

Konsumentenvertrauen in der Sharing Economy

Vertrauensprozesse in einer digitalen Welt des Tauschens und Teilens

KVF NRW | Fact Sheet Nr. 6

Christian Wiencierz und Ulrike Röttger

1. Projektbeschreibung

Die stetig wachsenden Nutzergemeinschaften der Sharing Economy schätzen an dieser Ökonomie des Teilens und Tauschens vor allem die große Vielfalt und die Flexibilität der Angebote. Demgegenüber stehen jedoch Risiken bei der Nutzung von Peer-to-Peer-Netzwerken der Sharing Economy: Beispielsweise besteht das Risiko des Betrugs durch den Austauschpartner oder die ungewollte Kommerzialisierung persönlicher Daten der Nutzer. In dieser potenziell riskanten Umgebung ist Vertrauen ein handlungsleitender Faktor. Vertrauen wird in diesem Forschungsprojekt als ein Mechanismus zur Tolerierung wahrgenommener Risiken konzipiert, d. h. um Vertrauensprozesse in der Sharing Economy verstehen zu lernen, müssen die darin wahrgenommenen Risiken untersucht werden, auf die sich Vertrauen bezieht.

Mit einem Methoden-Mix, bestehend aus einer Online-Panelbefragung und drei Gruppendiskussionen, wurde zunächst untersucht, auf welche Risiken sich das Vertrauen in der Sharing Economy konkret bezieht. Anschließend wurde analysiert, welche Funktionen der Peer-to-Peer (P2P)-Plattformen das Vertrauen in den Austauschbeziehungen der digitalen Welt des Tauschens und Teilens beeinflussen. Aus den Ergebnissen wurden folgende Handlungsempfehlungen für verbraucherpolitische Akteure abgeleitet.

2. Handlungsempfehlungen für verbraucherpolitische Akteure

Handlungsempfehlung 1: Aufklärungsarbeit über bestehende Verbraucherschutzrechte in der Sharing Economy betreiben.

Die beiden Studien zeigen, dass Nutzer insbesondere Risiken wahrnehmen, die sich auf die Unsicherheiten der mangelhaften Leistungserbringung durch den Austauschpartner beziehen. So bestehen oft Restzweifel an der Zuverlässigkeit der Aussagen der Austauschpartner. Die Stimmigkeit zwischen den Angaben über die eigene Person bzw. über die angebotenen Ressourcen und der Realität wird als Grundproblem genannt. Es bestehe immer die Möglichkeit bewusst getäuscht und somit Opfer eines Betruges zu werden. Gleichzeitig verdeutlichen die Aussagen der Diskussionsteilnehmer, dass kaum Wissen bezüglich der Verbraucherschutzrechte besteht, auf die sie sich in

der Sharing Economy im Konfliktfall berufen können. Eine verstärkte Aufklärungsarbeit durch verbraucherpolitische Akteure über bestehende Verbraucherschutzrechte, die für die Sharing Economy gelten, kann Verbrauchern eine größere Selbstsicherheit bei der Nutzung dieser Angebote geben.

Roomsharing, Mitfahrgelegenheiten oder Carsharing sind Beispiele für die Heterogenität der Marktplätze in Form von P2P-Plattformen in der Sharing Economy. Aufgrund dieser Heterogenität müssen verbraucherpolitische Akteure zum einen über Verbraucherschutzrechte aufklären, die in der Sharing Economy allgemein gelten, aber auch über jene Rechte, die speziell für die jeweiligen Marktplätze gelten.

Darüber hinaus sollten verbraucherpolitische Akteure die Betreiber der P2P-Plattformen dazu anregen, Informationen über jene Rechte, die die Nutzer in ihrem Marktplatz haben, verständlich und einfach zugänglich zu veröffentlichen.

Handlungsempfehlung 2: Ein Problembewusstsein bei den Nutzern der Sharing Economy bezüglich des Datenschutzes schaffen.

Die Selbstoffenbarung liegt in der Natur der Sharing Economy. Ohne sensible, persönliche Informationen mitzuteilen, können Nutzer sich nicht vertrauenswürdig darstellen. Darüber hinaus deuten die Ergebnisse der Online-Befragung darauf hin, dass Nutzer bereit sind Plattformbetreibern persönliche Daten zu überlassen, wenn es z. B. der Verbesserung des Service dient. Gleichzeitig bemängeln Kritiker den mangelnden Datenschutz in der Sharing Economy. Die Ergebnisse insbesondere der Gruppendiskussionen zeigen dagegen, dass nur ein gering ausgeprägtes bis gar kein Problembewusstsein bezüglich des Datenschutzes in der Sharing Economy bei den Studienteilnehmern besteht. Die Diskutanten haben den Datenschutz erst kritisch reflektiert, als sie durch die Moderatoren direkt auf diese Problematik angesprochen wurden. Entsprechend müssen verbraucherpolitische Akteure die Nutzer der Sharing Economy direkt auf die Datenschutzproblematik ansprechen und sie aktiv darüber informieren. Nutzer sollten eine gesunde Skepsis entwickeln, damit sie Plattformbetreibern in der Beziehung nicht blind vertrauen.

Handlungsempfehlung 3: Nutzern mehr Kontrolle über ihre Daten verschaffen.

Da Nutzer der Sharing Economy sensible, persönliche Informationen mitteilen, um sich vertrauenswürdig darzustellen, sollten Plattformbetreiber schließlich dazu angeregt werden, transparent und einfach zugänglich zu machen, welche Daten sie speichern und wofür verwenden. Verbraucher sollten darüber hinaus intervenieren können, wenn sie mit bestimmten Datenspeicherungen oder -nutzungen nicht einverstanden sind. Die Kontrolle über ihre persönlichen Daten sollte bei den Nutzern liegen.

Handlungsempfehlung 4: Wo Gesetzeslücken bestehen, müssen existierende Gesetze für die Sharing Economy konkretisiert oder angepasst und neue Gesetze verabschiedet werden.

Die Gruppendiskussionen zeigen, dass die Diskutanten die Sharing Economy allgemein als wenig reguliert wahrnehmen. Sie haben das Gefühl sich in einer Ökonomie mit Grauzonen und Regelungslücken zu bewegen, in der man wenig Absicherung hat. Diese Regelungslücken müssen geschlossen werden.

Die Einschränkungen der Risiken dürfen jedoch nicht zu einer Überregulierung führen. Vielmehr muss im Sinne der Verbraucher ein Rechtsrahmen mit Mindeststandards geschaffen werden, auf den sich Nutzer im Konfliktfall beziehen können und der Akteuren der Sharing Economy die Freiheiten bietet diese Ökonomie weiterzuentwickeln.

Vertrauen ist immer auf Normen und Regelsysteme angewiesen. Ein solcher Rechtsrahmen verschafft Nutzern eine gewisse Sicherheit und macht Vertrauen zur Tolerierung von bestehenden Restrisiken wahrscheinlicher. Unter Berücksichtigung der Ergebnisse wird angenommen, dass das Wissen, sich immer auf einen Rechtsrahmen mit Mindeststandards beziehen zu können, Vertrauen in dieser Ökonomie wahrscheinlicher macht. Diese Annahme führt zu folgender Kernthese für verbraucherpolitische Akteure: Nehmen Nutzer mehr Sicherheit in der Sharing Economy wahr, dann nutzen sie diese eher bzw. intensiver.

KVF NRW | Fact Sheet Nr. 6: Konsumentenvertrauen in der Sharing Economy

Autorin und Autor

Dr. Christian Wiencierz ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft im Bereich der strategischen Kommunikation an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Prof. Dr. Ulrike Röttger ist Professorin für Public-Relations-Forschung am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Projekt

Das Projekt „Konsumentenvertrauen in der Sharing Economy. Vertrauensprozesse in der digitalen Welt des Tauschens und Teilens“ wurde durch Mittel des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) gefördert.

Lizenz

Der Text dieses Werkes ist, soweit nichts anderes vermerkt ist, urheberrechtlich geschützt und lizenziert unter

Creative Commons: Namensnennung – 3.0 Deutschland | CC BY 3.0 DE

Den vollständigen Lizenztext (Legal Code) finden Sie unter

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/legalcode>

Die Zusammenfassung (Commons Deed) der Lizenz finden Sie unter

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/>

Die oben genannte Lizenz gilt ausschließlich für die Texte des Werkes, *nicht* für die verwendeten Logos und Bilder. Das Kennzeichen „Verbraucherzentrale“ ist als Gemeinschaftswort- und Bildmarke geschützt (Nr. 007530777 und 006616734). Das Werk darf ohne Genehmigung der Verbraucherzentrale NRW nicht mit (Werbe-)Aufklebern o. Ä. versehen werden. Die Verwendung des Werkes durch Dritte darf nicht den Eindruck einer Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW erwecken.

Impressum

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Telefon: +49 211 38 09-0

Veröffentlicht im Rahmen des Projekts

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW | KVF NRW

E-Mail: verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw

Internet: www.verbraucherforschung.nrw

Twitter (@kvf_nrw): www.twitter.com/kvf_nrw

1. Auflage (Dezember 2017)

Diese Publikation gibt die Meinung und die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Autorin und des Autors wieder und muss nicht mit den Meinungen und Positionen des KVF NRW, der Verbraucherzentrale NRW e. V., des MULNV oder des MKW übereinstimmen.

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MULNV) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen.



Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen

