
Arbeiten in der Sharing Economy: Die „Uberisierung“ der Arbeitswelt?

NORA S. STAMPFL

Nora S. Stampfl, f/21 Büro für Zukunftsfragen, E-Mail: nora.stampfl@f21.de

Zusammenfassung: Innerhalb kürzester Zeit hat das durch veränderte KonsumEinstellungen angestoßene und durch moderne Vernetzungstechnologien ermöglichte Sharing an Fahrt gewonnen und trat schnell aus der anfänglichen Nische heraus. Heute ist eine zunehmende Professionalisierung der Sharing Economy zu beobachten, in deren Zuge ursprüngliche und idealistische Ziele des Sharings zunehmend über Bord geworfen werden. Sharingplattformen dienen auch nicht länger nur als Quelle alternativer Konsumbefriedigung, sondern zudem als Job- und Verdienstquelle. Dabei sind es die spezifischen ökonomischen Grundprinzipien der Sharingplattformen, die einen neuen Typus von Selbständigem hervorbringen – den Mikrounternehmer. Dieser ist unter speziellen, den Funktionsprinzipien der Plattformökonomie geschuldeten Arbeitsbedingungen tätig. Insgesamt lässt die weitere Verbreitung dieser neuen Wirtschafts- und Arbeitsform eine „Uberisierung“ der Arbeitswelt erwarten. Diese Entwicklung wirft Fragen hinsichtlich zeitgemäßer Schutzrechte für Arbeitskräfte sowie sozialer Absicherung auf und ruft Regulierungsinstanzen auf den Plan.

Summary: Within a short period of time the sharing-phenomenon, originally triggered by altered consumer attitudes and preferences and enabled by modern networking technologies, gained momentum. Quickly sharing emerged from its niche existence. Today an increasing professionalization of the sharing economy can be observed: Many of the idealistic goals originally set are being abandoned. Also, sharing platforms are more and more recognized not only for their ability to provide alternative ways to satisfy consumption needs but also as sources of jobs and income. Sharing platforms' specific economical principles bring forth a new sort of self-employed worker—the micro-entrepreneur. This new sort of worker is confronted with specific working conditions prevailing in the new platform economy. As a whole, the further proliferation of this form of working gives rise to concerns about an „uberization“ of work. This development raises questions in terms of modern protective rights for workers as well as social security benefits and therefore calls for the attention of regulators.

→ JEL Classification: D49, J49, M54

→ Keywords: Sharing economy, collaborative consumption, platforms, labor, regulation

I Einleitung

Informationstechnologien treiben zurzeit einen Wandel an, der geeignet erscheint, die Grundfesten unserer eigentumsbasierten Ökonomie zu erschüttern und althergebrachte Vorstellungen von Wertschöpfung und Arbeit in Frage zu stellen. Unter dem Rubrum Sharing Economy erleben Wirtschaftspraktiken der dezentralen Wertschöpfung – Teilen, Tauschen, Schenken, Wiederverwenden – einen Bedeutungszuwachs. Menschen entdecken neue Spielarten des Verfügens über Dinge und deren Konsum, die vor allem gewandelten Konsumeinstellungen entspringen. Eine Präferenz für den bloßen Nutzungszugang gegenüber der Anschaffung von Eigentum (Rifkin 2000) macht die Ökonomie des Teilens für viele zu einer attraktiven Alternative. Immerhin hat bereits fast die Hälfte (46 Prozent) aller Deutschen ein Sharingangebot genutzt (PricewaterhouseCoopers 2015: 5) und mehr als ein Drittel (35 Prozent) ist bislang als Sharinganbieter aufgetreten (PricewaterhouseCoopers 2015: 9). Solche Zahlen geben einen kleinen Eindruck von der Verbreitung dieser alternativen Konsumformen. Junge Unternehmen wie Uber, Airbnb und TaskRabbit bedienen die wachsende Nachfrage nach alternativen Nutzungsformen und agieren auf globalen Märkten.

Obleich das gewandelte Konsumverhalten wesentlich zu der Entstehung der Sharing Economy beigetragen hat, so stimmt die Autorin der Auffassung von Hamari et al. (2015: 2) zu, dass das Phänomen nicht denkbar ist ohne die technologischen Fortschritte der letzten Jahre. Es sind insbesondere das mobile Internet, Onlineplattformen, Big-data-Analysen in Echtzeit, Ortungs- und Geoinformationssysteme sowie smarte Apps, die gemeinschaftlichen Konsum, also *„peer-to-peer-based activity of obtaining, giving, or sharing the access to goods and services, coordinated through community-based online services“* (Hamari et al. 2015: 1), ermöglichen und massentauglich machen. Solcherart können jene ökonomischen Aktivitäten umschrieben werden, die in diesem Artikel unter den Begriff Sharing Economy subsumiert werden, wofür auch weitere Bezeichnungen verwendet werden, wie etwa On-Demand-Economy, Peer-to-peer-Economy, kollaborative Ökonomie oder Gig-Economy. Weil die Sharing Economy vielgestaltig und facettenreich ist und sich zurzeit rasch ausdifferenziert, handelt es sich bei ihr um ein schwer fassbares Phänomen.

In jedem Fall aber bezeichnet der Begriff Sharing Economy eine Reihe von Transaktionen in verschiedenen Branchen, denen gemeinsam ist, dass sie unausgelastete Vermögenswerte zugänglich machen, wie etwa Autos (Drivy, tamyca), ungenutzten Wohnraum (Airbnb, Wimdu), gelegentlich verwendete Werkzeuge und Haushaltsgeräte (Streetbank, Leihdirwas), freie Zeit für die Erledigung von Alltagsdingen (TaskRabbit, Helpling) oder freie Zeit und Autos für Fahrdienste (Uber, Lyft). So unterschiedlich die Produkte und Dienstleistungen sind, die hierbei ausgetauscht werden, stets haben sie gemeinsam, dass Angebot und Nachfrage über Internetplattformen zusammenkommen, die an der eigentlichen Produktion der Produkte oder Dienstleistungen nicht beteiligt sind, sie sind lediglich die Instrumente der Vermittlung.

Seit Aufkommen des webbasierten Teilens ist eine zunehmende Professionalisierung mit den typischerweise damit einhergehenden Effizienzsteigerungen, Qualitätsverbesserungen und Standardisierungen derartiger Angebote zu beobachten. Ferner liegt die Vermutung nahe, dass die mit dem gemeinschaftlichen Konsum verbundenen idealistischen Ziele zunehmend von einem Profitinteresse in den Hintergrund gedrängt werden. Weil Sharingplattformen einfache Gelegenheiten erschaffen, aus allem möglichen materiellen und immateriellen Vermögen einen finanziellen Nutzen zu schlagen, geht die Autorin davon aus, dass sie eine immer größere Rolle als Job- und Verdienstquellen spielen.

Der Aspekt der Sharingplattformen als Quelle für Arbeitsmöglichkeiten steht im Fokus dieses Beitrags. Das Aufkommen von Plattformen, die online vermitteln, war und wird begleitet von einem kontroversen Diskurs. Die Plattformen sehen sich als Technologieunternehmen, die selbständigen Arbeitskräften Arbeitsgelegenheiten lediglich vermitteln. Dagegen wird immer wieder ins Feld geführt, dass viele dieser Arbeitskräfte weder die Vorzüge der Selbständigkeit noch die von abhängigen Beschäftigten hätten. Dieser Beitrag diskutiert die Frage, ob und inwiefern Sharing Auswirkungen auf Arbeitsmarkt und Arbeitsprozesse hat. Es wird beleuchtet, welche spezifischen ökonomischen Grundprinzipien der Plattformwirtschaft zum Tragen kommen und auf welche Art und Weise diese die Arbeitswirklichkeit prägen. Dazu werden nach einem kurzen Blick auf die aktuelle Debatte (Abschnitt 2) die ökonomischen Grundprinzipien der Sharing Economy als Spezialfall einer Plattformökonomie erläutert (Abschnitt 3). Erst deren spezifische Funktionsweise, so die These in diesem Beitrag, bringt einen neuen Typus von Selbständigem hervor – den Mikrounternehmer. Anschließend werden spezifische Arbeitsbedingungen für Mikrounternehmer – hier in Anlehnung an einen in der öffentlichen Debatte höchst präsenten Player der Sharing Economy als „Uberisierung“ der Arbeitswelt bezeichnet – diskutiert (Abschnitt 4). Anschließend werden Implikationen für Tarifparteien und Gesetzgeber sowie Leitplanken für die Regulierung besprochen (Abschnitt 5).

2 Sharing Economy zwischen Utopie und Dystopie

Als noch recht junges Phänomen ruft die Sharing Economy ein starkes, wenn auch zwiespältiges Echo hervor. Einig sind sich Befürworter und Kritiker darin, dass das Sharing vermutlich das Wesen des Wirtschaftens verändern und zu einer umfassenden Transformation von Produktion und Konsumtion führen wird. Befürworter betonen vorrangig die revolutionäre Kraft des Sharings. Diese könne zur Grundlage einer „Zero Marginal Cost Society“ (Rifkin 2014) werden, einer sozialen Gemeinschaft, die Konsumbedürfnisse am traditionellen Markt vorbei befriedigen und letztendlich eine den Kapitalismus überwindende, durch direkte menschliche Beziehungen, Demonetarisierung und Gemeingüter charakterisierte Ökonomie der „Collaborative Commons“ (Rifkin 2014) herbeiführen würde. Unter dieser Perspektive stehen der Beitrag des Sharings zu einer nachhaltigen Wirtschaftsform sowie die Dezentralisierung von Wirtschaftsstrukturen mit einem damit verbundenen Machtgewinn von Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber herkömmlichen Unternehmen und einer Vielfalt von Tätigkeitsoptionen für Mikrounternehmer im Vordergrund (etwa Botsman und Roo 2010, Gansky 2010). Demgegenüber stellen Kritisierende der Sharing Economy hauptsächlich auf die Rolle der Plattformen ab und weisen darauf hin, diese würden immer wieder die etablierten Schutzvorschriften sowie Kontrollmechanismen zur Vermeidung von Marktversagen umgehen (etwa Baumgärtel 2014, Lobo 2014). So wird etwa im Rahmen der Debatte um den Fahrdienstleister Uber seitens der Taxibranche das Argument ins Feld geführt, eine Aufhebung der Konzessionsbeschränkung würde die Funktionsfähigkeit des Taximarktes gefährden (ZEIT ONLINE 2015). Das durch Plattformen ermöglichte Teilen ist einigen Kritikern Anstoß für eine als „Plattformkapitalismus“ (Lobo 2014) bezeichnete neue Ära des Hyperkapitalismus, in dem eine Spirale hoher Ertragschancen für einige wenige in Gang komme. Danach würden Sharingplattformen die Entstehung von „Winner-takes-all“-Marktdynamiken begünstigen, die das Wohlstandsgefälle in der Gesellschaft verstärken können. Die spezifische Konstruktion und Funktionsweise der Plattformen erschwere den Wettbewerb: Insbesondere ein Lock-in-Effekt (Shapiro und Varian 1999), der einen Wechsel zwischen Plattformen nur unter hohem Aufwand erlaube oder die Übertragbarkeit nutzergenerierter Daten nicht zuließe,

wird als wettbewerbsschädigend eingestuft (etwa Stewart 2014, Frenken et al. 2015). Auch dass die Plattformen bloß als ökonomische und technologische Koordinationsanbieter (Hamari et al. 2015: 4) dienen, wird moniert. Dabei würden deren Angestellte nicht mit der Erbringung von Leistungen an Endkunden befasst sein, sondern mit administrativen Tätigkeiten und der Aufrechterhaltung der Plattformfunktionen. Die Betreibenden von Plattformen selbst aber ziehen sich – insbesondere wenn die vermittelten Austauschbeziehungen zwischen Anbietenden und Nachfragenden nicht reibungslos vonstattengehen – auf den Standpunkt zurück, lediglich Vermittelnde, eine App mit Netzwerk zu sein und bloß Zugang zu einer Software und zu Matchingalgorithmen sowie zu einem digitalen System zum Reputations- und Vertrauensmanagement herzustellen. Auch „*Sharewashing*“ (Kalamar 2013) wird vielen Unternehmen – kurioserweise insbesondere solchen, die zu Aushängeschildern der Sharing Economy wurden – vorgeworfen. Solche Unternehmen würden bloß unter der Flagge der Sharing Economy segeln, obwohl ihr Geschäftsgegenstand bei genauerer Betrachtung nichts mit Teilen zu tun habe, sondern eher dem Streben geschuldet sei, sich mit dem Marketingschlagwort Sharing und den damit verbundenen idealistischen Zielen zu schmücken. Insgesamt bedeute die neue Form des Wirtschaftens nur vordergründig Freiheit, vielmehr schlage diese in Zwang um und führe letztendlich zu Selbstausbeutung und einer „*Totalkommerzialisierung des Lebens*“ (Han 2014).

3 Die Ökonomie der „appbasierten“ Plattformarbeit

Unabhängig von der unter dem Schlagwort des Plattformkapitalismus geübten Kritik ist es in der Tat angebracht, die Sharing Economy als Spezialfall zweiseitiger Märkte beziehungsweise als Plattformmärkte zu betrachten. In solchen Märkten verbinden Plattformen zwei unterschiedliche, jeweils durch indirekte Netzwerkeffekte gekennzeichnete Märkte. Dabei profitieren die Teilnehmer eines Netzwerks in erster Linie von der Größe eines zweiten, verbundenen Netzwerks (Rochet und Tirole 2003: 990). So unterschiedliche Märkte und Produkte wie Kreditkarten, Einkaufszentren, Reise- und Partnervermittlungen sowie Zeitungen können als zweiseitige Märkte begriffen werden. Wie die Beispiele illustrieren, sind zweiseitige Märkte kein neues Phänomen, allerdings ist nach Auffassung der Autorin ihre zunehmende Verbreitung zu erwarten, weil moderne Informationstechnologien neue Möglichkeiten eröffnen, komplexe Märkte zu organisieren. Vor diesem Hintergrund lassen sich in der Sharing Economy spezifische ökonomische Prinzipien erkennen, die im Folgenden umrissen werden.

In der Sharing Economy unterstützen Plattformbetreibende die Kontaktaufnahme von Nachfragenden, die an gemeinschaftlichem Konsum interessiert sind. Eine tragende Rolle spielen hierbei die durch die neuen Technologien drastisch gesunkenen Transaktionskosten. Waren historisch die mit der Nutzung des Preismechanismus verbundenen Kosten (Coase 1937: 390) ein Argument für die Einstellung von Beschäftigten und gegen das Auslagern von Funktionen, so stellt sich die Lage heute gänzlich anders dar. Durch ihre Konnektivität, den offenen Informationszugang und fortgeschrittene Technologien können Transaktionskosten bei Plattformen gesenkt werden (Coase 2002: 6). Somit erbringt die Unternehmensorganisation für die Leistungserstellung aus Kostensicht nicht mehr jene Vorteile, wie sie Ronald Coase in seinem bahnbrechenden Essay „*The Nature of the Firm*“ 1937 beschrieb. Es ist diese radikale Senkung der Transaktionskosten, die als herausragendes Prinzip von Plattformen neue Formen und Möglichkeiten des Arbeitens beziehungsweise Verdienstes hervorbringen und die Entstehung eines neuen Typus von Selbständigem – des Mikrounternehmers – befördern kann. Ohne Laden oder

Büro, ohne Visitenkarte, ohne Angestellte und oft nebenberuflich haben sie Zugang zu einem globalen Marktplatz und werden direkt für Verbraucherinnen und Verbraucher tätig.

Die modernen Vernetzungstechnologien machen gemeinschaftlichen Konsum mit hoher Skalierung erst möglich. Sie schaffen Transparenz und unterstützen den Marktmechanismus, die richtigen Dinge zur rechten Zeit am richtigen Ort verfügbar zu machen. Denn das Internet entkräftet den Effekt des „*double coincidence of wants*“ (Jevons 1875: 3 f.), weil es das Zusammentreffen geeigneter Transaktionspartner mit übereinstimmenden Angeboten und Bedarfen erleichtert. Da Anbietende dort auf einen Kreis von Nachfragenden stoßen können, den sie anders nicht erschließen könnten, kann die Teilnahme an Plattformen Anbietenden durch inhärente indirekte Netzwerkeffekte einen Wettbewerbsvorteil darstellen. Individuen können ihre Arbeitskraft direkt den Endnutzern anbieten, ohne sich zuvor Intermediären – abgesehen von der Plattform – andienen und sich in deren Organisationen einfügen zu müssen. Dies verspricht auf der einen Seite einen Gewinn an Autonomie und Selbstbestimmung. Auf der anderen Seite birgt die Ausschaltung von Vermittelnden auch das Potenzial finanzieller Vorteile: Nicht nur dürfte ein größerer Anteil des Umsatzes in der eigenen Tasche landen, auch blieben die Overheadkosten überschaubar. Denn die Infrastruktur der Plattform wäre für Anbietende ansonsten relativ teuer aufzubauen. Dies würde nicht nur unter Kosten-, sondern auch Risikogesichtspunkten vielen Anbietenden eine Verdienstmöglichkeit erschweren, wenn nicht sogar gänzlich blockieren.

Kerngedanke der Sharing Economy ist es, unausgelastete Kapazitäten zugänglich zu machen und dadurch eine effizientere Nutzung privater Ressourcen zu erreichen (Botsman und Rogers 2011). Für den einzelnen Anbietenden bedeutet dies die Möglichkeit der finanziellen Nutzbarmachung von nahezu allem – von materiellen Vermögensgegenständen und Wohnraum bis hin zu Freizeit, Fähigkeiten und Wissen. Plattformen ermöglichen durch ihre effizienten Zuteilungsalgorithmen den marktgängigen, kommodifizierten Austausch oben genannter Ressourcen und eröffnen Individuen den Weg zum Mikrounternehmer.

Marktgängigkeit für private Ressourcen wird mittels Plattformen auch dadurch geschaffen, dass Angebot und Nachfrage in kleine, modulare Einheiten aufgebrochen werden können. Genauso wie es für den Nachfragenden effizient ist, etwa ein Auto kurzfristig zu mieten oder zeitweilig und bedarfsbezogen Unterstützung in Anspruch zu nehmen, so kann die Kleinteiligkeit solcher Austauschbeziehungen auch für den Anbietenden die Effizienz steigern. Benkler (2006) beschrieb die gemeinsame Produktion von Gütern und Bewirtschaftung von Ressourcen in Netzwerken mit dem Allmendecharakter („*commons-based peer production*“) und identifiziert Modularität und Granularität als Voraussetzungen für Onlineprojekte der Peerproduktion. Bereits durch geringe, unabhängig voneinander erstellbare Beiträge kann der/die Einzelne auf der Plattform zum Anbietenden werden. Neue Verdienstmöglichkeiten entstehen dadurch, dass diese kleinen Beiträge abgezweigt werden können von Ressourcen, über die Anbietende zwar verfügen, die sie aber gerade nicht nutzen oder von freier Zeit, die ansonsten unproduktiv verbracht werden würde.

Durch die Vielzahl der auf Plattformen Anbietenden mit ihren jeweils charakteristischen Leistungen werden Angebote uneinheitlicher und vielseitiger. Sofern auf den Plattformen trotz der Angebotsfülle weiterhin ein ausreichendes Maß an Vergleichbarkeit und Übersichtlichkeit gegeben ist, werden Kundinnen und Kunden mit größerer Wahrscheinlichkeit als auf herkömmlichen Märkten exakt das finden, was sie suchen. Somit bilden Plattformen eine Brücke zwischen dem standardisierten Angebot eines Massenmarktes und der spezifischen Nachfrage einer in-

dividuelle Lösungen wünschenden Kundschaft. Der einzelne Plattformanbieter sorgt für die Anpassung der über die Plattform gehandelten Leistungen an die individuellen Bedürfnisse von Nachfragenden in einer großen Exaktheit.

Weil keine nennenswerten Anlaufkosten entstehen, Mikrounternehmer auf einer bestehenden Plattform zu werden, können die Markteintrittshürden für Anbieter in Plattformmärkten als relativ gering angenommen werden. Da per definitionem vorhandene Ressourcen vertrieben werden, ist kaum Kapital aufzubringen. Die Plattform kann als Distributionskanal genutzt werden. Auch ist keine Gegenwehr durch die bereits auf der Plattform agierenden anderen Anbietenden zu fürchten, da aufgrund der indirekten Netzwerkeffekte in zweiseitigen Märkten die Zunahme von Anbietenden zusätzliche Kundschaft anzieht, wovon alle Anbietenden profitieren (Dilek und Top 2012: 778). Um die Plattform erfolgreich zu betreiben und deren Bestand zu sichern, müssen die sie Betreibenden allen Nutzenden gerecht werden und sich des Henne-Ei-Problems annehmen: Nachfragende werden am ehesten gewonnen, wenn eine breite Masse von Anbietenden bereitsteht; diese wiederum müssen mit einer großen Zahl von Nachfragenden rechnen können (Caillaud und Jullien 2003: 310). Da Plattformbetreibende insbesondere in der Anfangsphase möglichst rasch zumindest eine Teilnehmerseite gewinnen, an sich binden und eine kritische Masse erreichen müssen, sind Anreize zum Beitritt zu der Plattform nicht unüblich.

Normalerweise haben kleine Anbieter mit hohen Transaktionskosten, verursacht durch Informationsasymmetrien, zu kämpfen. Auf Plattformen hingegen wird durch Crowdsourcing von Informationen (Reviews, Ratings oder Ähnliches) versucht, Unsicherheiten zu reduzieren, indem Reputation und letztlich Konsumentenvertrauen geschaffen wird. Allerdings muss einschränkend hinzugefügt werden, dass Bewertungen auf Internetplattformen generell verschiedenen Verzerrungseffekten unterliegen (Muchnik et al. 2013).

Zudem unterstützt die Plattformlogik Anbieter bei der Preisfindung. Weil Informationen und ausgefeilte Preisfindungsalgorithmen Bestandteil von Plattformen sind, die den Anbietenden ansonsten nicht offenstehen, dürften Produkte und Leistungen akkurater bewertet sowie Verhandlungskosten und Risikoaufschläge beim Geschäftsabschluss vermieden werden. Anbietenden entsteht auf diese Weise ein Effizienzgewinn. Der Fahrdienst Uber arbeitet beispielsweise mit einem dynamischen Preismodell, das durch Preisdiskriminierung eine bessere Abstimmung von Angebot und Nachfrage erreichen soll (Cachon et al. 2015). Airbnb gibt Anbietern Preisempfehlungen auf Basis einer Vielzahl ausgewerteter Daten, wie etwa Lage der Wohnung oder die Jahreszeit des Aufenthalts.

4 Die „Uberisierung“ der Arbeitswelt

Gemeinhin steht in Plattformunternehmen einer Masse Selbständiger eine kleine Gruppe an Angestellten gegenüber, die für das Management dieses Netzwerks zuständig ist. Die veränderte Unternehmensorganisation kann als Folge einer Umkehrung der Logik von Coase (1937) gesehen werden. Das damals bahnbrechende Argument, die Organisation als Unternehmen sei effizient, weil sie Transaktionskosten vermeide, hat so gut wie jegliche Relevanz als Existenzkriterium für Unternehmen als hierarchische Vertragsgeflechte verloren. Weil mithilfe von Technologien Transaktionskosten in der Sharing Economy vernachlässigbar sind, argumentiert die

Autorin im Gegenzug wie folgt: Aus Effizienz­sicht können heute kleine Unternehmen bis hin zu Individuen genauso wie größere Organisationen am Wettbewerb teilnehmen. Als Folge kommt es zur Uberisierung der Wirtschaft: Nach dem Muster des Fahrdienstes Uber entstehen Plattformen und Servicemärkte in den verschiedensten Branchen, die Transaktionskosten ausschalten und die Tätigkeit von Mikrounternehmern ermöglichen.

Eine unmittelbare Konsequenz dieser neuen Arbeitsorganisation ist der Ausschluss herkömmlicher mit einer Festanstellung verbundener Rechte für Sharingarbeitskräfte. In vielen Ländern knüpfen sich eine Reihe von Rechten und sonstige Vorteile an die Festanstellung: Neben regelmäßigen Lohnzahlungen ist mit einer Festanstellung soziale Absicherung verbunden. Für angestellte Arbeitskräfte gelten Mindestlohn und teilweise Tarifverträge, Arbeitszeitregelungen und Kündigungsschutz. Sie haben des Weiteren Anspruch auf Urlaub, Erziehungsurlaub, Überstundenausgleich und Absicherung bei Arbeitsunfällen. Spezifische Richtlinien regeln Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie in bestimmten Fällen Mitbestimmungs- und Partizipationsrechte von Arbeitnehmern. Unterschiede zwischen abhängigen und selbständigen Tätigkeiten ergeben sich auch insofern, als Angestellte in den Genuss freiwilliger Leistungen des Arbeitgebers wie Weiterbildungs- und Trainingsmaßnahmen kommen können.

Weil Mikrounternehmer anders als Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nicht ihre Arbeitskraft für zunächst nur abstrakt definierte Leistungen zur Verfügung stellen, sondern konkrete, zumeist kleine, abgegrenzte Leistungen vermarkten, arbeiten sie stets „stückweise“. Eine gemeinsame Klammer, wie sie für festangestellte Arbeitnehmende in Form eines Arbeitsvertrages und die Eingliederung in eine Organisation vorhanden ist, fehlt Mikrounternehmern. Zur Beschreibung dieses Umstands hat sich trefflich im angloamerikanischen Sprachraum der Begriff „Gig Economy“ herauskristallisiert: So wie der Musizierende zu einzelnen Auftritten, außerhalb längerfristiger Verpflichtungen die Bühne betritt, stehen Arbeitskräfte für kurzzeitige Einsätze zur Verfügung (Hook 2015). Plattformen strukturieren Arbeit in kleinste Tätigkeitseinheiten, für deren Erledigung – ohne Berücksichtigung der benötigten Arbeitszeit – im Gegenzug ein Entgelt fällig wird. Zwar haben Mikrounternehmer über Plattformen einen Zugang zum Markt, handeln sich mit der Ausführung von Gigs jedoch eine enorme Diskontinuität in Auslastung und Finanzen ein und haben hohen Flexibilitätsanforderungen aufgrund der Unmöglichkeit einer Einsatzplanung zu genügen. Gigarbeitende arbeiten auf Abruf, hangeln sich von Plattform zu Plattform und leben von Kleinstauftrag zu Kleinstauftrag.

Dazu kommt ein struktureller Wandel der Arbeit, der vor allem durch die durchgängige technologische Begleitung von Geschäftsbeziehungen herbeigeführt wird. Was sonst menschlicher Entscheidungsfindung und Interaktion überlassen ist, wird auf Plattformen durch Software und Algorithmen gesteuert: angefangen bei der Vermittlung der Aufträge über Preisgestaltung und -transparenz bis hin zur Zahlungsabwicklung und Bewertung der Servicequalität. Während dieses Vorgehen das System effizient gestaltet und der Kundschaft ein hohes Maß an Bequemlichkeit, Schnelligkeit und Einfachheit garantiert, nimmt es den Anbietenden jeglichen Freiraum: Die software- und datenbasierte Ausgestaltung der Leistungserbringung führt häufig zu Arbeitsbedingungen, die herkömmlich mögliche Workarounds oder das fallweise Ignorieren oder Umgehen von Prozessvorgaben gänzlich unmöglich machen. Zudem wird es möglich, Verhalten detailliert zu beobachten; dies führt zu einem neuen Maß an Fremdbestimmung. Beim Fahrdienst Uber geht dies so weit, dass Fahrende „deaktiviert“ werden, wenn deren Bewertungen durch Fahrgäste zu schlecht ausfallen oder wenn sie keine ausreichende Quote akzeptierter Fahrten aufweisen. In der Anwendung solcher Maßnahmen sind Plattformbetreibende völlig frei. Sie

unterliegen innerhalb der geltenden rechtlichen Grenzen keinen Einschränkungen, können einseitig Konditionen ändern – selbst wenn Anbietende im Vertrauen darauf Investitionen getätigt, beispielsweise ein Auto zur Erbringung von Fahrdienstleistungen angeschafft oder etwa ein anderes Arbeitsverhältnis gekündigt haben.

Ein wesentlicher Aspekt der Arbeit als Anbietender einer Plattform ist es, bestmögliche Kundenbewertungen zu erhalten und dieses Niveau dauerhaft zu sichern (Malhotra und Van Alstyne 2014: 27). Es ist leicht erkennbar, dass solche Systeme zu einer permanenten Drucksituation führen, weil online Reputation nicht nur Anlass für plattformseitige Konsequenzen darstellt, sondern auch den Ausschlag darüber gibt, ob Nachfragende den betreffenden Gig wählen oder nicht. Dies setzt Anbietende in eine verwundbare Position nicht nur gegenüber der Plattform, sondern auch den Nachfragenden: Ein Schiedsgericht für objektive, sich rein auf die Servicequalität beziehende Beurteilungen steht nämlich nicht bereit. So haben zum Beispiel Edelman und Luca (2014) Rassendiskriminierungen in der Sharing Economy nachgewiesen.

Die Autorin geht davon aus, dass dem möglichen Freiheitsgewinn durch selbständige Tätigkeit somit nicht unbeträchtliche Zwänge eines Regimes entgegenstehen, das nicht selten nach dem Motto „Friss oder stirb“ agiert. Der Plattform ist schließlich nicht am einzelnen, sondern lediglich an einer größtmöglichen Zahl reibungslos funktionierender Anbietenden gelegen, um den Netzwerkeffekt zu maximieren. Nach Auffassung der Autorin ist nicht zu übersehen, dass die Gesamtheit der Arbeitskonditionen in der Sharing Economy zu einer „*silent submission*“ (stille Unterwerfung) führt, wie der englische Soziologe Michael Burawoy (1985) beschrieb. Seine Ausführungen erscheinen der Autorin für die heutige uberisierte Arbeitswelt von erstaunlicher Aktualität. Für Burawoy ist der Arbeitsprozess nicht primär technisch und organisatorisch bestimmt, sondern er fasst ihn als Set sozialer Beziehungen auf, die sich in der betrieblichen Praxis ständig neu herstellen und reproduzieren. Arbeitsprozesse werden aber nicht nur von diesen „*relations in production*“, also dem Arbeitsprozess im engeren Sinne, sondern auch von den sie umgebenden gesellschaftlichen Produktionsverhältnissen, den „*relations of production*“ geformt. Zur stillen Unterwerfung kommt es nach Burawoy, weil durch vermehrte Zeit- und Leiharbeit, orchestriert von „*specialized agencies*“ (professionelle Vermittler), die „*relations of production*“ und „*relations in production*“ verstärkt auseinanderfallen. Die Arbeitskraft erhält Aufträge, arbeitet sie ab, ohne vertragliche Sicherheit, Lohnnebenleistungen und Mitsprachebefugnisse. Aufstiegschancen bleiben im Unklaren, genauso wie die Zuteilung der Arbeitsaufträge. All dies geschieht nach Burawoy im Namen gesteigerter Autonomie und von mehr Freiheit. Eine Beziehung bestehe bloß zur „*specialized agency*“, während Kollegen unbekannt bleiben. Hat Burawoy Telefone und Autos als Mittel der Vereinzelung und Isolierung ausgemacht, die zu „*instruments of atomization*“ (Werkzeuge der Atomisierung) würden, obwohl sie doch potenziell Instrumente der kollektiven Solidarität seien, so sind es heute die modernen Informations- und Kommunikationstechnologien, die zu eben derselben Diagnose führen. In diesem Sinne formen Smartphone und Internet als wichtige Werkzeuge der Wertschöpfung und Generierung von Verdienst wesentlich die Arbeitswirklichkeit des Mikrounternehmers. Den Plattformarbeitenden fehlen in der Regel jene institutionalisierten, gemeinsamen Beziehungen, die gewöhnlich für die Organisation der Arbeiterschaft ausschlaggebend sind. Mikrounternehmer kennen und treffen sich nicht, Untersuchungen (etwa Hall und Krueger 2015) legen nahe, dass viele für verschiedene Plattformen sowie Teilzeit oder nebenberuflich arbeiten.

Diese in diesem Beitrag als Uberisierung beschriebenen Entwicklungen veranlassen Kritiker (etwa Asher-Schapiro 2014), eine Risikoverlagerung von den Unternehmen auf die Arbeitskräfte

zu beklagen. Jedoch ist auch eine andere Sichtweise möglich: Statt „das Risiko zu verlagern“, schaffen Plattformunternehmen ganz einfach völlig neue Märkte, in denen sich die Verteilung von Risiko und Ertrag neu ordnet (Rogers 2015: 98). Denn obgleich in der aktuellen Diskussion zumeist die neuen Plattformunternehmen gegen die traditionellen Unternehmen in Stellung gebracht werden, so ist es durchaus vorstellbar, dass aufgrund der spezifischen ökonomischen Funktionsweise von Plattformen – der gewaltigen Reduktion von Transaktionskosten sowie der Ausnutzung von Netzwerkeffekten – ein neues Marktgleichgewicht entsteht, in dem sich ein günstiger Preis mit einer großen Auswahl und hochwertigen Leistungen sowie angemessenen Entgelten für Anbietende verbinden und Wohlfahrtsgewinne entstehen.

5 Implikationen für Tarifparteien und Gesetzgebung

Ob eine Plattformökonomie tatsächlich neue, vorteilhafte Märkte schafft, ist freilich keineswegs gewiss. Dies ist schon allein deshalb fraglich, weil die der Plattformökonomie inhärenten Netzwerkeffekte zwangsläufig zu einer beherrschenden Stellung eines oder weniger Leit anbietenden führen, die sodann Zugangs- und Arbeitsbedingungen des Marktes maßgeblich bestimmen können.

Plattformen kumulieren Macht, weil sie nicht nur Preise festsetzen, sondern auch Löhne beziehungsweise den Ertrag der Produzenten sowie den Zugang zum Markt. Während herkömmlich Schutz vor Monopolgewalt gesucht wurde, die der Macht entstammte, Produktion und Preis eines Gutes zu steuern, kommt die Macht der Plattformen aufgrund ihrer Position als Zwischeninstanz zustande: Plattformen kommt die Regelung der Beziehung zwischen Anbietenden und Nachfragenden zu sowie innerhalb des gesetzlichen Rahmens die alleinige Kontrolle über Standards und Richtlinien. Hinsichtlich dieser privilegierten Stellung befürchtet beispielsweise Manjoo (2015), dass die appbasierte Arbeit der Plattformökonomie die innere Logik von Vollbeschäftigung, Arbeitsplatzsicherheit und Arbeitnehmerrechten zum Einsturz bringen könnte.

Die künftige Beschaffenheit der Arbeitsmöglichkeiten in der Sharing Economy wird nach Auffassung der Autorin in hohem Maß davon abhängen, ob und wie Regulierungsmaßnahmen diesen ökonomischen Bereich formen. Hierbei bedeutet Regulierung für die zuständigen Instanzen immer eine Gratwanderung: Behindert oder fördert Regulierung diese Innovationsansätze? Auf dem Spiel steht im Falle der Sharing Economy ihr ursprünglich positiver Grundansatz, neue Wege zur Lösung gesellschaftlicher Probleme aufzutun. Die Grundprinzipien der Sozialen Marktwirtschaft und ihre Kernforderung nach „Wohlstand für alle“ legen nahe, nicht nur soziale Absicherung anzustreben, sondern gleichzeitig Wettbewerbschancen zu ermöglichen. Die Autorin vertritt die Auffassung, dass Regulierung nicht auf spezifische Anlässe und Einzelfälle zugeschnitten werden darf, wie etwa im Fall des Verbots von Uber in Indonesien, Thailand, den Niederlanden und Spanien im Jahr 2014, die Verbote von Uberpop in Frankreich und Deutschland im Jahr 2015 oder des 2014 in Kraft getretenen Berliner Zweckentfremdungsverbot-Gesetzes (ZwVbG), das wesentlich als Reaktion auf die vermehrte Vermietung von Wohnraum als Ferienwohnungen über Sharingplattformen entstand. Immer wieder stehen einzelne Unternehmen im Kreuzfeuer der Kritik und sind Anlass für Regulierungsüberlegungen. Eine effektive Regulierung sollte aber stets danach trachten, den gesamten Markt und seinen Wandel in den Blick zu nehmen anstatt sich nur auf die Aktionen einiger marktbeherrschender Plattformen zu beziehen. Tarifparteien und Gesetzgeber stehen auf der einen Seite vor der Aufgabe und Abwägung,

mögliche Beschäftigungsimpulse durch die Sharing Economy zu nutzen, auf der anderen Seite die über lange Zeit ausgehandelten Schutzrechte für Arbeitnehmende zu bewahren.

Weil zurzeit Plattformarbeitskräfte als Selbständige klassifiziert werden, müssen sie sämtliche Risiken ihres ökonomischen Lebens (zum Beispiel Lohnschwankungen in Folge von Nachfrage- und Preisschwankungen, Unfall, Krankheit, Altersvorsorge Arbeitslosigkeit, Pflege) gänzlich selbst tragen. Zudem tragen Plattformarbeitskräfte ein Risiko als Unternehmer, das ihnen einen wirtschaftlichen Einsatz bei ungewissem Erfolg abverlangt. Mit der wachsenden Schar solcher Arbeitskräfte ergeben sich neue Herausforderungen für die sozialen Sicherungssysteme. Die zentrale Frage lautet daher, wie ein rechtlicher Rahmen Fehlentwicklungen und unerwünschte Folgen dieser neuen Arbeitsform verhindert, zugleich aber eventuell vorhandene Potenziale von Innovationskraft und wirtschaftlichen Chancen nicht hemmt und damit insgesamt positive Wirkungen nicht unterdrückt.

Eine Neustrukturierung von Benefits darf die Effizienz des Arbeitsmarktes nicht beeinträchtigen und muss gleichzeitig die heutigen Unsicherheiten beseitigen. Dies setzt voraus, dass an der Akzeptanz dieser neuen Arbeitsform angesetzt und ihre Passung mit alten Kategorisierungen geprüft wird. Denn die angestammten Begrifflichkeiten aus dem Industriezeitalter eignen sich immer weniger, die Eigen- und Besonderheiten des neuen Geschäfts zu beschreiben: Wer von all den verschiedenen Playern (Betreibende, Anbietende, Endkunden von Plattformen) ist in der Sharing Economy Arbeitgeber, wer ist angestellt und wer Kundin oder Kunde? So könnte ein Ansatzpunkt, den neuen Erscheinungsformen von Arbeit gerecht zu werden und ein geeignetes Sicherheitsnetz zu spannen, über die Neukategorisierung von Arbeitskraft führen. Einer zusätzlichen Kategorie von Arbeitskraft, die eine Position zwischen „Angestelltem“ und „Selbständigem“ einnimmt,¹ könnten viele der Schutzrechte und Vorteile, die heute nur angestellte Menschen erhalten, zukommen (etwa Harris und Krueger 2015). Ebenso könnten übertragbare Leistungen ein Weg sein, der neuen Flexibilität Rechnung zu tragen: Dabei würde die traditionelle Bindung von Arbeitnehmerschutz und sozialer Absicherung an eine spezifische Arbeitsbeziehung aufgehoben. In diesem Modell würde das Sharing Zahlungen in einen Fonds auslösen. Dieser könnte für die Sozialversicherung der Mikrounternehmer verwendet werden; jeder würde einem Sozialversicherungskonto zugeordnet sein, das von Plattform zu Plattform folgt und die jeweiligen Leistungen nach dem Äquivalenzprinzip reflektiert. Hinsichtlich der Ausgestaltung ist entweder eine marktbasierter (nach dem Vorbild privater Altersvorsorge) oder eine commonsbasierter (nach dem Vorbild der Sozialversicherung) Gestaltung denkbar. Langfristig wird Portabilität im Hinblick auf das gesamte Arbeitskraftprofil eine Rolle spielen, also etwa auch die Historie von Transaktionen sowie Bewertungs- und Reputationsdaten betreffen. Der wachsenden Marktmacht einzelner Plattformen könnte durch Milderung des Lock-in-Effekts (Shapiro und Varian 1999) entgegengetreten werden, indem personenbezogene Daten in einem gängigen Format vorlägen und beim Wechsel zu einer anderen Plattform mitgenommen werden könnten.

1 In Deutschland wird diese Dichotomie zwar durch „arbeitnehmerähnliche Selbständige“ aufgeweicht. Für die Beurteilung von Arbeitsverhältnissen in der Sharing Economy spielt diese Kategorie jedoch keine Rolle, da sie die Tätigkeit für einen Auftraggeber voraussetzt. Hingegen gehört es – zumindest in der Theorie – zum Wesen der Sharing Economy, dass sich Arbeitskräfte von Plattform zu Plattform bewegen, passende Aufträge annehmen und ihr Einkommen aus einer Vielzahl von Quellen generieren.

6 Ausblick

Arbeit nimmt heute die unterschiedlichsten Formen an – Voll- und Teilzeit, angestellt und selbstständig, im Homeoffice, Coworking Space oder im firmeneigenen Büro. Die Sharing Economy hat diesem Potpourri ihrerseits neue Arbeitsmöglichkeiten und -formen hinzugefügt. Angesichts dieses Wandels stellt sich für die Autorin die Frage, welche Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt in naher Zukunft sichtbar werden und ob regulatorische Rahmenbedingungen Schritt halten können. Weil die der Sharing Economy zugrundeliegenden Prinzipien geeignet sind, unser Leben und Wirtschaften zu verändern, werden eben diese Prinzipien ganz entscheidend das Wesen der regulatorischen Antwort auf die neuen Herausforderungen der Sharing Economy prägen. Dabei sollten aus Sicht der Autorin vor allem folgende Punkte die Grundlage für weitere Überlegungen bilden:

- Es handelt sich bei der Sharing Economy um keine kohärente neue Branche, sondern sie ist ausdifferenziert und verlangt daher auch nach einer differenzierten Herangehensweise bei der Regulierung. Während den meisten Geschäftsmodellen der Sharing Economy zwar gemeinsam ist, dass sie mittels einer Internetplattform zwischen Anbietenden und Nachfragenden virtuell vermitteln, unterscheiden sich diese real geleisteten Dienste ganz erheblich voneinander. Eine regulatorische Reaktion auf die Sharing Economy muss daher berücksichtigen, inwiefern diese Transaktionen Effekte abseits der Plattformen haben.
- Die Sharing Economy ist auch insofern vielgestaltig, als die auf den Plattformen tätigen Anbietenden ein stark heterogenes Bild abgeben – vom Individuum, das gelegentlich oder nebenberuflich von zu Hause aus tätig wird bis hin zu Unternehmen verschiedenster Größen, die Plattformen als einzigen oder zusätzlichen Vertriebsweg nutzen. Auch dieser Umstand verlangt nach differenzierten Maßnahmen.
- Nach Ansicht der Autorin spricht nichts dafür, dass die Sharing Economy eine vorübergehende Erscheinung ist. Regulierungsmaßnahmen sollten daher langfristig und nachhaltig ausgerichtet sein.
- Die Sharing Economy verändert die gegenwärtige Logik des Wirtschaftens und Arbeitens. Daher wird es nicht ausreichen, sich ihrer mit den alten Begrifflichkeiten, Werkzeugen und Denkmustern zu nähern. Um dem neuen Phänomen gerecht zu werden, braucht es Herangehensweisen, die den in diesem Beitrag geschilderten, neuen Gesetzmäßigkeiten der Sharing Economy entsprechen.

Insgesamt käme es der Debatte rund um die Sharing Economy zugute, sich zu vergegenwärtigen, dass es sich hierbei lediglich um eine Erscheinungsform eines generellen gesellschaftlichen Wandels handelt, der durch Infrastrukturen des Peer-to-peer vorangetrieben wird. Den Blick lediglich auf die Sharing Economy zu richten, ist daher zu eng, weil Internetplattformen mehr und mehr zur Grundlage von Wertschöpfung und Arbeit werden.

Literaturverzeichnis

- Asher-Schapiro, Avi (2014): Against Sharing. www.jacobinmag.com/2014/09/against-sharing (abgerufen am 18.2.2016).
- Baumgärtel, Tilman (2014): Teile und verdiene. ZEIT ONLINE. www.zeit.de/2014/27/sharing-economy-tauschen (abgerufen am 4.5.2016).
- Benkler, Yochai (2006): *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT, Yale University Press.
- Botsman, Rachel und Roo Rogers (2010): *What's Mine is Yours. The Rise of Collaborative Consumption*. New York, NY, HarperCollins.
- Burawoy, Michael (1985): *The Politics of Production: Factory Regimes Under Capitalism and Socialism*. London, Verso.
- Cachon, Gerard P., Kaitlin M. Daniels und Ruben Lobel (2015): The Role of Surge Pricing on a Service Platform with Self-Scheduling Capacity. <http://ssrn.com/abstract=2698192> (abgerufen am 15.4.2016).
- Caillaud, Bernard und Bruno Jullien (2003): Chicken & Egg: Competition among Intermediation Service Providers. *RAND Journal of Economics*, 34 (2), 309–328.
- Coase, Ronald H. (1937): The Nature of the Firm. *Economica*, 4 (16), 386–405.
- Coase, Ronald H. (2002): Why Economics Will Change. *International Society for New Institutional Economics Newsletter*, 4 (1), 1–7.
- Dilek, Serkan und Seyfi Top (2012): Is Setting Up Barriers To Entry Always Profitable For Incumbent Firms? *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 58, 774–782.
- Edelman, Benjamin G. und Michael Luca (2014): Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com. Harvard Business School NOM Unit Working Paper No. 14-054. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2377353> (abgerufen am 17.2.2016).
- Frenken, Koen, Toon Meelen, Martijn Arets und Pieter van de Glind (2015): Smarter regulation for the sharing economy. www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy (abgerufen am 4.5.2016).
- Gansky, Lisa (2010): *The Mesh. Why the Future of Business Is Sharing*. New York, Penguin.
- Hall, Jonathan V. und Alan B. Krueger (2015): An Analysis of the Labor Market for Uber's Driver-Partners in the United States. <http://arks.princeton.edu/ark:/88435/dsp01oz7o8z67d> (abgerufen am 4.5.2016).
- Hamari, Juho, Mimmi Sjöklint und Anti Ukkonen (2015): The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. <http://dx.doi.org/10.1002/asi.23552> (abgerufen am 21.1.2016).
- Han, Byung-Chul (2014): Warum heute keine Revolution möglich ist. www.sueddeutsche.de/politik/neoliberales-herrschaftssystem-warum-heute-keine-revolution-moeglich-ist-1.2110256 (abgerufen am 12.2.2016).
- Harris, Seth D. und Alan B. Krueger (2015): A Proposal for Modernizing Labor Laws for Twenty-First-Century Work: The “Independent Worker”. www.hamiltonproject.org/assets/files/modernizing_labor_laws_for_twenty_first_century_work_krueger_harris.pdf (abgerufen am 1.3.2016).
- Hook, Leslie (2015): Year in a word: Gig economy. www.ft.com/cms/s/0/b5a2b122-a41b-11e5-8218-6b8ff73aae15.html#axzz45mtAdwRv (abgerufen am 14.4.2016).
- Jevons, W. Stanley (1875): *Money and the Mechanism of Exchange*. New York, D. Appleton.

- Kalamar, Anthony (2013): Sharewashing is the New Greenwashing. OpEd News. www.opednews.com/articles/Sharewashing-is-the-New-Gr-by-Anthony-Kalamar-130513-834.html (abgerufen am 12.02.2016).
- Lobo, Sascha (2014): Die Mensch-Maschine: Auf dem Weg in die Dumpinghölle. www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/sascha-lobo-sharing-economy-wie-bei-uber-ist-plattform-kapitalismus-a-989584.html (abgerufen am 12.2.2016).
- Malhotra, Arvind und Marshall Van Alstyne (2014): The dark side of the sharing economy ... and how to lighten it. *Communications of the ACM*, 57 (11), 24–27.
- Manjoo, Farhad (2015): Uber's Business Model Could Change Your Work. www.nytimes.com/2015/01/29/technology/personaltech/uber-a-rising-business-model.html (abgerufen am 22.2.2016).
- Muchnik, Lev, Sinan Aral und Sean J. Taylor (2013): Social Influence Bias: A Randomized Experiment. *Science*, 341 (6146), 647–651.
- PricewaterhouseCoopers (2015): Share Economy – Repräsentative Bevölkerungsbefragung 2015. www.pwc.de/de/digitale-transformation/assets/pwc-bevoelkerungsbefragung-share-economy.pdf (abgerufen am 29.2.2016).
- Rifkin, Jeremy (2000): *The Age of Access. The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life Is a Paid-for Experience*. New York, J. P. Tarcher/Putnam.
- Rifkin, Jeremy (2014): *The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism*. New York, Palgrave Macmillan.
- Rochet, Jean-Charles und Jean Tirole (2003): Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1 (4), 990–1029.
- Rogers, Brishen (2015): The Social Costs of Uber. *The University of Chicago Law Review Dialogue*, 82, 85–102.
- Shapiro, Carl und Hal R. Varian (1999): *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Boston, MA, Harvard Business School Press.
- Stewart, Patrick J. (2014): Why Uber Should Let People See Their Own Passenger Ratings. www.businessinsider.com/reputation-and-the-sharing-economy-2014-10?IR=T (abgerufen am 4.5.2016).
- Uber (2015): Terms and Conditions. www.uber.com/legal/can/terms (abgerufen am 12.2.2016).
- ZEIT ONLINE (2015): Uber will Deutschlandgeschäft mit neuem Dienst retten. www.zeit.de/mobilitaet/2015-05/uber-deutschland-uberx-mietwagen-taxi-fahrdienst (abgerufen am 12.4.2016)