

SHARECONOMY

Geben ist seliger denn nehmen

Die globale Shareconomy-Bewegung gewinnt insbesondere im Automobil- und Tourismussektor an Fahrt und erwirtschaftet inzwischen Milliardenumsätze. Doch Industrie und Handel reagieren (noch) vor allem mit Verhinderungstaktik

Mein Bac, dein Bac, Bac ist für uns alle da.“ Was Anfang der 80er-Jahre als Werbespruch im deutschen Fernsehen nervte, wird von Teilen der Gesellschaft heute bei Wohnungen, Autos oder Klamotten praktiziert: Das, was man hat, wird geteilt, was man nicht hat, geliehen. Hinter „Shareconomy“ oder „Collaborative Consumption“ verbirgt sich eine Lebenshaltung, bei der Besitz nicht mehr viel bedeutet.

Lauter Knall statt leiser Pieps

Auf Plattformen wie Wimdu.de, Airbnb.de, 9flats.com oder Couchsurfing.org stellen immer mehr Privatleute Reiselustigen ihre Wohnung zur Verfügung, bei Kleiderkreisel.de wird gebrauchte Kleidung getauscht oder verkauft, auf Portalen wie Whyownit, Stuffle oder Frents finden sich Bohrmaschinen und Kinderfahrradhänger, die gegen ein Entgelt verliehen oder gegen ein anderes nützliches Produkt getauscht werden können. Dienste wie Tamyca oder Nextbike vermitteln Autos und Fahrräder aus der Nachbarschaft und auf Smava oder Seedmatch stellen Privatleute anderen Nutzern Kredite zur Verfügung. „Wir haben unsere Welt verkabelt, um zu teilen“, verkündet etwa die Harvard-Absolventin Rachel Botsman, die unter dem Titel „What’s mine is yours“ bereits ein Buch zum Thema „Shareconomy“ verfasst hat. Als Erstes wurde Software geteilt (Open Source), danach Wissen (Wikipedia), und schließlich wurden Musik (Napster) und



Mein Haus, mein Auto, mein Boot: Besitz ist out, teilen wird in

Wirtschaft Ideers, die aktuell schwierige wirtschaftliche Lage, die die Verbraucher sensibler für ökonomische Veränderungen mache, die zunehmende Durchdringung sozialer Netzwerke sowie die wachsende Verbreitung von Smartphones. Wer sich an sein Mobiltelefon als eine Art Fernbedienung für alle Lebensbereiche erst einmal gewöhnt hat, der greift auch ohne zu Zögern zum digitalen Assistenten, wenn er ein Auto, ein Haus oder eine Bohrmaschine sucht. „In fünf bis zehn Jahren ersetzt das Smartphone Ihr Auto“, ist Google-Ventures-Manager Kraus überzeugt.

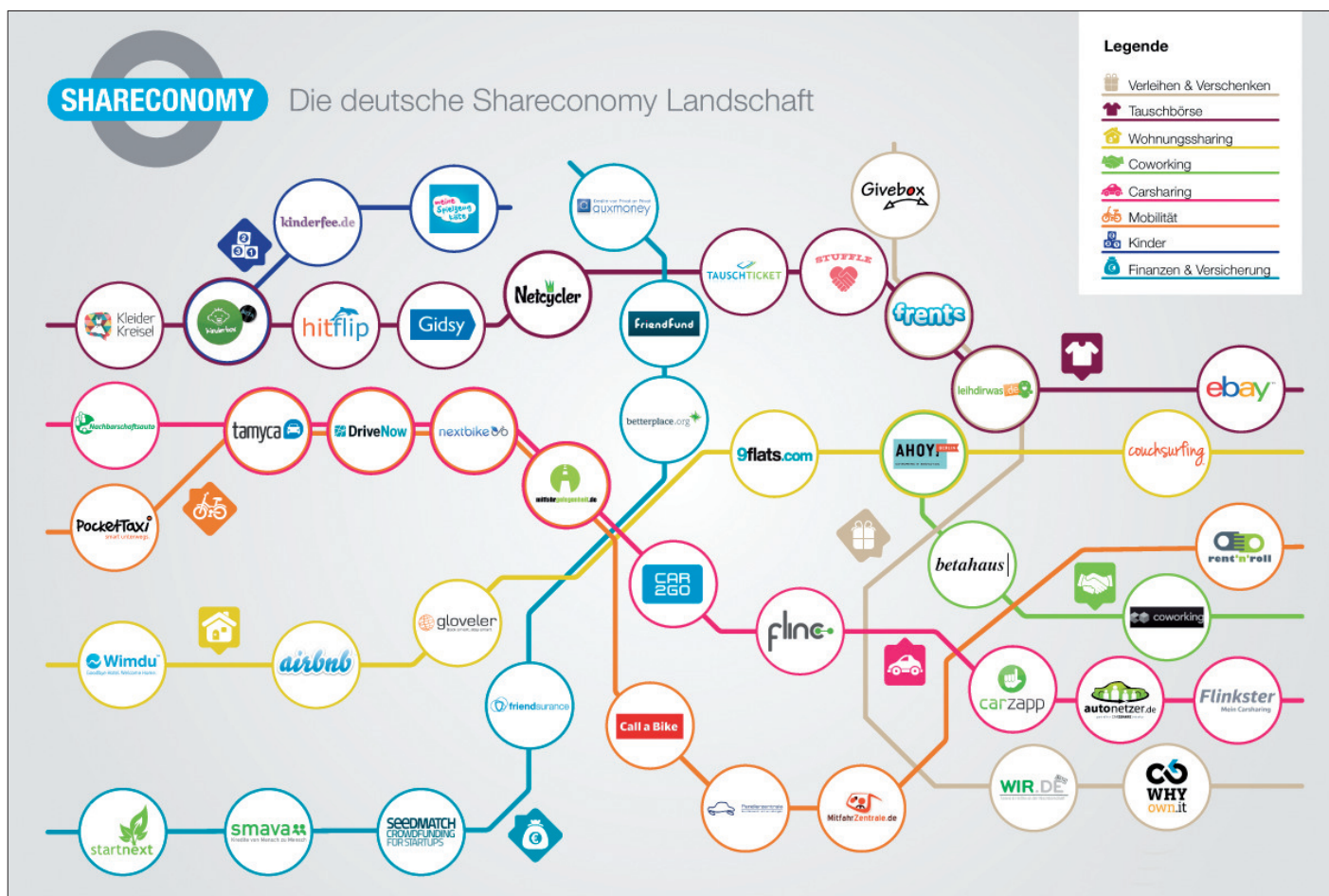
Strategen rauchen die Köpfe

Entsprechend verwunderlich ist laut Hagen Sexauer, Principal bei der Strategieberatung Sempora, die am 13. Mai in der Berliner Kalkscheune einen Event zum Thema plant, dass der Aspekt Sharing als ernst zu nehmende Herausforderung bisher bei so gut wie keinem der Top-Entscheider angekommen ist. Lediglich die Automobilhersteller haben bereits mit neuen Car-Sharing-Konzepten à la Drive Now oder Flinkster auf den Trend reagiert, dass es der jüngeren Generation längst nicht mehr darum geht, mit dem eigenen Auto zu protzen. Vielmehr will man bei Bedarf schnell und vor allem unkompliziert von Punkt A nach Punkt B gelangen können. Daneben versuchen sich Plattformen wie Tamyca zu etablieren, die Fahrzeuge von privat an privat vermitteln wollen. Aktuell stehen auf dem Portal rund 3.000 Fahrzeuge in 600 deutschen Städten zur Verfügung. Etwa 30.000 Nutzer sind deutschlandweit bei Tamyca registriert und nutzen das Angebot, ab 10.000 Fahrzeugen soll sich Unternehmensangaben zufolge das Modell rechnen. Den gewerblichen Autovermietern ist die neue Konkurrenz derzeit allerdings ein Dorn im Auge: So hat Sixt Tamyca bereits wegen vermeintlich irreführender Werbung verklagt und auch der Bundesverband der Autovermieter arbeitet mit Lobbyarbeit gegen das Konzept des privaten Carsharings.

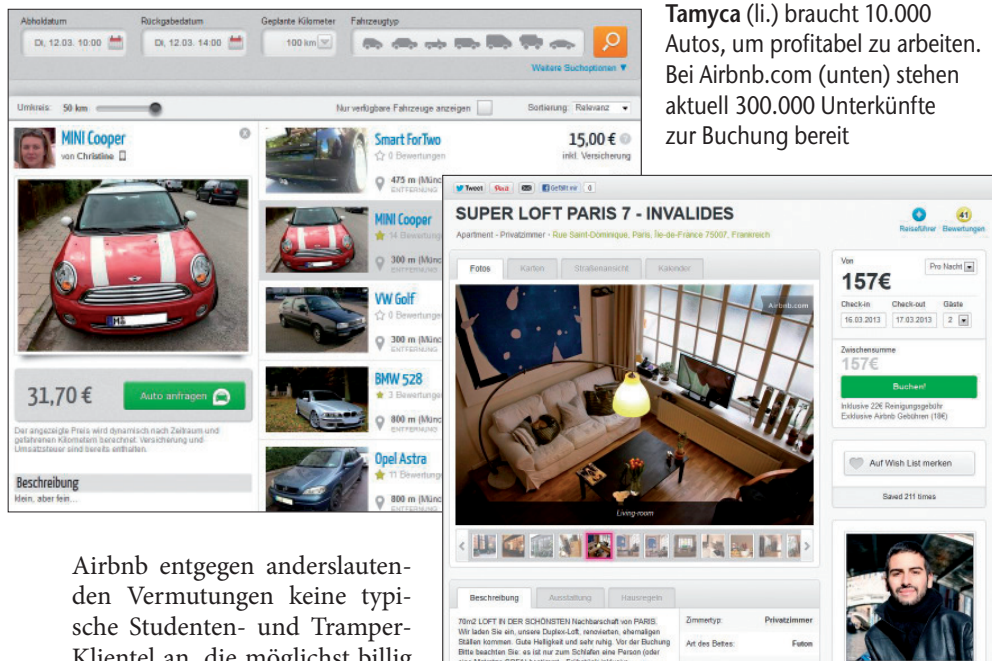
Doch nicht nur in der Automobilindustrie-, auch in der Touristikbranche besitzt der Sharing-Gedanke zunehmend Sprengkraft. Beim US-Zimmervermittler Airbnb stehen inzwischen 300.000 Unterkünfte weltweit zur Verfügung, in Deutschland sind es 20.000. Ein Designerloft in Hannover, das im Vorfeld der Cebit für 2.700 Euro auf die Plattform gestellt wurde, war abends bereits vermietet. Dabei spricht

Videos (Youtube) geteilt. Das US-Wirtschaftsmagazin „Forbes“ beziffert den Umsatz, der 2012 weltweit über den Verleih von Privateigentum erzielt wurde, auf 3,5 Milliarden US-Dollar. Angesichts eines globalen Bruttoinlandsprodukts von 71,3 Billionen US-Dollar erscheint dies zwar wie eine Bagatelle – doch immerhin schreibt „Forbes“ der neu entstehenden Gesellschaft des Teilens jährliche Wachstumsraten von 25 Prozent zu.

„Die Sharing Economy ist ein echter Knall und nicht nur ein leiser Pieps“, betont denn auch Joe Kraus, General Partner bei Google Ventures. Als Brandbeschleuniger fungieren dabei laut Wolfgang Hünnekens, Gründer des Instituts of Electronic Business an der Universität der Künste zu Berlin und Mitgründer der neuen Unternehmensberatung für die digitale



Die deutsche Shareconomy-Landschaft ist inzwischen breit gefächert und hat eine Menge Artikel zu bieten: Vom Auto über Kinderspielzeug bis zur Rohrzanze kann so ziemlich alles geliehen oder getauscht werden



Tamyca (li.) braucht 10.000 Autos, um profitabel zu arbeiten. Bei Airbnb.com (unten) stehen aktuell 300.000 Unterkünfte zur Buchung bereit

Airbnb entgegen anderslautenden Vermutungen keine typische Studenten- und Tramper-Klientel an, die möglichst billig die Welt erkunden will.

„Zwei Drittel unserer Gäste sind 36 Jahre alt oder älter, haben eine weltoffene Haltung, sind sehr interessiert an ihren Reisezielen und planen sehr individuelle Urlaube“, weiß Unternehmenssprecherin Lena Sörichsen zu berichten. Die Gastgeber seien im Schnitt sogar noch „einen Tick älter“ – schließlich muss man schon einen gewissen Lebensstandard erreicht haben, um seine Wohnung vermieten zu können. Den Eindruck, dass Airbnb zunehmend zu einer Plattform für klassische Ferienwohnungsanbieter wird, will Sörichsen nicht bestätigen. 90 Prozent der Anbieter vermieteten ihren Erstwohnsitz, haben ihre internen Zahlen ergeben.

Angesichts von 87 Millionen vermittelten Privatübernachtungen pro Jahr durch neue Konkurrenten wie Airbnb oder 9flats beäugen klassische Tourismusanbieter die Entwicklung der Newcomer naturgemäß kritisch und üben sich, wie auch die Autoverleiher, in Verhinderungstaktik, statt sich Integrationslösungen zu überlegen. „Feuerlöscher und Fluchtwegepläne, die für Hotels durch die Betriebsverordnung vorgeschrieben sind, fehlen im Markt für Privatunterkünfte oft völlig. Das gefährdet nicht nur die Gäste, sondern häufig auch die übrigen Bewohner der betroffenen Häuser“, meldet Benedikt Wolbeck, Sprecher des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands Dehoga, seine Bedenken an. Wolfgang Hünnekens könnte sich als mögliche Reaktion der Hotels auf die neue Konkurrenz stattdessen vorstellen, dass

diese ihr eigenes Angebot erweitern und neben eigenen Zimmern auch Privatunterkünfte vermitteln, die geprüft auch dem jeweiligen Hotelstandard entsprechen.

Vom Verkäufer zum Serviceanbieter

Auch für den Handel gebe es Möglichkeiten, auf Verleihdienste à la Kleiderkreisel oder Whyownit zu reagieren. „Jeder Anbieter oder Händler muss für sich seine Wertschöpfungskette ansehen und sich – mit voller Unterstützung der Geschäftsleitung – zum Kundenverstärker und Serviceanbieter wandeln“, empfiehlt Hagen

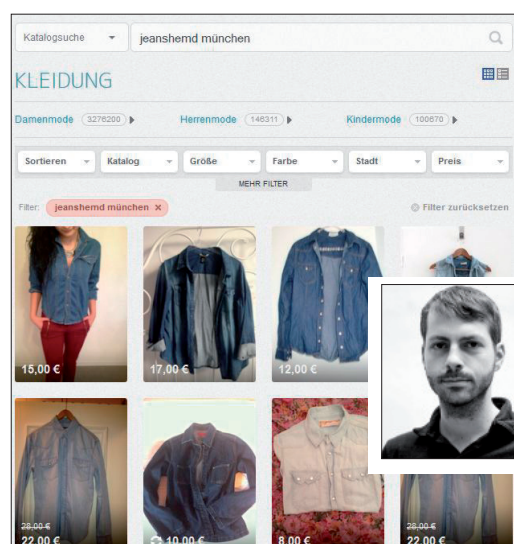


„Eurokrise, Social Networks und das Mobile Web spielen der Shareconomy in die Hände.“

WOLFGANG HÜNNEKENS
Mitgründer iDeers Consulting

Sexauer. Wenn sich Verbraucher künftig verstärkt über Whyownit Bohrmaschinen leihen, könnte dies gegebenenfalls mit einem geringeren Absatz einhergehen, dafür allerdings auch mit einer intensiveren Nutzung. Statt auf Abverkauf zu setzen, könnte eine der Konsequenzen sein, das Unternehmen künftig stärker auf Reparaturservices auszurichten. Darüber hinaus seien die „Verleiher“ von Bohrmaschinen häufig die besten Werber für Geräte und ideale Promotoren, um potenzielle Käufer schließlich doch von einem Kauf zu überzeugen.

Denkbar ist zudem auch, Tausch- oder Leihkonzepte wie Kleiderkreisel zu nutzen, um die Frequenz in den Läden oder im Web zu steigern. Wie das geht, zeigt beispielsweise der Modehändler Asos, der sich eine Minderheitsbeteiligung an dem Secondhand-Marktplatz Covetique sicherte. Möglich ist bei Shareconomy demnach viel – außer der Versuch, sie zu verhindern. dz



Auf Kleiderkreisel.de kaufen, tauschen oder verschenken 540.000 registrierte Mitglieder drei Millionen Produkte



Managed-Server-Vollkomfort.

Profitieren Sie jetzt von einem Managed Server und geben Sie die individuelle Server-Administration in die Hände des Experten-Teams von internet24. Der technische Support ist rund um die Uhr telefonisch und per E-Mail für Sie erreichbar. Bei uns beginnt der Support nicht im Call-Center, sondern bei einem direkten Ansprechpartner.

- Dienst- und Lastmonitoring sowie Entstörung (24/7)
- Update- und Patchmanagement
- Individuelle Konfiguration
- Flexibel skalierbar (Loadbalancing, Hochverfügbarkeit)
- Persönliche Ansprechpartner / Experten-Service

*zzgl. einmalige Einrichtungsgebühr von 139,- EUR
Angebot für Gewerbetreibende, zzgl. 19% MwSt.

Partnerprogramme für Reseller und Vermittler

ab 169,00 EUR* / Monat

Telefon +49 (0)3 51 / 211 20 40 | info@internet24.de