

Dominik Georgi
Susanne Bründler-Ulrich
Dorothea Schaffner
Esther Federspiel
Patricia Wolf
Richard Abplanalp
Bettina Minder
Jonas Frölicher

ShareCity

Sharing-Ansätze, Sharing-Verhalten,
Sharing-Strategien, Sharing-Cases in
Städten

EBOOK INSIDE



Springer Gabler



ShareCity

Dominik Georgi · Susanne Bründler-Ulrich
Dorothea Schaffner · Esther Federspiel
Patricia Wolf · Richard Abplanalp
Bettina Minder · Jonas Frölicher

ShareCity

Sharing-Ansätze, Sharing-Verhalten,
Sharing-Strategien, Sharing-Cases in
Städten

Dominik Georgi
Institut für Kommunikation und Marketing
(IKM), Hochschule Luzern (HSLU)
Luzern, Schweiz

Richard Abplanalp
Institut für Kommunikation und Marketing
(IKM), Hochschule Luzern (HSLU)
Luzern, Schweiz

Susanne Bründler-Ulrich
Institut für Kommunikation und Marketing
(IKM), Hochschule Luzern (HSLU)
Luzern, Schweiz

Bettina Minder
Design & Kunst Hochschule Luzern
Luzern-Emmenbrücke, Schweiz

Dorothea Schaffner
Hochschule für Angewandte Psychologie
Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Olten, Schweiz

Jonas Frölicher
Strategie und Managementberatung
KCW GmbH
Berlin, Deutschland

Esther Federspiel
Institut für Innovation, Design und Engineering
IDEE-FHS, FHS St. Gallen
St. Gallen, Schweiz

Patricia Wolf
Centre for Integrative Innovation Management
South Danish University
Odense, Dänemark

und

Zukunftslabor CreaLab, Hochschule Luzern
Luzern, Schweiz

ISBN 978-3-658-23699-1

ISBN 978-3-658-23700-4 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-23700-4>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Sharing und die Sharing Economy sind in aller Munde. Seit Jahren sind internationale Plattformen wie Airbnb und Uber in der Diskussion. Car-Sharing-Fahrzeuge von Mobility in der Schweiz und Car2Go oder DriveNow in Deutschland sind aus dem Verkehrsalldag kaum mehr wegzudenken.

Und auch etablierte Anbieter greifen das Thema Sharing auf. So hat der Kaffeehersteller und -händler Tchibo kürzlich sein Programm „Tchibo Share“ vorgestellt, in dessen Rahmen Babykleidung geteilt werden kann. Auch im B2B-Bereich finden Sharing-Ansätze Anwendung, so beispielsweise das Teilen von Geräten oder Energie durch kooperierende Gewerbebetriebe.

Gut möglich, dass das Stadtleben der Zukunft ein „Shared City Life“ sein wird, indem die Bevölkerung mehr und mehr Sharing-Ansätze nutzt. Damit dieses Shared City Life den Interessen einer Stadt selbst entspricht und nicht nur Externe, etwa internationale Sharing-Plattformen von diesem Trend profitieren, sollten Städte sich aktiv mit dem Thema damit auseinandersetzen. Viele Städte haben diese Relevanz erkannt und werden als „Sharing Cities“ bezeichnet oder taufen sich selbst so. Die Vereinigung „Eurocities“ widmete ihre Jahrestagung 2017 dem Thema „Sharing Cities“. Und auch der Schweizerische Städtetag 2017 in Montreux hatte „Sharing“ als Hauptthema – mit einer Keynote aus den Forschungen, auf denen dieses Buch aufbaut.

Sharing wird so stark diskutiert, weil es Städte, die Bevölkerung und die Gesellschaft als solches positiv beeinflussen kann. Sharing kann die ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit fördern. Ressourcen können durch Sharing geschont werden, der soziale Austausch, wie etwa zwischen Generationen, kann gefördert werden, sowie neue Geschäftspotenziale oder Kosteneinsparungen können realisiert werden.

In der öffentlichen Diskussion hat das Bild von Sharing in letzter Zeit aber gelitten. Häufig wird Sharing gleichgesetzt mit Plattformen wie Airbnb und Uber. Diese haben teilweise auch negative Wirkungen. Über Airbnb werden auch Unterkünfte vermietet, die eigentlich Einheimische als Wohnstätte brauchen könnten. Uber wird vorgeworfen, dass arbeitsrechtliche Vorschriften umgangen werden. Die Sharing Economy kann also auch ökologische, soziale und ökonomische Nachteile haben – „the dark side of Sharing Economy“.

Gerade das macht das Thema spannend als Forschungs- und Gestaltungsthema. Das Sharing-Economy-Team des Instituts für Kommunikation und Marketing (IKM) an der Hochschule Luzern (HSLU) hat sich in mehreren Projekten diversen Fragestellungen rund um das Thema gewidmet. Ergebnisse dieser Forschungen stellen die Grundlage für das vorliegende Buch dar.

Entsprechend gilt der Dank der Autoren jenen Personen, die die Forschung zum Thema ermöglicht haben. Allen voran ist dies die Stiftung Mercator Schweiz und ihre stellvertretende Geschäftsführerin Katia Weibel. Ohne die Unterstützung der Stiftung hätte die Forschung an der HSLU nicht so umfassend erfolgen können. Weiterhin danken die Autoren mehreren Kooperationspartnern rund um das Sharecity-Projekt und weitere Sharing-Forschung an der HSLU. An erster Stelle sind dies Karin Hungerbühler, Harry Künzle sowie Alfred Steingruber von der Stadt St.Gallen, die sich als Sparringspartner in das Projekt eingebracht haben und wertvolle Inputs und Unterstützung gegeben haben. Hervorheben möchten wir zudem: Andreas Amstutz (CEO Sharely.ch), Renate Amstutz (Geschäftsführerin Schweizerischer Städteverband), Manuel Lehmann (Thinkpact Zukunft), Rene Lisi (Sharecon – Schweizerische Vereinigung der Sharing Economy), Peter Masciadri und Andreas Blumenstein (Büro für Dienstleistungen), Frank Wolff (CEO Crowdwerk), Christoph Zeyer (Leiter Business Development, Mobility Car Sharing). Schließlich möchten wir anonym die zahlreichen Gesprächspartner hervorheben, die unseren Forschungsprozess unterstützt haben.

Die Beschäftigung von Unternehmen und Stadtverwaltungen mit dem Thema Sharing und ShareCity entwickelt sich gerade intensiv, beispielsweise auch im Zusammenhang mit Smartcity-Konzepten von Städten. Gerne möchten wir von der Hochschule Luzern uns weiter an dieser Themenentwicklung und der entsprechenden Diskussion beteiligen.

Luzern
Sommer 2018

Dominik Georgi
Susanne Bründler-Ulrich
Dorothea Schaffner
Esther Federspiel
Patricia Wolf
Richard Abplanalp
Bettina Minder
Jonas Frölicher

Mit freundlicher Unterstützung der

**STIFTUNG
MERCATOR
SCHWEIZ**

Inhaltsverzeichnis

1	Sharing Economy: Entwicklung und Relevanz für Städte	1
	Literatur	7
2	Formen von Sharing-Ansätzen	9
2.1	Typologisierungskriterien bezüglich des Sharing-Gegenstands	9
2.2	Typologisierungskriterien bezüglich den Sharing-Teilnehmenden	15
2.3	Typologisierungskriterien bezüglich der Sharing-Organisationsform	16
2.4	Typologisierungskriterien bezüglich der Sharing-Nutzung	17
	Literatur	18
3	Wirkungen von Sharing und Relevanz für Städte	19
3.1	Nachhaltigkeitswirkungen von Sharing	20
3.2	Ökologische Nachhaltigkeit	22
3.3	Ökonomische Nachhaltigkeit	25
3.4	Soziale Nachhaltigkeit	29
3.5	Rebound-Effekte und Wechselwirkungen zwischen den Nachhaltigkeitsdimensionen	30
	Literatur	31
4	Einflussfaktoren des Sharing-Verhaltens	35
4.1	Externe Einflussfaktoren	36
4.1.1	Angebotsmerkmale	36
4.1.2	Plattformmerkmale	36
4.1.3	Kommunikation/Marketing	38
4.1.4	Umfeldfaktoren	38
4.1.5	Regulatorische und politische Faktoren	39
4.2	User-bezogene Einflussfaktoren	40
	Literatur	42

5	Empirische Erkenntnisse zur Bewertung von Sharing-Angeboten und Einflussfaktoren ihrer Nutzung	45
5.1	Studiendesign	45
5.2	Studienergebnisse	49
5.2.1	Bewertung der Sharing-Angebote	49
5.2.2	Bewertung der Einzelmerkmale	50
5.2.3	Wirkung der Einflussfaktoren auf das Sharing-Verhalten	51
5.3	Fazit	54
	Literatur	55
6	Entwicklung einer Sharing-Strategie in Städten	57
6.1	Sharing-Strategie-Framework für Städte	57
6.2	Grundhaltung der Stadt	59
6.3	Ziele	60
6.3.1	Überblick und Zielkategorien	60
6.3.2	Ökonomische Ziele	61
6.3.3	Soziale Ziele	63
6.3.4	Ökologische Ziele	65
6.3.5	Kontext	65
6.3.6	Stakeholder	67
6.3.7	Sharing-Angebote	69
6.3.8	Maßnahmen	71
	Literatur	78
7	ShareCity-Cases	81
7.1	„ShareCity“-Cases im deutschsprachigen Raum	81
7.1.1	St.Gallen	81
7.1.1.1	Entwicklung des ShareCity-Strategie-Konzepts	81
7.1.1.2	Beispiele für Sharing-Initiativen in St. Gallen	83
7.1.2	Berlin	85
7.1.3	München	88
7.1.4	Schaffhausen	90
7.1.5	Bern	91
7.1.6	Basel	92
7.2	Internationale Cases	94
7.2.1	Seoul	94
7.2.2	Kopenhagen	95
7.2.3	Medellin	96
7.2.4	Amsterdam	97
7.2.5	San Francisco	97
	Literatur	98

8 Ausblick 99

**Anhang: English Summary of the Book and the ShareCity
Research Project** 101

Sharing Economy: Entwicklung und Relevanz für Städte

1

Nutzen statt besitzen – diesem Motto folgen immer mehr Menschen. Vieles zu besitzen ist – gerade für die jüngere Generation – nicht mehr Status, sondern auch Last. Was zählt sind die Erlebnisse. Die *Sharing Economy* wird ermöglicht durch das Internet, wo Angebot und Nachfrage von unterschiedlichen Sharing-Gegenständen aufeinandertreffen. *Anbieter der Sharing Economy*, wie Uber oder Airbnb, verzeichnen hohe Wachstumsraten und die Regulierung dieser Akteure gibt zurzeit Anlass für kontroverse Diskussionen in der Öffentlichkeit. Sharing bedeutet grundsätzlich das Teilen von Ressourcen, im Sinne einer gemeinsamen Nutzung. Damit können *Sharing-Objekte* von Gebrauchsgegenständen wie Staubsaugern oder Rasenmähern über Dienstleistungen bis hin zu Arbeitskraft reichen. Botsman (2013) beschreibt die *Sharing Economy* „as an economic system based on sharing underused assets or services, for free or for a fee, directly from individuals“ [1]. Im öffentlichen Diskurs und in der Literatur finden sich jedoch verschiedene Begriffe und Definitionen (z. B. Peer-to-Peer Economy, Collaborative Economy, Collaborative Consumption). Die Bezeichnung *Sharing Economy* betont, dass Menschen Dinge besitzen, die sie nicht permanent nutzen und deshalb jemand anderem zur temporären Nutzung zur Verfügung stellen können, wie zum Beispiel eine Bohrmaschine, ein Zimmer in ihrem Haus oder einen Rasenmäher. So ist der Begriff treffend für Community-Marktplätze, auf denen Übernachtungsmöglichkeiten, Haushaltsgeräte, Fahrzeuge oder Mitfahrgelegenheiten angeboten werden. Für Online-Marktplätze, auf welchen Privatpersonen Güter oder Zeit gegen Geld verkaufen, ist der Begriff Peer-to-Peer Economy gebräuchlicher. Auf [Etsy.com](https://www.etsy.com) verkaufen beispielsweise private Künstler ihre Kunsthandwerke oder auf [Mila.com](https://www.mila.com) bieten Betreuer für Kinder, Senioren oder Haustiere ihre Dienste an. Diese Leistungen werden weniger als ungenutzte Güter betrachtet, die getauscht oder gemeinsam genutzt werden. Käufer und Verkäufer sind Privatpersonen mit klaren Rollen. Die Begriffe Collaborative Economy oder Collaborative Consumption sind Bezeichnungen, die sich vor allem im anglo-amerikanischen

Sprachgebrauch in den letzten Jahren durchgesetzt haben. Hier wird der Begriff Sharing Economy als Überbegriff jeglicher Formen von Güter- und Dienstleistungsaustausch unter Privatpersonen und Unternehmen verwendet, welche via Online-Plattformen oder physischer Community vernetzt sind.

Die Sharing Economy wächst. Gemäß Recherchen von PwC wurde die *weltweite Wertschöpfung der Sharing Economy* im Jahr 2013 auf 15 Mrd. US\$ pro Jahr geschätzt und wird bis 2025 auf 335 Mrd. US\$ ansteigen [2]. Eine weitere Studie der Europäischen Union zeigt, dass sich der EU-weite Umsatz der Sharing Economy im Jahr 2015 mit 28 Mrd. € gegenüber 2014 fast verdoppelt hat [3]. Die steigenden Nutzungszahlen der Anbieter von Sharing-Services verdeutlichen dieses Wachstum. Beispielsweise stiegen die weltweiten Übernachtungsmöglichkeiten bei Airbnb von 0,12 Mio. im Jahr 2011 auf 3 Mio. Objekte im Jahr 2016 an. Ein weiteres Beispiel für das Wachstum der Sharing Economy ist die Car-Sharing-Branche. Die Zahl der Car-Sharing-Nutzer ist in Deutschland im Jahr 2016 auf 1,7 Mio. Kunden angestiegen. Das sind 36 % mehr als noch im Vorjahr [4]. Trotz ihres großen Erfolges steht die Sharing Economy erst am Anfang. Derzeit wird weltweit viel experimentiert, aber vorerst vor allem von Startups in Nischenbereichen, denn traditionelle Händler und Hersteller haben das Potenzial noch kaum verstanden und nicht ansatzweise ausgeschöpft [5]. Untersuchungen deuten darauf hin, dass die Sharing Economy das Marktvolumen insgesamt betrachtet höher macht und keinesfalls nur traditionelle Unternehmen ersetzt. Das europaweite Potenzial liegt gemäß Schätzungen der Europäischen Union bei 570 Mrd. €. Dies entspricht einem Vielfachen des heutigen Marktvolumens von 28 Mrd. € [6]. Das Interesse der Investoren ist dementsprechend hoch. Mittlerweile beteiligen sich namhafte multinationale Unternehmen wie Google, General Electric, Hyatt, Avis, Daimler und BMW an Startups. Die Investitionen in Sharing-Economy-Startups sind weltweit von jährlich 300 Mio. US\$ im Jahr 2010 auf über 14 Mrd. US\$ im Jahr 2015 gestiegen [7]. Im Automobilbereich wollen sich Daimler und BMW durch car2go und DriveNow, die inzwischen fusioniert haben, auch im aufkommenden Car-Sharing-Markt etablieren und damit sowohl neue aktuelle und vor allem zukünftige Marktsegmente erschließen. Es wird davon ausgegangen, dass Automobilhersteller zukünftig einen Großteil ihrer Wertschöpfung über Services generieren werden – und Sharing-Services sind eine wichtige Quelle dafür. Die Abb. 1.1 veranschaulicht dieses Wachstum der Finanzierung von Startups.

Das rasante Wachstum der Sharing Economy hat dabei zwei wesentliche Treiber: Zum einen die technologische und zum anderen die gesellschaftliche Entwicklung. Das Internet hat sich durch die *technologische Entwicklung* in den letzten Jahren zu einer globalen Plattform für den Austausch von Informationen und Gütern verändert [8]. Smartphone Apps, mobiles Internet und soziale Netzwerke haben die Transaktionskosten solcher Austauschplattformen stark gesenkt. Der Tausch, Kauf oder Austausch von Dienstleistungen und Gütern kann von überall und zu jeder Zeit stattfinden. Gleichzeitig werden durch eine erhöhte Transparenz Informationsdefizite der beteiligten Personen ausgeglichen. Beispielsweise werden Anbieter und Nutzer im Vergleich zu traditionellen Märkten ständig über Feedbacksysteme bewertet und beurteilt. So können sich bei Uber

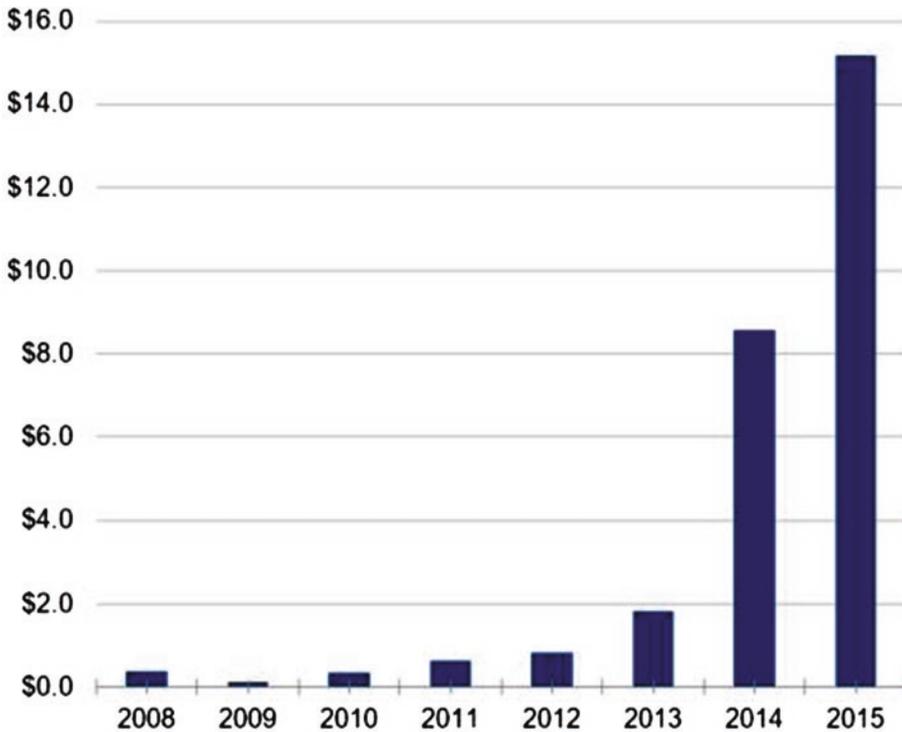


Abb. 1.1 Startup Finanzierung in Mrd. USD. [7]

Fahrer und Passagiere nach jeder Fahrt gegenseitig beurteilen und riskante Fahrer oder Mitfahrer können aufgrund dieses Feedbacks gesperrt werden. Das Teilen und Tauschen wird also nicht nur einfacher, sondern auch vertrauenswürdiger [9].

Zugleich befindet sich auch die *Gesellschaft im Wandel*. Jeremy Rifkin (2000) [10] prägte dazu den Begriff „Age of Access“. Der Konsum verändert sich und nicht mehr Eigentum, sondern der Zugang zu Gütern ist in Zukunft wichtig. Weiter verändern sich die gesellschaftlichen Werte. Erlebnisse werden gegenüber Eigentum immer wichtiger [11]. Für die sogenannte Generation Y ist Eigentum nicht mehr nur Status, sondern wird als Verpflichtung angesehen, welche die Freiheit einschränkt. Als ein weiterer Treiber für das rasante Wachstum der Sharing Economy kann auch der Druck ungelöster Umweltprobleme angesehen werden [1]. Zahlreiche Studien zeigen auf, dass die Nutzung von Sharing-Angeboten zu effizienterer Ressourcennutzung und geringerem Energieverbrauch führt und dadurch positive ökologische Wirkungen hat [2, 12, 13]. So heben auch die zahlreichen Startups, die in der Sharing Economy zurzeit entstehen, den ökologischen Mehrwert hervor und verschreiben sich der ökologischen Nachhaltigkeit.

Parallel zu dieser Entwicklung bestehen *traditionelle Sharing-Ansätze*, die (bisher) nicht als solche bezeichnet wurden, bei einer vollständigen Betrachtung der Sharing