Wirtschaftssubjekte, tendenziell zu einer Abnahme langfristiger Planungen und Absprachen, dafür zu einer Zunahme von kürzerfristigen und ad hoc gefällten Entscheidungen. Im wesentlichen hat die Mobiltelefonie, ergänzt durch die Möglichkeit der Übermittlung von Text-, später auch Bild- und Videobotschaften, aus einer Wirtschaft und Gesellschaft, die auch einmal schläft, ein *Perpetuum* von Vorhandensein, *Verfügbarkeit* und Entscheidungsfähigkeit gemacht – eine Entwicklung, die auch heute noch nicht zu Ende geht und uns munter mit Twitter, WhatsApp und anderen Services wachhält.

Seit gut 15 Jahren hält das Internet mit seinen immensen Möglichkeiten in Wirtschaft und Gesellschaft Einzug. In diesem Bereich sind mehrere separate

Entwicklungslinien erkennbar. Zunächst, und dies prägte im wesentlichen die Zeit bis zum Platzen der Technologieblase im Jahr 2001, schuf das Internet eine weltweite Möglichkeit für Unternehmungen und Private, sich und ihre Tätigkeiten über eigene Plattformen, die Homepages, zu präsentieren. Was vorher auf Papier gedruckt und per Post in alle Welt versandt werden musste (beziehungsweise aus Kostengründen nicht verschickt wurde), fand übers Internet sofortige und weltweite Verbreitung. Doch nicht nur das: Es wurde möglich, das bisher mit vielen menschlichen und technischen Schnittstellen versehene, von vielen Intermediären geprägte Geschäftsmodell zu entschlacken, zu öffnen und buchstäblich global in Anwendung zu bringen. Wer diese neue Art der Distribution kapierte, überlebte, ja übertraf jegliche früheren Geschäftserfolge dank dem Internet und seinen Möglichkeiten. Andere wurden von der Geschichte bestraft und verschwanden von der Bildfläche. Die *Verringerung*, ja die weitgehende Elimination der *Informations- und Transaktionskosten* ist gewiss eines der wichtigsten Merkmale einer dem Internet zu verdankenden Entwicklungslinie, die im wesentlichen einmal zu einer bedeutend *direkteren Verbindung* zwischen Produzenten und nachgelagerten Produzenten oder Konsumenten führte. Auch diese Entwicklungslinie prägt bis heute die Bemühungen sämtlicher Anbieter: Je direkter, desto besser, weil damit Intermediäre als Mitesser verschwinden, was einem ökonomischen Grundanliegen entspricht.

Bald nach dem Platzen der Technologieblase zeichneten sich aber weitere, völlig andersartige Entwicklungen ab, welche die Internet-Technologie und die dramatische Reduktion der Informations- und Transaktionskosten nach sich zogen: Das Entstehen von *Plattformen* als eine Art virtueller Orte und Gegenden, wo man sich austauschen und wo man sich auf die eine oder andere Weise be- oder andienen kann. Die Vielfalt solcher Plattformen ist einerseits unübersehbar, andererseits ist das Plattform-Phänomen aber auch von starken, massiv zentripetalen Kräften geprägt. Darauf ist in einem separaten Kapitel noch zurückzukommen. Wie dem Entstehen der klassischen Austausch-Plattformen in der Geschichte, den Marktplätzen des Mittelalters und den Börsen der Neuzeit, haftet auch der Genese vieler Internetplattformen vordergründig etwas Uneigennütziges respektive Gemeinnütziges an. Das trifft ganz gewiss zu bei der heute wichtigsten Wissensplattform, dem Internetportal Wikipedia, zu dessen unübersehbaren Inhalten in mittlerweile 287 Sprachen Tausende und Abertausende von freiwilligen, nicht bezahlten Autorinnen und Autoren beigetragen haben und noch stets beitragen. Wikipedia wurde dank Freiwilligenarbeit innert sehr kurzer Zeit zum besten Lexikon, das es je gegeben hat, zu einem klassischen öffentlichen Gut, das Wissen und Know-how zum Nulltarif in die ganze Welt streut und dessen Gebrauch nicht mehr wegzudenken ist. Ähnlich verhält es sich mit Wörterbüchern wie Linguee oder Leo, die den umständlichen Langenscheidt längst verdrängt und die erst noch reden gelernt haben, so dass sich die Kryptik der pho-

netischen Schreibweise erübrigt. Schon näher an rein kommerziellen Überlegungen bewegen sich Auktions-Plattformen wie Ricardo oder Ebay. Sie sind zwar intrinsisch nicht gemeinnützig, aber für den Benutzer, wenigstens auf den ersten Blick, unentgeltlich. Sie finanzieren sich durch Zurverfügungstellung von Werbeplatz für User und Kommissionen für Transaktionen. Nochmals anders sieht das «Geschäftsmodell» von sogenannten sozialen Plattformen wie Facebook oder LinkedIn aus. Ihre wirtschaftliche Bedeutung begründen sie, wie man seit Einführung des Begriffs «Big Data» und den Unfällen rund um den amerikanischen Geheimdienst NSA definitiv weiss, auf der systematischen Kompilierung privater Daten der Benutzer, um Nutzen im Werbemarkt zu erzielen. Im Effekt bewirtschaften viele dieser privatwirtschaftlich orientierten Plattformen ein öffentliches Gut, was keinen Widerspruch in sich selber darstellt, denn dieses Phänomen gab es schon immer, beispielsweise bei den erwähnten Wertschriftenbörsen oder Messeplätzen.

Die rasante Ausbreitung von Plattformen ist Teil dessen, was man «Internet Version 2.0» nennen mag: Eine Entwicklungslinie, innerhalb der bestehende *Geschäftsmodelle frontal angegriffen* wurden, die Distributionskanäle eliminierte, durch effizientere Mittel und Wege substituierte und völlig *neue Märkte* und Angebote *schuf*. Typischerweise gilt nicht mehr nur das «Hol-», sondern das «Bringprinzip», indem die User ihre selbst-erstellten Inhalte anderen zur Verfügung (Sharing) stellen, und dies zumeist gratis und franko, wie man auf Youtube unschwer feststellen kann. Das Abwandern der Werbung aus den klassischen Medien hin zu Plattformen wie Google oder Ricardo, das Dahinserbeln von klassischen Zeitungs-, Buch- und Musikverlagen und der enorme Zulauf, den Internetservices wie Twitter oder Facebook verzeichnen, kommt einer tektonischen Verschiebung in einem von viel Marktmacht durchsetzten Bereich gleich. Der physische Bankhalter, ja, das ganze Niederlassungsnetz von Banken und selbst die Existenz von Supermärkten sind in Frage gestellt. Das Momentum dieser Entwicklungslinie ist intakt, ja, möglicherweise stehen wir erst am Anfang einer ganz langen, grossen Geschichte.

Bleiben Smartphone, Tablet und Cloud. Sie stellen die Kombination der aufgezeigten Entwicklungslinien in einem mobilen, persönlichen Gerät her. Diese Kombination hat den PC *laufen gelehrt*, aber nicht nur das, versetzt diesen mobilen PC auch gleich noch in die Lage, in jeglicher Hinsicht grenzenlos auf Daten zuzugreifen und Transaktionen zu veranlassen. Dank der ansprechend grossen Oberfläche eines Tablets funktioniert die Interaktion Maschine-Mensch auch ohne Vergrösserungsglas.

Was resultiert insgesamt? Eine Situation, die es jedem Individuum erlaubt, sozusagen unbeschränkte Rechenkapazitäten für seine Zwecke einzusetzen, unterbruchsfrei, das heisst auch von unterwegs, mit Menschen und Maschinen in Wort und Bild zu kommunizieren, auf Plattformen zur Vermittlung von Wissen, Know-how, Gütern und Dienstleistungen aller Art rund um

die Uhr zuzugreifen beziehungsweise eigene Angebote zu plazieren, und das mit Kostenfolgen, die jeder Beschreibung spotten, weil sie nämlich, zumindest in direkter und damit spürbarer Form, vernachlässigbar sind.

KAPITEL 3

Die Mikroökonomie der Share Economy

Die für die Benutzer von Plattformen quasi auf null gesunkenen Informations- und Transaktionskosten sind es denn auch, die den Schlüssel vermitteln zur Entzifferung des Phänomens der sogenannten Share Economy. Ist tatsächlich ein Sinneswandel einer neuen Generation im Gange, einer Generation Y, die weniger «ökonomisch» denkt und handelt? Oder lässt sich das Phänomen trotz allem mit den klassischen ökonomischen Verhaltensmodellen erklären und die weitere Entwicklung mithin auch besser prognostizieren? Wir meinen, zweiteres treffe zu.

Zunächst zur Selbstsucht, welche mit dem ökonomischen Verhaltensmodell der Nutzenmaximierung angeblich inhärent verbunden sei: Diese Sichtweise, wie oft auch kolportiert, ist schlicht falsch. Denn «Nutzenmaximierung» des Individuums, in der Tat ein mikroökonomisches Axiom, sagt ja noch nichts aus über die *Art* des Nutzens, der maximiert wird. Es gibt sehr viele Menschen, denen das Mitbauen an einem «bonum commune» ein Herzensanliegen ist. Die vielen wunderbaren und mächtigen Kathedralen aus früheren Zeiten zeugen davon (insoweit nicht Zwangsarbeit im Spiele war...). Wikipedia ist nichts Anderes als eine global aufgestellte, riesige gotische Kathedrale des Wissens, mit allen denkbaren Türmchen und Zinnen begrifflicher und sprachlicher Art versehen, von keinem Architekten geplant, sondern aufgrund gemeinsamer genetischer Prädisposition und Vorahnung sozusagen spontan entstanden. Vergleichbar ist Linux, jenes konkurrenzlos bessere Computer-Betriebssystem als alle anderen, an dessen Beginn gewiss der finnische Informatiker Linus Torvalds stand, das diesen seither weit hinter sich gelassen hat und dessen unzählige Module sich fortwährend weiterentwickeln, so, als würden laufend zusätzliche Apsiden an die grosse Kathedrale hinzugefügt. Sind die Freimaurer an den Kathedralen von Wikipedia und Linux andere Menschen als der Homo oeconomicus? Nein. Allein ihre Präferenzen stehen weniger auf Brötchenbacken und -verkaufen denn auf Bauen und Weiterbauen.

Doch nun zu den Teilnehmern an der Share Economy im engeren Sinne. Also zu jenen, die über eine Plattform wie Airbnb während bestimmter Zeit ihre Wohnung, ihr Haus oder Teile davon gegen Entgelt oder auch im Tausch gegen geldwerte Substitute zur Verfügung stellen. Und zu jenen, die der Ansicht sind, zeitweise auf ihr Auto verzichten zu können und die es deshalb im Mobility-Verfahren Dritten zur Verfügung stellen. Oder sogar, da Zeit vorhanden, sich auch gleich noch als Chauffeur andienen. Die solches vermittelnde

amerikanische Plattform Uber ist auch in Europa im Vormarsch; die Verantwortlichen liegen sich mit lokalen Behörden und dem Taxigewerbe bereits in den Haaren. Sind diese verzichtbereiten Anbieter wirklich «bessere Menschen» im Sinne einer Abkehr vom nutzenmaximierenden Homo oeconomicus? Was für ein Unsinn! Im Gegenteil: Sie gehören zu einer besonders geschäftsorientierten Spezies, indem sie nämlich *Kapital*, das ihnen zur Verfügung steht und das bis anhin ein *ungenutztes Dasein* fristete, zu *ökonomischem Nutzen* führen. Zur Verfügung stehendes Kapital: das sind ihre Wohnungen und Hausteile, die mindestens zeitweise intensiver, sprich von mehr Menschen, bewohnt werden können. Das sind die Autos, die lediglich ein bis zwei Stunden pro Tag gefahren werden und in der übrigen Zeit herumstehen. Das ist die eigene Freizeit, die man eigentlich auch als Chauffeur zubringen und dabei noch ein Taschengeld verdienen könnte. Für uns steht ausser Frage: Share Economy ist ein Tummelfeld von *Mikrounternehmern*, die für einen effizienten Einsatz ihres (zum Teil sehr geringen, aber eben doch handfest existenten) Kapitals sorgen.

Dass solches möglich geworden ist, hängt nun eben stark mit den dramatisch gesunkenen Informations- und Transaktionskosten und den solchen Austausch begünstigenden Plattformen zusammen. Bed-and-Breakfast gab es schon immer, ebenso Anstrengungen zur Zusammenführung von Car-Pools. Landwirte haben schon lange teure Maschinen miteinander erworben und betrieben; die Schweizer Alpenossenschaft war und ist seit je eine Art Share Economy – es gibt also unter dem Himmel nichts Neues. Oder doch? Ja. Zur Verwirklichung von Share Economy-Modellen braucht man nicht Zuflucht zu nehmen zu den in Bezug auf Eigentum und Verantwortlichkeit suboptimalen Genossenschaftsmodellen; Share Economy ist deshalb ökonomisch effizienter. Die Plattformen und die beinahe inexistenten Informations- und Transaktionskosten erlauben nun eine *Hochskalierung* solcher Modelle in *volkswirtschaftlich relevante Grössenordnungen* hinein. Wir hören, dass das Taxigewerbe gegen Uber rebelliert. Man vernimmt aus der Hotelbranche, dass Airbnb als Bedrohung wahrgenommen wird. Denn, Wunder über Wunder, es sind überhaupt nicht nur Studentenwohn-gemeinschaften, die für temporäres Wohnen zur Verfügung gestellt werden, sondern auch Luxuswohnungen mit Blick auf die spanische Treppe oder den Eiffelturm.

Im Kern haben die beinahe auf den Nullpunkt gesunkenen Informations- und Transaktionskosten dazu geführt, dass Kapital – das heisst dessen direkte Nutzung, dessen Nutzniessung oder auch dessen Verbrauch – in beliebiger sachlicher und zeitlicher Portionierung dem Markt zugeführt werden kann. Dies führt zu einer *Granularität*, mit der fast beliebig der jeweiligen *Präferenz* des Anbieters entsprochen werden kann. Er braucht nicht laufend sein Schild «Zimmer frei» auf- und abzumontieren, wenn ihm um Besuch in seinem Hause zumute ist oder eben nicht. Er braucht (vorderhand) keine Taxifahrerprüfung abzulegen, seinen bisherigen Job zu kündigen und sich in den Dienst eines

Lizenzinhabers zu stellen, wenn ihm ums Fahren ist. Heute grosszügiger Gastgeber, morgen eigenbrötlerischer Einsiedler – das Internet macht's möglich.

Die Bedeutung der *zeitlichen Dimension* für die Granularität des Angebots und für die Abbildung der Präferenzen der Anbieter darf nicht unterschätzt werden. Sie macht das Neue, sie macht die Wucht der Share Economy aus. Keinesfalls handelt es sich deshalb um ein Strohfeuer in der so vielfältig gestalteten Freizeitökonomie. Vielmehr geht es um einen Megatrend, dessen Beginn soeben sichtbar geworden ist. Deshalb noch einmal ein wenig Theorie: Mikroökonomisch gesprochen geht es um die Nutzenallokation von Überkapazitäten im Bereich von nicht völlig exklusiven privaten Gütern. Völlig exklusiv ist ein privates Gut wie ein Stück Schokolade oder ein Brötchen. Wenn es gegessen ist, dann ist es weg. Nicht perfekt exklusiv sind – eben – Autos oder Wohnungen, die man entweder selektiv, zum Beispiel innerhalb seines Freundeskreises oder innerhalb einer Social Community, oder nichtselektiv, beispielsweise über ein Auktionsverfahren oder das «first-come-first-served»-Prinzip, zur teilweisen oder mehrfachen Nutzung freigeben kann. Ob man dies tut oder nicht, hing bisher von zwei Kostenfaktoren ab, den Informations- und Transaktionskosten einerseits, den Opportunitätskosten («Habe ich jetzt gerade Lust oder nicht?», «Gibt es bessere Alternativen?») andererseits. Durch die technischen Entwicklungen reduziert sich die Fragestellung auf die Opportunitätskosten, und die Systeme sind erst noch in der Lage, die Schwankungen in den Präferenzen, welche diese Opportunitätskosten mitbestimmen, adäquat abzubilden.

Ist es berechtigt, von einem beginnenden Megatrend zu sprechen? Dazu ein paar Zahlen. Gemäss einem Artikel im Tages-Anzeiger vom 9. April 2014 bieten in der Schweiz 4'500 Gastgeber ihre Wohnungen auf Airbnb an, 1'000 davon in Zürich. In der Schweiz gibt es rund 4'500 Hotelbetriebe mit rund 250'000 verfügbaren Betten. Airbnb bewegt sich hierzulande also noch im Promille- bis Prozentbereich. Das Potential an theoretisch verfügbarem Raum ist mit rund 3 Millionen Wohnungen aber enorm... Airbnb steht im Vergleich mit weltweit tätigen Hotelketten bezüglich verfügbarer Zimmer oder Appartements heute mit 550'000 bereits an fünfter Stelle nach Intercontinental (680'000), Marriott und Hilton (je 670'000), Wyndham (640'000) und vor Starwood (340'000). Das «Wall Street Journal» schätzt den Wert des bisher privat gehaltenen Unternehmens auf rund 10 Milliarden US Dollar.

Es gab schon Megatrends, die bescheidener angingen.

KAPITEL 4

Was alles noch zu teilen wäre

Überkapazitäten nicht exklusiver privater Güter – existiert nebst Autos und Wohnraum noch anderes Kapital, das ein unbenutztes respektive unternutztes Dasein fristet? Wir wollen hier aus Gründen der Be-

mühung um politische Korrekt- und um Jugendfreiheit nicht näher auf den Share Economy-Aspekt des ältesten Gewerbes in Bezug auf die effiziente Verwendung und Allokation von Humankapital eintreten, aber ein wenig in jene Richtung geht es schon: Denn in einer modernen Gesellschaft, in der Freizeit vor Arbeit mehr und mehr überhand nimmt, steht zunehmend Humankapital zur Verfügung. Soziologen und Psychologen beklagen den Sinnverlust des heutigen Lebens. Wenn das stimmt, das heisst, wenn es zutrifft, dass sich die Mehrzahl der Menschen im Grunde genommen langweilt, dann ist es hoch wahrscheinlich, dass (schon existierende) Plattformen an Bedeutung gewinnen, welche die Freizeit der Menschen zu allozieren versuchen. Die Grenzen zwischen nachbarschaftlicher Hilfe, Freiwilligenarbeit und auf Tausch oder geldwerter Entlohnung basierender Nebenbeschäftigung werden fliessend sein. Und auch hier gilt das Prinzip der Granularität in sachlicher und zeitlicher Hinsicht: Heute zum Rasenmähen beim Nachbarn, morgen zum Spaghetti-Kochen in der Alters-WG, übermorgen zur Entgegennahme einer Rückenmassage zuhause. Es liegt auf der Hand, dass das grösste Potential für die Allokation von ungenutztem oder unternutztem Humankapital bei den *Pensionierten* liegt, die bekanntlich immer gesünder und älter werden und deren einzige Beschäftigung auf die Länge ja nicht in der Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel zur Unzeit liegen kann. Die Vertikalisierung der westlichen Gesellschaften hin zur Gleichzeitigkeit von vier Generationen ruft förmlich nach einer besseren Allokation ungenutzter Kapazitäten von (vorhandenem) Humankapital. Wir warten auf die App, die Angehörigen des vierten Lebensalters auf einfache Weise erlaubt, ihre Nachfrage nach Hilfe, menschlicher Nähe und weiterer Unterstützung ins Netz zu stellen.

Abseits von solchen – gesellschaftspolitisch möglicherweise neue Türen öffnenden – Anwendungsgebieten der Share Economy sehen wir ein weiteres Feld, wo Plattformen in ungenutztes oder unternutztes Gebiet vorstossen könnten, nämlich beim privaten Finanzkapital und dessen Risikofähigkeit. Schon seit langem beobachten wir bankähnliche Plattformen wie Prosper (USA) oder Cashare (Schweiz). Im wesentlichen geht es nachfrageseitig um den Erhalt von Kleinkrediten, auf der Angebotsseite um ein durch hohe Diversifikation erzieltes, relativ risikoarmes, aber dennoch finanziell interessantes Anliegen. Die Plattformen erlauben die Risiko-, die Losgrössen- und die Fristentransformation, ohne dass sie selber, das heisst mit der eigenen Bilanz, Bank spielen wollen. Im Fachjargon spricht man von «Peer-to-Peer»-Lending, wobei eigentlich die Peers in beiden Fällen in der Mehrzahl stehen sollten, denn die algorithmisierte Diversifikation und mithin die Pulverisierung einzelner Engagements macht gerade das Wesen solcher Plattformen aus. Interessant ist, dass solche Plattformen auf soziale Netzwerke bauen, um zu einer positiven Selektion der Nachfrager zu gelangen. Es ist deshalb nicht abwegig, sich eine Entwicklung des Kleinkreditgeschäfts (und

warum eigentlich nicht des Hypothekengeschäfts?!) im Zusammenhang mit bereits existierenden Social Network-Plattformen wie Facebook vorzustellen.

Ob die Übernahme von Versicherungsrisiken ähnlich attraktiv für ungenutztes privates Kapital sein wird oder nicht, ist noch schwer abzuschätzen. Die Logik ungenutzten Kapitals auf privater Seite mit Kapazität zu Risiko-Hedging würde dafür sprechen. Jedoch: Die Übernahme von Versicherungsrisiken verlangt nach einem spezifischen Know-how nach der statistisch richtigen Einschätzung spezifischer Risiken sowie nach Strategien zur Vermeidung des Versicherungsbetrugs. Wer sich als Nachfrager zur Deckung eines Risikos versichert, hat zunächst einfach eines: den sicheren Verlust (in der Höhe der bezahlten Prämie). Ob Peer-to-Peer-Insurance die sehr asymmetrische Anreizsituation beider Seiten bewältigen kann, bezweifeln wir bis auf weiteres. Wie auch immer: Grundsätzlich sind der Phantasie in Bezug auf Mitbesitz oder Mitbenutzung privaten Kapitals kaum Grenzen gesetzt – von der Kunst über Parkplätze bis zu Golfschlägern kann alles «geshared» werden.

Share Economy wird aber nicht Halt machen bei Privaten und ihrem bisschen Kapital. Weit grösseres Potential vermuten wir bei den *Firmen*, und zwar zunächst auf der realen Seite – welcher Rundgang bei Industrieunternehmen hat nicht eine krasse Unternutzung vorhandener Maschinen zutage gefördert? Millionenteure Bearbeitungszentren, die mehrheitlich stillstehen, Lagerräumlichkeiten, die viel zu gross geplant wurden, Zeitungsdruckmaschinen, mit welchen man den Bedarf eines halben Landes abdecken könnte: die «Teilete» findet noch immer erst in homöopathischen Dosen statt. Ähnliches gilt wohl auch für das Finanzkapital, das bekanntlich in den letzten Jahren von den Unternehmungen in reichlichem Ausmass geäufnet wurde. Was spricht dagegen, dass es mittels algorithmisierter Risiko-, Losgrössen- und Fristentransformation anderen Unternehmungen zur Verfügung gestellt wird? Voraussetzung ist selbstverständlich auch hier, dass die Granularität in sachlicher und zeitlicher Hinsicht stimmt und dass die Präferenzen unmittelbar abgebildet werden können, aber eines ist klar: Den Umweg über eine Bankbilanz braucht solchermassen alloziertes Kapital nicht mehr unbedingt zu wählen.

KAPITEL 5

Und die Governance?

Hat Share Economy in jedem Umfeld eine Chance? Braucht es zwingend stabile Rahmenbedingungen, einen funktionierenden Rechtsstaat, ein hinreichendes Mass an öffentlicher Ordnung, damit Angebote wie Airbnb-Übernachtungen überhaupt Verbreitung finden können? Oder umgekehrt gefragt: Verlassen sich die einschlägigen Plattformen schlicht auf das reibungslose Funktionieren der rechtsstaatlichen Institutionen, ohne für dieses öffentliche Gut zu bezahlen?

Bevor man diese Frage mit einem selbstverständlichen Ja beantwortet, lohnt es sich, die «innere Governance», die *Selbstregulierung* sozusagen, der Plattformen genauer anzuschauen. Es gibt sie nämlich. So ist bekannt, dass Vertreter des Managements von Airbnb regelmässig anonyme Kontrollübernachtungen bei ihren Kunden absolvieren. Teilnehmer am Programm werden aufgefordert, ihre Erfahrungen der Community mitzuteilen; es gibt ein einschlägiges Rating für die ins Netz gestellten Angebote. Dies zur Ergänzung der im Internet publizierten Fotos der zur Verfügung stehenden Wohnungen. Selbstverständlich gilt auch hier, genauso wie in allen anderen Bereichen des Internets, das Vorsichtsprinzip, das lautet: Nichts, was nicht gefälscht werden könnte. Dennoch: Der «Peer Review» ist ein sehr potentes Mittel der Selbstregulierung, weil er antizipatorische Wirkung entfaltet. Ganz abgesehen davon sind selbstverständlich auch klassische Angebote in der Hotellerie nicht vor Fälschungen gefeit. So munkelt man über Service-Unternehmungen, die nichts Anderes tun, als positive Reiseberichte für Tourismusangebote zu verfassen... Insgesamt gesehen werden vermutlich jene Plattformen die besten Überlebenschancen aufweisen (und mithin über die höchsten Börsennotierungen verfügen), welche der Selbstregulierung den notwendigen Stellenwert einräumen.

Es ist wohl aber so, dass eine existierende Zivilgesellschaft, eingebettet in einen funktionierenden Rechtsstaat, eine notwendige Voraussetzung für die Ausbreitung der Share Economy darstellt. Es macht einen Unterschied, ob man in Palermo und Mumbai oder in Oslo und Zürich privat zu übernachten gedenkt. Das bestätigt auch die Chefin der jüngsten Car-Sharing-Plattform in der Schweiz, Sharoo, einer Gemeinschaftsunternehmung von Migros, Mobiliar und Mobility (SBB), in einem kürzlich (3. Oktober 14) im Zürcher Tages-Anzeiger erschienenen Artikel: «*Vertrauen* ist ein Riesenthema». Ohne Zivilgesellschaft und ohne rechtsstaatlich durchsetzbare Ordnung kann Vertrauen aber nicht entstehen.

Womit eine grosse Problematik der meisten Angebote der Share Economy angesprochen ist: das *Verhältnis* von Plattformen, Anbietern und Nachfragern *zum Staat*, der in zivilisierten Weltgegenden üblicherweise das Rückgrat für Zivilgesellschaft und Rechtsordnung bildet. Airbnb musste sich in San Francisco mit den Behörden über die Vereinnahmung von Kurtaxen einigen. Wie es sich mit der Ablieferung von Mehrwertsteuern verhält, kann man nur erahnen. Die meisten Anbieter liegen wohl weit unter den gesetzlich gewährten Schwellenwerten. Ob sie ihre Einkünfte aus Übernachtungen im eigenen Haus aber als Einkommen deklarieren? Und wo versteuern die Plattformen die Erträge aus den ihnen zufallenden Kommissionen und Werbeeinnahmen? Das sind ernstzunehmende Fragen, denn die Teilnahme der Plattformen am «*bonum commune*» ist offensichtlich und eine entsprechende Abgeltung ist auch ohne Wenn und Aber geschuldet.

Wesentlich weniger eindeutig fällt die Beurteilung aus, was die staatliche Regulierung betrifft. Es ist

bekannt, dass sich sowohl Hoteliers wie auch die Vertreter des Taxigewerbes darüber beschweren, eine hohe Regulierungslast und entsprechenden Kontrollaufwand tragen zu müssen, währenddem die neuen Angebote sich jenseits aller Inspektoren entfalten könnten. Was natürlich zutrifft. Wer aber die Ökonomie der Regulierung kennt, weiss auch, dass die meisten Einschränkungen und Bestimmungen ihren Ursprung nicht in einer staatlich inhärenten Regulierungsfreude haben, sondern zumeist von der Branche selber induziert wurden. Grund: Mit jeder zusätzlichen Regulierung kann der Etablierte einen Konkurrenten auf Distanz halten. Wirtschaftsverbände jeglicher Art und Couleur haben zum Hauptzweck, den kartellistischen Gehalt von Regulierung aufrechtzuhalten und gegebenenfalls zu steigern. So jedenfalls definiert sich Lobbying. Es liegt nun in der Natur der Sache, dass *hochregulierte Bereiche* von Wirtschaft und Gesellschaft, wozu sowohl das Hotel als auch das Taxigewerbe und ganz gewiss auch die Banktätigkeit gehören, *besonders verletzlich* sind gegenüber Geschäftsmodellen, welche die selbstgezimmerter Kartelllandschaft aufzubrechen in der Lage sind. Aus übergeordneter Sicht des volkswirtschaftlichen Subjekts, das an nichts Anderem als an höherer ökonomischer Effizienz interessiert sein muss, spricht nichts dafür, dass solche Kartelle länger überleben, indem der Ausbreitung von Share Economy-Angeboten behördenseitig Steine in den Weg gelegt werden.

KAPITEL 6

Deflation und Knatsch

Wir haben unsere Betrachtungen zur Share Economy mit den anekdotischen Beispielen von Hotelübernachtungen in beliebten Tourismusdestinationen und Taxifahrten in belebten Grossstädten begonnen, um dann aber deutlich grundsätzlicher die mikroökonomischen Charakteristiken herauszuschälen und sodann die fiskalischen und regulatorischen Rahmenbedingungen zu streifen. Im folgenden wollen wir nun noch auf zwei makroökonomische Aspekte hinweisen.

Der erste betrifft die Frage, welche Bedeutung die (aus unserer Sicht wahrscheinliche) Ausbreitung der Share Economy für die Gesamtwirtschaft haben wird. Wird sie die Wirtschaft beleben? Werden neue Arbeitsplätze geschaffen? Werden deswegen die Zinsen steigen? Gibt es Chancen für den Anleger? Nun, es wird aus unserer Sicht so sein, wie es bereits zu Beginn der 1990er-Jahre war, als infolge Implosion des Sowjetimperiums ganze neue Kontinente zur Weltwirtschaft stiessen und als in Folge der Kommunikations- und Internet-Revolution die Globalisierung in dieser nunmehr erweiterten Welt auch Platz greifen konnte: Es kommt zu einem weiteren *realen Angebotsschock*, weil Kapazitäten auf den Markt gelangen, die früher nicht verfügbar waren. Mit entsprechenden deflatorischen Konsequenzen. Airbnb-Übernachtungen kosten zwischen einem Viertel und der Hälfte von Hotelzimmern der entsprechenden Kategorie, bei Uber-Fahrten be-

wegt sich die Reduktion in vergleichbarem Rahmen. Sharoo will einen Mini für 10 Franken in der Stunde beziehungsweise 60 Franken pro Tag anbieten. Es ist klar, dass es in einem solchen Strukturwandel Verlierer geben wird: zum Beispiel jene Hotels, die bereits heute im Grenzbereich zwischen Gewinn und Verlust operieren und über keine wirkliche Daseinsberechtigung verfügen, weil weder Schönheit noch Freundlichkeit noch Sauberkeit noch Gemütlichkeit herrscht. Oder die Autovermieter, die alle einander gleichen und in grösster Verlässlichkeit jeweils genau jenes Auto nicht zur Verfügung stellen können, für das man sich im Internet eigentlich entschieden hatte. Oder die Banken, denen wegen dem transaktionsfähigen Smartphone der Zahlungsverkehr entgleitet und die durch Peer-to-Peer-Lending ihr Bilanzgeschäft gefährdet sehen werden. Gibt's neue Arbeitsplätze? Jein. Wo Ineffizienzen eliminiert werden, verschwinden auch obsolet gewordene Unternehmungen. Wo Humankapital in der Freizeit zum Einsatz gelangt, entstehen keine eigentlichen Arbeitsplätze, sondern Beschäftigungs«plätze» von Ich-Unternehmern, also Arbeitsstellen von Selbständigerwerbenden. Da insgesamt die gewonnene Effizienz die Produktivität einer Gesellschaft aber fördert und insofern Wachstum generiert wird, gehen wir dennoch von einem positiven Saldo bei den Arbeitsstellen aus. Werden die Zinsen steigen? Nein. Das Wirtschaftswachstum wird in *deflationärem Umfeld* stattfinden. Ausserdem wird es als solches über lange Zeit kaum erkennbar bleiben, da die üblichen Messmethoden im Bereich der privaten Haushalte gar nicht greifen. Gibt es Chancen für den Anleger? Ja. Man kann die Aktien von Hotelketten und Autovermietern, gegebenenfalls Autoherstellern, leer verkaufen.

Zweiter Aspekt: Die Stellung bestimmter Plattformen. Ihnen kommt als «Enabler» der Share Economy entscheidende Bedeutung zu. Bisherige Erfahrung und Evidenz mit bestimmten Plattform-Anbietern im Internet lassen vermuten, dass es sich bei einigen um Inhaber eines sogenannten «*natürlichen Monopols*» handelt. Ein natürliches Monopol liegt dann vor, wenn enorm hohe Fixkosten und extrem tiefe Grenzkosten eine Situation schaffen, in welcher die Gesamtkosten zur Bereitstellung eines Gutes mit nur einem Anbieter tiefer ausfallen, als wenn mehrere Anbieter sich im Wettbewerb die Nachfrage für ein Gut teilen müssen. Im Internet macht auf der sachlichen Ebene der Vorsprung an gesammelten Daten den Fixkostenblock aus. Ein zweiter oder dritter Anbieter kann faktisch gar nie mehr aufholen. «The winner takes it all», heisst das Schlagwort in der Branche und bedeutet nichts Anderes als eine Bestätigung der Monopolsituation. Wie man zum «Winner» wird, ist möglicherweise Glückssache. Dass man es nicht wird, ist hingegen hochwahrscheinlich, was aber nicht bedeutet, dass es auf diesem Gebiet, wo immer noch Goldgräberstimmung herrscht, nicht sehr viele versuchen... Keine Frage: Mit einem natürlichen Monopol lässt sich unter Umständen sehr viel Geld verdienen.

Der gesellschaftliche und politische Umgang mit natürlichen Monopolen war deshalb seit je sehr ambivalent, wenn man zum Beispiel an die Geschichte der Eisenbahn- oder der Telefongesellschaften denkt. Inhaber natürlicher Monopole sind Anfechtungen ausgesetzt, denn das Einstreichen der Monopolrendite hat parasitische Züge. In zwar sehr gesitteter Sprache, in der Sache aber ebenso eindeutig, hat sich kürzlich der Vorstandsvorsitzende von Axel Springer, Mathias Döpfner, zur ausufernden Machtstellung der über allen anderen Plattformen stehenden *Meta-Plattform Google* geäußert (FAZ, 16. April 14). Er mahnte die amerikanische Unternehmung zur Selbstbeschränkung im eigenen Interesse, bevor der erste «ernstzunehmende Politiker die Zerschlagung Googles fordert». In der Tat kommt an Google heute niemand mehr vorbei. Die Search-Engine, also das, was wir täglich mehrfach anklicken, um uns zu einem Thema ein Bild zu machen, weist mittlerweile einen weltweiten Marktanteil von 88 Prozent auf (zum Vergleich Yahoo mit 4 Prozent), das zu Google gehörende Android-System für die mobile Telefonie verfügt angeblich über 80 Prozent (Apple: 15 Prozent); der Google-Browser Chrome gewinnt gegen die bisherigen Konkurrenten Internet Explorer, Firefox und Safari laufend hinzu, und auch im Bereich der Werbung (Adwords) ist Google mit weltweit über 30 Prozent Marktanteil eindeutig an der Spitze. Wer sich als Anbieter im Google-System nicht irgendwie plazierte, hat kaum Chancen, einen Platz an der Sonne zu erlangen. Genau dieses «irgendwie plazieren» ist der wichtigste Stein des Anstosses, weil Google die eigenen Angebote algorithmisch präferiert und für die Platzierungsgebühr Monopolpreise verlangt. Der CEO von Google, Eric Schmidt, meint in seinem Schreiben in der Financial Times (5. September 14) dazu lakonisch, es müsse ja niemand – es handle sich lediglich um ein Angebot für Internet-User. Google sei nicht das Zugangstor zum Internet, es gebe auch andere Anbieter.

Da es sich um ein neues, hochkomplexes Gebiet handelt, verhalten sich die durchaus vorhandenen, an sich mit genügend griffigen Gesetzen ausgerüsteten und in anderen Bereichen der Wirtschaft bis ins letzte pingeligen *Wettbewerbshüter* vergleichsweise *unbeholfen*. So startete im November 2010 die Europäische Union eine Wettbewerbsuntersuchung gegen Google und kam im Mai 2012 zur Erkenntnis, dass vier Bereiche kritisch seien (unter anderem der oben beschriebene). Im September 2014 fand die dritte Vorlage der Untersuchung durch den zuständigen Kommissar Almunia statt ohne Aussicht auf eine Lösung der Probleme, so dass es wahrscheinlich ist, dass sich die neue EU-Kommission mit einem neuen Kopf in die Angelegenheit einarbeiten muss. Derweil steigt der Druck des Unmutes auf politischer Seite. Man ist versucht zu sagen: Accident to happen, genau so, wie es in der Vergangenheit bei Inhabern von anderen natürlichen Monopolen auch geschah.

Internet 3.0: gesellschaftspolitischer Prozess

Gerade weil wir der Ansicht sind, Share Economy sei alles Andere als nur eine vorübergehende Spielerei im weiten Feld von unüberschaubaren Internet-Entwicklungen und -Applikationen, gerade weil wir glauben, die erhöhte Granularität in zeitlicher und materieller Hinsicht und die Möglichkeit des Abbildens höchstpersönlicher momentaner Präferenzen führe zu einer massiven Erweiterung in der Nutzung des vorhandenen Kapitalstocks, gerade weil wir voraussehen, dass viele bisher als unangreifbar gewählte Geschäftsmodelle unter Druck geraten werden und entsprechende Opfer in Form von Firmenkonkursen und Verlusten von Arbeitsplätzen die Folge sein werden, gerade weil wir die Bedeutung der Plattformen für die Verwirklichung des neuen Mikrounternehmertums kennen, empfehlen wir besondere Aufmerksamkeit und intellektuellen Scharfsinn.

Zum einen ist – realexistierender! – *Euphorie* mit notwendiger *Skepsis* zu begegnen. Im weiten Umfeld dessen, was die neueren Entwicklungen im Internet betrifft, gab es in letzter Zeit Börsengänge, die an die besten Zeiten vor Platzen der Technologieblase erinnern. Rocket Internet, Zalando und andere sind nach wie vor heftig daran, den zu einem natürlichen Monopol gehörenden Fixkostenblock aufzubauen, erzielen aber schon Kurse, als wären sie bereits soweit. Das gab's im Eisenbahnbau auch einmal. Ob dann bei zwar quasi null Grenzkosten genügend Gesamterträge erzielt werden können, ist alles andere als gewiss. Schwarze Zahlen haben die Unternehmungen jedenfalls noch nie gesehen. Aus unserer Sicht gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder handelt es sich bei diesen Plattformen am Ende doch «nur» um Intermediäre im klassischen Sinn – dann werden sie als Wettbewerber unter vielen anderen ihr karges wirtschaftliches Dasein fristen müssen. Oder sie werden zu echten «Winnern». Dann beginnt die politische Gefährdung.

Zum andern empfehlen wir, die Auswirkungen der Share Economy wirklich ernstzunehmen. Denn im Grunde genommen handelt es sich um die *Kulmination* dessen, was uns die technische Entwicklung über die letzten 40 Jahre vermittelt hat: die Kombination von unbeschränkter Rechenkapazität auf Ebene des Individuums mit der Möglichkeit der Nutzbarmachung jeglicher brachliegenden freien Kapazität ebendieses Individuums. Die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen können erst erahnt werden. Gewiss ist aber schon heute, dass der gesellschaftspolitische Diskurs bisherige Schemen (zum Beispiel links / rechts oder fortschrittlich / konservativ) sprengen wird.

So sind es nicht nur Direktbetroffene wie Matthias Döpfner, denen beispielsweise die Monopolposition von Google ein Dorn im Auge ist. Die Kritik am Geschehen kann auch sehr fundamental ausfallen. Uns fiel in Vorbereitung dieses Kommentars ein Interview

mit dem koreanisch-deutschen Philosophen Byung-Chul Han auf (Zeit Online, 05/2014). Er beklagt den Freiheitsverlust, den die Share Economy zur Folge habe. An die Stelle der Fremdausbeutung, mit welcher man noch das kapitalistische System kritisiert hatte, sei nun die *Selbstaussbeutung* getreten, und das erst noch unter dem Titel von Freiwilligkeit und dem Deckmantel der Freiheit. Man müsse Wege finden, um den Menschen vor dem zu schützen, was er will. Das sind sehr weit gehende, gewagte Gedanken, und leider verpasst es der Denker, die herausragende Position der Plattformen, welche solche Selbstaussbeutung ermöglichen, zu reflektieren. Dennoch: Wenn Unbehagen so deutlich von rechts an der Axel-Springer-Straße bis ziemlich links am Prenzlauer Berg wächst, dann erlangt es zeitgeistliche Relevanz.

Was uns betrifft, so bezweifeln wir die Richtigkeit des kapitalistischen Modells bei Plattformen, die so überdeutlich Monopolrang erlangt haben oder systemisch bedingt erlangen werden. Marktplätze setzen eine gewisse Gleichstellung und eine bestimmte Solidarität unter den Teilnehmern voraus. Das kapitalistische Unternehmensmodell wirkt solchen Werten und Bemühungen entgegen; die Selbstbevorzugung (siehe Google) ist logischer Ausfluss aus dem Streben nach möglichst hoher Kapitalrendite. Möglicherweise waren die genossenschaftlichen Lösungen, wie sie früher bei Wertschriftenbörsen selbstverständlich waren, letztlich besser, weil eher Politik-verträglich als die später eingeführte Organisation in Form einer Aktiengesellschaft.

Das zweite Internetzeitalter mit seiner Hauptcharakteristik des Überhandnehmens grosser Plattformen geht seiner Kulmination entgegen; das dritte Zeitalter wird sehr wesentlich von *Governance-Fragen* beherrscht sein: Wer darf was mit welchen Daten tun, welche Beeinflussung ist statthaft, welche nicht, wie weit darf die «Selbstaussbeutung» begünstigt werden, wem gehört die Monopolrendite aus den Vermittlungstätigkeiten. Food for thought – to be shared by others, möchten wir sagen.

KH, 13. OKTOBER 2014

—
M1 AG
Postfach 344, Museumstr.1
9004 St.Gallen – Schweiz
Telefon +41 (0) 71 242 16 16
Telefax +41 (0) 71 242 16 17
info@m1ag.ch

—
Abonnieren: www.bergsicht.ch