

Sharing Economy – innovativer Kapitalismus oder sinnstiftende Konsumform?

Bachelorarbeit
Studiengang Soziologie
Philosophische Fakultät I
Institut für Soziologie
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

Vorgelegt von:
Celin Berg

Am 09. Januar 2020 bei Prof. Dr. Reinhold Sackmann und MA Christian Biedermann zur
Begutachtung vorgelegt

Sharing Economy

Innovativer Kapitalismus oder sinnstiftende Konsumform?

Abstract

Die Sharing Economy wird als Heilsbringer der Wirtschaft und des gesellschaftlichen Zusammenhaltes gepriesen. Die vorliegende Arbeit soll aufzeigen, was unter Sharing Economy verstanden werden kann, welche Branchen beteiligt sind und welchen Einfluss sie auf das gesellschaftliche Miteinander haben kann.

Inhaltsverzeichnis

Gender-Erklärung	iv
1 Einleitung	2
1.1 Zielsetzung der Arbeit.....	3
1.2 Vorgehensweise	3
Teil A.....	4
2 Sharing Economy	4
2.1 Historische Entwicklung.....	4
2.2 Literaturüberblick	5
2.3 Sharing Economy nach Botsman.....	6
2.3.1 Redistribution Markets	6
2.3.2 Product Service Systems.....	7
2.3.3 Collaborative Lifestyles	7
2.4 Definitionskritik	7
2.5 Definition der Sharing Economy	9
2.6 Branchenübersicht.....	10
2.7 Interaktionsmodelle.....	12
2.8 Nutzungsmotive und Partizipationsziele	15
3 Chancen und Risiken der Sharing Economy	16
4 Kritik am Wirtschaftsmodell der Sharing Economy	20
Teil B.....	22
5 Kapitalismus.....	22
5.1 Der Geist des Kapitalismus	23
5.2 Kapitalismuskritik.....	23
5.3 Der neue Geist des Kapitalismus.....	24
6 Innovationen.....	24
6.1 Konnotation	25
6.2 Sharing Economy als Innovation?	26
7 Sinnstiftender Konsum als Gegenentwurf zum Kapitalismus.....	28
Teil C	28
8 Methodisches Vorgehen.....	28
8.1 Das Erhebungsinstrument	28
8.2 Gestaltung des Interviewleitfadens	29
8.3 Auswahl der Experten.....	29
8.4 Beschreibung der Experten	30
8.5 Datenerhebung und Datenauswertung	30
8.6 Aussagekraft der Daten	31

9	Ergebnisdarstellung	31
9.1	Fallbeschreibung	32
9.1.1	Fall A – Stiftungsarbeit im Rahmen der Sharing Economy.....	32
9.1.2	Fall B – CarSharing als Mobilitätsgarant von morgen?	34
9.1.3	Fall C – Foodsharing als Social Sharing.....	35
9.1.4	Fall D – Solidarität durch Jedermannsrecht	37
9.2	Vergleich der Fälle.....	38
10	Diskussion.....	40
11	Literaturverzeichnis.....	v

Gender-Erklärung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bewusst von einer genderneutralen Ausdrucksweise abgesehen. Soweit im Folgenden Berufs-, Gruppen oder Personenbezeichnungen Verwendung finden, so ist auch stets die jeweils weibliche Form gemeint.

1 Einleitung¹

„Sharing is caring“ – mit dieser Redewendung wird eine neue Freude am gemeinsamen Nutzen von Gütern und Ressourcen ausgedrückt. Dabei ist Teilen eine zutiefst menschliche Praxis, welche keineswegs erst in der Moderne zu Mode gekommen ist – Menschen nutzten Werkzeuge und Gerätschaften schon immer gemeinschaftlich, teilten ihr Wissen zum Wohle der Gemeinschaft oder trugen Geschichten an jüngere Generationen und die Nachwelt weiter. Biblio- oder Videotheken, Wohngemeinschaften, Flohmärkte, Maschinenringe oder auch Mitfahrgelegenheiten sind Beispiele für das gemeinsame Nutzen von Ressourcen der vergangenen Jahrzehnte, respektive Jahrhunderte.² Hier stand weniger ein kapitalistisches Gewinnstreben als eine Kostenabdeckung oder nachhaltigere Nutzung von Ressourcen im Fokus. Neu an diesem Teilen ist das Medium, über welches es vornehmlich arrangiert wird: das Internet. Die Digitalisierung, welche unsere Gesellschaft in den letzten Jahrzehnten erfahren hat, ermöglichte den Aufstieg der Sharing Economy erst. Hierdurch entstand in den letzten Jahren eine digitale Kultur des Teilens, innerhalb welcher Plattformen als Mittler zwischen den Akteuren auftreten. Aufgrund dieser Wandlungen ist es nicht weiter verwunderlich, dass gemeinschaftliches Nutzen von Gütern oder Dienstleistungen kommerzialisiert worden ist. Dieser Kommerzialisierung zum Trotz wurde die Sharing Economy in den letzten Jahren als Alternative zu herkömmlichen Wirtschafts- und Konsumformen gesehen und erfuhr als solch betrachtete Alternative einen wahren Hype. Mittlerweile wird sie teils kritisch gesehen; einige Branchen sehen in ihr sogar eine Gefährdung ihrer eigenen Existenz. Und so stellt sich die Frage: ist die Sharing Economy lediglich ein innovativer Kapitalismus im neuen Gewand oder tatsächlich die sinnstiftende Konsumform, als welche sie teils bezeichnet wird? Es kann bedenkenlos konstatiert werden, dass die Sharing Economy die Art, wie Gesellschaften miteinander umgehen und wie sie ihre Güter konsumieren, verändert. Doch was verstehen wir unter der Sharing Economy? Das Konzept der Sharing Economy basiert auf einem simplen Prinzip: ein Großteil der Wirtschaft fußt auf einem ausgeprägten Kaufverhalten der Konsumenten und einem damit einhergehenden Wachstumsgedanken. Daraus ergibt sich, dass Menschen ein immer größeres Volumen an Gütern ansammeln. In vielen Fällen werden diese jedoch kaum oder gar nicht genutzt. Innerhalb der letzten Jahrzehnte ist sich die Gesellschaft dieses Umstandes immer bewusster geworden – ebenso wie der Tatsache, dass unsere

¹ Einzelne Textstellen sind an die Einleitung der im Sommersemester 2019 entstandenen Hausarbeit „Teilen statt besitzen – Sharing Economy als nachhaltige und solidaritätsfördernde Alternative zur Konsumgesellschaft?“ angelehnt.

² In wie weit ein verlängerter Lebenszyklus von Produkten oder auch das Leihen von Büchern aus Einrichtungen der öffentlichen Hand, definitorischer Bestandteil des Teilens sein kann, wird in Kapitel 2.5 ausgeführt.

Ressourcen endlich sind. Genau hier setzt der Gedanke der Sharing Economy an: anstatt Güter neu zu kaufen, werden bereits existierende Güter gemeinschaftlich und somit effizienter genutzt. Sharing Economy bezeichnet also ein Wirtschaftsmodell, welches die gemeinschaftliche Konsumtion von Gütern und Dienstleistungen zum Ziel hat. Das Prinzip dahinter lautet: „Teilen statt Besitzen“. Als gesellschaftsrelevante Thematik rückt die Sharing Economy nicht nur immer öfter in den Fokus regulärer Tages- oder Wochenzeitungen, sie rückt auch immer öfter in den Mittelpunkt wirtschaftssoziologischer Debatten. Bereits im Jahr 2000 schrieb der Ökonom Jeremy Rifkin erstmals, dass „im kommenden Zeitalter [...] Netzwerke an die Stelle der Märkte [treten], und aus dem Streben nach Eigentum [...] Streben nach Zugang, nach Zugriff auf das, was diese Netzwerke zu bieten haben [wird]“ (Rifkin 2007, S. 13) und prognostizierte damit ein sich mit der wandelnden Wirtschaft veränderndes Verständnis von Eigentum (vgl. ebd., S. 108). In den letzten Jahren ist genau dies eingetreten: eigentumslose Konsumtion gewinnt an immer größerer Bedeutung für die Wirtschaft und ebenso für die Gesellschaft (vgl. Hienerth und Smolka 2014, S. 2).

1.1 Zielsetzung der Arbeit

Im Zuge einer Hausarbeit zum Thema „Sharing Economy“, fand bereits eine Auseinandersetzung mit dem Aspekt der Nachhaltigkeit und einer möglichen solidaritätsfördernden Auswirkung dieses Wirtschaftszweiges statt. Dabei lag das Augenmerk auf den Konsumenten, ließ die Sicht der Unternehmen und Organisationen der Sharing Economy also außer Acht. In Anbetracht der Tatsache, dass dem kollaborativen Konsum das Potenzial nachgesagt wird den kapitalistisch geprägten Konsum unserer Gesellschaft abzulösen – in welchem Ausmaß sei zunächst dahingestellt – scheint es jedoch ratsam den Blick ebenjener Unternehmen und Organisationen auf ihr eigenes Schaffen und den gesellschaftlichen Konsum, zu beleuchten. Daher soll diese Arbeit der Frage nachgehen, ob die Sharing Economy lediglich einen innovativen Kapitalismus oder eine sinnstiftende Konsumform darstellt, welche tatsächlich den Kapitalismus schwächen oder ablösen könnte.

1.2 Vorgehensweise

Der besseren Übersicht halber wird die Arbeit in drei Teile (A, B und C) untergliedert. Während sich Teil A mit der Sharing Economy, ihrer definitorischen Bestimmungen, Interaktionsmodellen und dem kollaborativen Konsum im Wandel befasst, beleuchtet Teil B den Kapitalismus, skizziert seine historischen Ausformungen und Kritikformen und geht auf Innovationen im Zusammenhang mit der Sharing Economy ein. Im dritten Teil wird zunächst das methodische Vorgehen vorgestellt, bevor in der Ergebnisdarstellung die

geführten Interviews zusammengefasst und ausgewertet werden. Hieran schließt sich der Diskussionsteil an, in welchem die in Teil A und B vorgestellten Ausführungen mit den Ergebnissen der geführten Interviews verknüpft werden.

Teil A

2 Sharing Economy

Im folgenden Kapitel soll diskutiert werden, worum es sich bei der Sharing Economy handelt und was darunter zu verstehen ist. Um die Begriffsbestimmung vornehmen zu können, muss zunächst geklärt werden, woher der Begriff der Sharing Economy stammt und wie sich das Verständnis der Begrifflichkeit im Laufe der letzten Jahrzehnte verändert hat. Dazu wird zunächst ein Überblick über die historische Entwicklung geliefert, an welchen sich ein Literaturüberblick mit gängigen Definitionsversuchen innerhalb der Forschungsliteratur schließt. Es folgt eine Auseinandersetzung mit der Definition der Sharing Economy nach Rachel Botsman. Um die hier anfallenden definitorischen Lücken und Unschärfen zu füllen, bzw. zu korrigieren, erfolgt in Kapitel 2.5 ein Definitionsentwurf, auf welchen sich im weiteren Verlauf der Arbeit bezogen wird. Anschließend folgen weitere definitorische Überlegungen, bevor Bezug genommen wird auf die verschiedenen Sharing-Economy Plattformen und deren Bedeutungen, sowie die damit einhergehenden differierenden Interaktionsmodelle und Nutzungsmotive.

2.1 Historische Entwicklung

Das ursprüngliche Verständnis der Sharing Economy geht auf den Ökonom Martin Weitzmann zurück: in seinem Buch „The Share Economy: Conquering Stagflation“ aus dem Jahre 1984 konstatiert er, dass ein Teilen unter den Marktteilnehmern den Wettbewerb voranbringen und somit ein höherer Grad an Wohlstand für alle gewonnen werden kann (vgl. Weitzmann 1984, S. 146). „Share Economy“ meint hiernach also eine „teilende Wirtschaft“, in welcher der Wohlstand aller Marktteilnehmer erhöht werden kann, je mehr sie untereinander teilen. Obwohl Weitzmann den Begriff also im Kontext einer Arbeitergewinnbeteiligung prägte, wird er vornehmlich mit einer Ressourcenteilung in Zusammenhang gebracht (vgl. Baumgärtel 2014) – aus *Share Economy* wurde *Sharing Economy*. Welches Unternehmen die Sharing Economy einleitete und das gemeinsame Nutzen, Tauschen und Schenken in das digitale Zeitalter brachte, ist unklar.³ Unstrittig ist hin-

³ Als mögliche Unternehmen werden vor allem Ebay (1995 gegründet) und Airbnb (2008 gegründet) genannt. Fest steht, dass sich auf der next09 Konferenz im Jahr 2009 erstmalig mit internetbasierten Tauschmärkten befasst wurde, auch wenn dies noch unter dem Begriff der *Share Economy* stattfand (vgl. Recke 2012).

gegen, dass bereits vor dem Aufkommen der Sharing Economy in verschiedensten Weisen nach dem Prinzip „nutzen statt besitzen“ gelebt wurde. Während Waschsalons, Bibliotheken oder auch das gemeinsame Nutzen von Wohnraum seit geraumer Zeit fest in der Gesellschaft verankert ist, wurde im Zuge der Umweltbewegungen der 70er Jahre bereits ein ressourcenschonender Konsum angestrebt, der über die bekannten gemeinsamen Nutzungsformen hinausging und die Ausbeutung der Natur verhindern sollte (vgl. Täubner 2013, S. 56). Was in den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts noch keinen gesellschaftlichen Anklang fand, erfährt seit circa zehn Jahren eine immer größere Aufmerksamkeit. Ein Grund hierfür ist unter Umständen das steigende Nachhaltigkeitsinteresse in Verbindung mit an Bedeutung verlierenden materialistischen Werten. Nahezu ein Viertel der deutschen Bevölkerung kann laut Heinrichs und Grunenberg zu den „sozialinnovativen Ko-Konsumenten“ (2012, S. 14) gezählt werden. Diesen Konsumenten ist ein Zugang zu Gütern wichtiger als der eigentliche Besitz, ebenso sind postmaterialistische Werte und ein durch weniger Besitz flexibel gestaltbares Leben von hoher Bedeutung für sie (vgl. ebd.). Während ein eigentumsloser Konsum in den 1970er Jahren sich nicht vorbehaltlos durchsetzen konnte – natürlich gab es auch schon in den vergangenen Jahrzehnten eine Ökonomie des Teilens ermöglichte das Web 2.0 der Sharing Economy in den letzten Jahren ihren Erfolg (vgl. Räth 2012). Der Term *Web 2.0* wurde von Tim O’Reilly geprägt und fungiert als Hyperonym für webbasierte Applikationen und Dienste – wie soziale Medien oder eben auch Partizipanten der Plattformökonomie. Neue technologische Errungenschaften ermöglichten es eine Vielzahl von Nutzern online miteinander in Kontakt treten zu lassen, reduzierten die Transaktionskosten und schufen somit erst die Voraussetzungen für die Plattformökonomien.

2.2 Literaturüberblick

Innerhalb der Fachliteratur existiert noch keine eindeutige Definition des Begriffs *Sharing Economy*. Oftmals werden unterschiedliche Bezeichnungen genutzt, obwohl die Autoren inhaltlich das Gleiche beschreiben. Ein Problem mag in der Gegensätzlichkeit der Begrifflichkeiten liegen: »Teilen« und »Wirtschaft« (vgl. hierzu vor allem Wewer 2016). In diesem Sinne führen Teubner und Buring an, dass nur von einer Sharing Economy zu sprechen sei, „wenn zwei oder mehr Personen ein Produkt nutzen und der Besitzer auch unter den Nutzern ist“ (2014, S. 45). Rifkin bezeichnet eine Ökonomie, in welcher Konsumenten Produkte nutzen, ohne sie zu besitzen, als *Access Economy* (vgl. 2000, S. 4). Andere Autoren bezeichnen diese temporäre Besitzaneignung als *Commercial Sharing System* (Lamberton und Rose 2012, S. 109) oder stellen auf rechtlicher Ebene heraus, dass bei einer *Access-Based Consumption* lediglich eine temporäre Nutzung vorliegt, nicht

jedoch eine temporäre Aneignung des Besitzes damit einhergeht (vgl. Bardhi und Eckhardt 2012, S. 881). Das Gabler Wirtschaftslexikon definiert Sharing Economy als „das systematische Ausleihen von Gegenständen und gegenseitige Bereitstellen von Räumen und Flächen, insbesondere durch Privatpersonen und Interessengruppen. Im Mittelpunkt steht die Collaborative Consumption, der Gemeinschaftskonsum“ (Bendel 2019). Botsman formt aus diesen unterschiedlichen Definitionsfragmenten ein Konzept, welches in der Lage sein soll, Sharing Economy zu erklären und anhand von drei Konsummärkten zu kategorisieren.

2.3 Sharing Economy nach Botsman

Botsman versteht unter der Sharing Economy „an economic system based on sharing underused assets or services, for free or for a fee, directly from individuals“ (2015). Unter diesen „assets“ kann ungenutzter Raum, Dienstleistungen, individuelle Fähigkeiten oder auch herkömmliche Gegenstände verstanden werden, welche für monetäre oder auch nicht-monetäre Gegenleistungen zur Verfügung gestellt werden. Botsman vertritt die Auffassung, dass die Sharing Economy vor allem im Peer-to-Peer-Bereich sowie im Business-to-Consumer-Bereich der jeweiligen Märkte aufkommt (vgl. ebd. 2013). Botsman und Rogers teilen die Sharing Economy in drei Konsummärkte ein, welche unter dem Begriff „Collaborative Consumption“ subsummiert werden: Redistribution Markets, Product Service Systems und Collaborative Lifestyles (vgl. 2010, S. 71ff.).

2.3.1 Redistribution Markets

Redistribution Marktes zeichnen sich durch die Umverteilung gebrauchter Güter aus. Anbieter und Abnehmer haben hier die Möglichkeit sich miteinander zu vernetzen und nicht mehr gebrauchte Güter Menschen zur Verfügung zu stellen, die Verwendung hierfür haben (vgl. Botsman und Rogers 2010, S. 72f.). Diese Marktplätze können sowohl offline in Form von Flohmärkten stattfinden oder als virtueller Marktplatz im World Wide Web Platz finden (vgl. Heinrichs 2013, S. 103). Es können vier Arten von virtuellen Redistributionsmärkten ausgemacht werden. Der erste Markttyp basiert auf dem 1:1-Tausch von Gütern – ein Gut wird gegen ein anderes Gut getauscht und somit ein nicht-monetärer Handel abgeschlossen. Andere Redistributionsmärkte etablieren ihre eigene Währung oder nutzen reales Geld als Tauschmittel. Die vierte Art bildet sich aus Mischungen der vorangegangenen genannten Formen (vgl. Botsman und Rogers 2010, S. 72f.).

2.3.2 Product Service Systems

Product Service Systems bestehen aus Produkten, Dienstleistungen und unterstützenden Netzwerken (vgl. Mont 2002, S. 239). Botsman und Rogers konkretisieren dies, indem sie konstatieren, dass in Product Service Systems ein gewerbliches Angebot von selten genutzten Gegenständen erfolgt. Hierbei erfolgt eine Unterscheidung zwischen zwei Systemarten: Product Service Systems auf der Business-to-Consumer Ebene und der Peerto-Peer Ebene. In beiden Systemen bleiben die Eigentumsverhältnisse unangetastet, es wird lediglich für eine temporäre Nutzung gezahlt (Botsman und Rogers, 2010, S. 71f.; Heinrichs, 2013, S. 103).

2.3.3 Collaborative Lifestyles

Unter Collaborative Lifestyles werden Konsumformen zusammengefasst, welche nicht nur auf dem Tausch materieller Güter, sondern auch auf dem Tausch immaterieller Güter wie Fähigkeiten oder Zeit umfassen. Auszeichnend ist, dass der Konsum kollaborativ stattfindet. Aufgrund dieser Merkmale wird diese Konsumform von Botsman und Rogers (2010, S. 73ff.) und Heinrichs (2013, S. 103) als „kollaborativer Lebensstil“ bezeichnet. Entscheidend für das Zusammenführen von Teilnehmern dieser Konsumform ist das Internet – es ermöglicht eine globale Vernetzung einzelner Teilnehmer, die sodann Arbeitsräume teilen, Dienstleistungen anbieten oder Erledigungen füreinander erledigen können. Bei dieser Konsumform steht also nicht im Fokus *was* konsumiert wird, sondern *wie*. Durch das enge miteinander welches hierdurch entsteht, rückt das Vertrauen unter den Akteuren in den Vordergrund. Bewertungssysteme, um Transaktionen risikoärmer gestalten zu können, sind hier also besonders wichtig.

2.4 Definitionskritik

Botsmans Definition der Sharing Economy weist Unschärfen auf und lässt einige Aspekte außer Acht. So findet nach ihrem Dafürhalten die Sharing Economy zwischen Privatleuten und auf der Business-to-Consumer Ebene statt. In letzterem Fall sind jedoch immer die Unternehmen die Verleihenden. Heinrichs folgt Botsmans Unterteilung der verschiedenen Märkte und teilt somit weitestgehend ihre Auffassung, allerdings findet eine Sharing Economy seiner Meinung nach auf der B2C Ebene auch mit einer umgekehrten Verleih-situation statt (vgl. 2013, S. 103). Es entsteht also ein Consumer-to-Business Sharing (mehr hierzu in Kapitel 2.7), welches bei Botsman noch ausgeklammert bleibt. Zudem werden Interaktionen zwischen Unternehmen außer Acht gelassen. Da Unternehmen gemeinschaftliche Infrastrukturen teilen können oder Redistributionsmöglichkeiten für

Maschinen bestehen, muss der Begriff der Sharing Economy folglich auch auf den Business-to-Business Bereich ausgedehnt werden (vgl. hierzu auch Heinrichs 2013, S. 103f.). Botsman beschränkt in ihren Ausführungen die Sharing Economy auf die unmittelbaren Bereiche der Wirtschaft. Ihrer Argumentation der ungenutzten Güter folgend, kann Kapital jedoch ebenso ungenutzt sein und somit anderen zur Verfügung gestellt werden. Hinzu kommt, dass der von Botsman genutzte Term „assets“, sich allgemein auf Vermögenswerte – monetärer wie auch dinglicher Natur – bezieht. Eine Ausweitung der Definition auf den Finanzsektor scheint demnach notwendig. Botsman trifft keine klare Abgrenzung der einzelnen Bereiche, welche ihrer Auffassung nach Teil der Sharing Economy sind. Die von ihr miteinbezogenen Bereiche werden zudem nicht klar umrissen und somit abgegrenzt (vgl. hierzu Botsman 2013 und 2015). Im Gegensatz zu Botsman sieht Belk Tauschgeschäfte, für dessen Zustandekommen Güter extra angeschafft worden sind, nicht als Teil der Sharing Economy an:

Sharing [. . .] includes voluntary lending, pooling and allocation of resources, and authorized use of public property, but not contractual renting [or] leasing [. . . instead it is] the act and process of distributing what is ours to others for their use and/or the act and process of receiving or taking something from others for our use (Belk 2007, S. 127).

“Contractual renting“ oder „leasing“ sieht Balk als Pseudo-Sharing an (vgl. Belk 2014, S. 11; siehe hierzu auch die Ausführungen in Kapitel 4). Es liegt also nahe Angebote, die unter Belks Definition fallen, von der Sharing Economy auszuschließen. Teubner merkt an, dass Transaktionen, die unter diesen Ausschluss fallen, nicht nur im Business-to-Consumer Bereich anzufinden sind, sondern auch im Consumer-to-Consumer Bereich (vgl. 2014, S. 323).

Botsman betrachtet Fähigkeiten und Dienstleistungen als „assets“, welche innerhalb der Sharing Economy für Dritte zur Verfügung gestellt werden können. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass das reine zur Verfügung stellen von Fähigkeiten eine einfache Dienstleistung darstellt, welche im Normalfall monetär vergütet wird. Doch auch bei einer non-monetären Gegenleistung, handelt es sich einfach nur um eine Dienstleistung, welche nicht Teil der Sharing Economy ist. Teilen sich jedoch mehrere Nutzer einen Dienstleister (gemeinsame Taxifahrt, Stadtführungen oder jede andere gemeinsam nutzbare Dienstleistung), findet das Teilen nicht mehr nur zwischen Anbieter und Nutzer statt, sondern vielmehr zwischen den Abnehmern der Dienstleistungen, da die Kosten und der Nutzen geteilt werden.

Um den hier aufgeführten Unschärfen und lückenhaften Betrachtungen entgegen zu wirken, wird im Folgenden eine Definition unter Berücksichtigung der erörterten Kritikpunkte getroffen.

2.5 Definition der Sharing Economy

Wie in Abschnitt 2.4 deutlich wurde, ist eine Anpassung von Botmans Definition notwendig. Daher soll im Folgenden versucht werden, anhand der aufgeführten Definitionsversuche von Botsman und anderen Theoretikern (vgl. hierzu Kapitel 2.2 und 2.4) eine für diese Arbeit geltende Bestimmung der Sharing Economy zu erarbeiten. Dabei können folgende Sätze Gültigkeit beanspruchen:

1. Der Anbieter der geteilten Ressource muss diese nicht ebenfalls nutzen oder genutzt haben. Unternehmen des Car-Sharings, welche Angebote für eine temporäre Nutzung, ohne mtl. Festbetrag vertreiben, sind entgegen einer möglichen Auslegung von Belks Definition ebenso Bestandteil der Sharing Economy.
2. Die gemeinsame Nutzung von Gütern innerhalb eines Haushaltes wird zwar als „Teilen“ im eigentlichen Sinne verstanden, ist jedoch kein Bestandteil der Sharing Economy. Eine andere Auslegung kann erfolgen, wenn über die Haushaltsgrenzen hinaus gemeinsame Güter konsumiert werden (Peer-to-Peer-Sharing).
3. Der Eigentümer der geteilten Ressource baut durch das Teilen sein Überschussangebot ab oder verfolgt wie im Fall des gewerblichen Car-Sharings eine verringerte Konsumnutzung mittels temporärer Zurverfügungstellung seines Gutes.
4. „Sharing“ fungiert als Hyperonym für Transaktionen mit und ohne eine Gegenleistung. Sollte eine Gegenleistung erfolgen, kann diese monetärer oder non-monetärer Art sein.
5. Es werden nicht ausschließlich physische Güter, sondern ebenso immaterielle Güter oder liquide Finanzmittel geteilt. Ein Teilen von Finanzmitteln findet ohne Intermediäre statt und ist somit nicht mit einer Finanzierung durch ein klassisches Geldinstitut vergleichbar.
6. Innerhalb der Sharing Economy kann jedwede Form der Interaktion erfolgen (Peer-to-Peer, Consumer-to-Business, Business-to-Consumer, Business-to-Business und Social-Sharing; vgl. hierzu Abschnitt 2.7).
7. Unter Sharing wird das Teilen, Verleihen, kurzzeitige Vermieten, Verschenken, Tauschen und Weiterverkaufen von Produkten verstanden.

Die nachfolgende Definition versucht die obigen Ausführungen zu einer Definition zusammenzuführen:

Die Sharing Economy ist ein ökonomisches Modell, in welchem zu selten genutzte Ressourcen durch den Eigentümer anderen Individuen oder Unternehmen unentgeltlich oder gegen eine Gebühr zur Verfügung gestellt werden. Unter Ressourcen sind hierbei physische Güter, Informationsgüter und liquide Finanzmittel zu verstehen.

Balta et. al folgend, basiert die hier getroffene Auffassung der Sharing Economy auf folgenden vier Prinzipien (2019, S. 7f.):

1. Multi-sided markets: die Sharing Economy besteht aus einer Dreiecksstruktur zwischen Besitzern, Konsumenten und Plattform. Aus den sich hieraus ergebenden Schnittstellen, entstehen wiederum eigene Märkte. So werden zwischen Besitzern und Konsumenten die Nutzungskonditionen für die angebotenen Ressourcen ausgehandelt, zwischen Plattform und Besitzer, bzw. zwischen Plattform und Konsument die Konditionen für die Nutzung der Plattform. Klassische Konzepte der Wirtschaft gehen von zwei Akteuren und daraus resultierend von einem Markt aus.
2. Crowdsourcing: Akteure der Sharing Economy (Crowd) verstehen sich oftmals als eine Gruppe. Dabei muss diese nicht definiert sein, es reicht das Merkmal der gemeinsamen Nutzung eines Sharing-Angebotes. Konsumenten klassischer Angebote des Einzelhandels verstehen sich hingegen nicht als eine Gruppe, nur weil ihnen die Art des Konsums gemein ist.
3. Trust and recommendation: die Sharing Economy fußt wie kein anderer Wirtschaftszweig auf dem Vertrauen aller Beteiligten untereinander. Um diesem Anspruch nachkommen zu können, etablieren die einzelnen Branchen und ihre Unternehmen Empfehlungs- und Bewertungsmöglichkeiten, welche zur Kontrolle dienen.
4. Consumption-based pricing: Angebote der Sharing Economy erfolgen in ihrer Abrechnung meist minutengenau und basieren somit nicht auf Pauschalpreisen.

2.6 Branchenübersicht

Die Sharing Economy kann in mehrere Konsumbereiche unterteilt werden. Im Folgenden werden diese aufgelistet und anhand von Beispielen verdeutlicht.

Equipment

Diese Branche kann in Bezug auf das Equipment in drei Subbranchen unterteilt werden: Geräte, Betriebsmittel und Maschinen. Je nach Branche bieten Unternehmen die Möglichkeit beispielsweise medizinisches Gerät, Büroartikel oder schwere Maschinen gemeinsam zu nutzen. Hier sind vornehmlich Interaktionen im Business-to-Business-

Bereich zu verbuchen, wobei gerade bei Büroartikeln auch Transaktionen zwischen Unternehmen und Privatleuten stattfinden können.

Güter

Über Portale wie leihdirwas.de können deutschlandweit Bücher, Spiele, Elektronik und Filme von Privatpersonen verliehen werden. Nachbarschaftsportale verfolgen ebenso die Intention Alltagsgegenstände untereinander zu verleihen. Beispiele sind Portale wie nebenan.de oder depot.social⁴. Anbieter können hier mit einer kleinen Leihgebühr Geld hinzuverdienen, die nachfragende Partei zahlt im Vergleich zu herkömmlichen Leihangeboten meist weniger Gebühren.

Mobilität

Das CarSharing gehört zu den meist verbreiteten Sektoren der Share Economy. Hierunter fallen zum einen Systeme, die das Leihen von Autos ermöglichen, zum anderen auch Plattformen zum Bilden von Fahrgemeinschaften. Bei Angeboten wie DriveNow kann der Kunde über eine App das nächststehende Auto ausfindig machen und buchen. Insgesamt sind bei den rund 150 CarSharing-Unternehmen in Deutschland um die 1,04 Mio. Fahrerrechtigte registriert (vgl. Scholl et al. 2015, S. 22), wobei diese Zahlen rein gewerbliche Anbieter umfassen.

Kleidung

Der Gebrauchtwarenmarkt für Kleider findet nicht nur auf Flohmärkten oder in Secondhand-Läden statt. Webbasierte Plattformen ermöglichen es den Nutzern, ihrer getragenen Kleidung zu einem zweiten Leben zu verhelfen. Die größte Plattform ist Ebay, wobei diese schon lange nicht mehr nur auf Gebrauchtgegenstände im Allgemeinen oder Kleidung im Besonderen, ausgelegt ist. Neben Ebay ist im deutschsprachigen Raum vor allem Kleiderkreisel bekannt. Hier werden ausschließlich Kleidungsstücke und Accessoires zwischen Privatleuten gehandelt.

Finanzen

Die Finanzbranche innerhalb der Sharing Economy kann in zwei Bereiche unterteilt werden: einerseits bieten Plattformen einen Marktplatz für Privatleute, um einander Geld zu leihen, andererseits haben private Akteure die Möglichkeit Kapital in Firmen fließen zu lassen. Eine Verknüpfung mit Social Sharing (siehe Kapitel 2.7) im Sinne eines Crowdfundings ist ebenfalls denkbar.

⁴ Hier gibt es momentan leipzig.depot.social und halle.depot.social als weitere Domains.

Bildung

In der Bildungsbranche sind vor allem Plattformen anzutreffen, die den Informationsaustausch und das gemeinsame Zusammentragen von Informationen ermöglichen. User können sich so selbst Wissen aneignen oder eigenes Wissen anderen zur Verfügung stellen.

Lebensmittel

Kollaborative Konzepte werden im Bereich der Lebensmittel unter dem Begriff „FoodSharing“ subsummiert. Die gleichnamige Plattform wünscht mit ihrem Konzept eine Reduzierung der Lebensmittelverschwendung zu erreichen. Genauer wird auf die Plattform unter dem Punkt „Social Sharing“ eingegangen sowie in der Unternehmensvorstellung Plattformen wie diese verfolgen mit ihren Angeboten eine Senkung des Ressourcenverbrauchs und wollen ihre Nutzer sensibilisieren.

Medien

Im Bereich Medien sind vor allem Dienste wie Spotify, Netflix und Amazon Prime zu nennen. Obwohl in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen teils aufgeführt ist, dass eine gemeinsame Nutzung einzelner Accounts nur zulässig ist, wenn mehrheitlich dieselbe IP-Adresse genutzt wird, erfreut sich das Teilen der Accounts gerade bei jungen Menschen großer Beliebtheit.

Raum

Hierunter fallen nicht nur privatgenutzte Räumlichkeiten, sondern auch Büro- und Lagerräume. Im Bereich Übernachten sind nach Zahlen des Forschungsprojektes Peer-Sharing, Airbnb, Couchsurfing, 9Flats und Wimdu die Plattformen mit den meisten Nutzern (vgl. ebd., S. 32.) Mit mehreren Millionen registrierter Nutzer, ist Airbnb zu einem wichtigen Akteur in der Tourismusbranche geworden und steht vor allem in Ballungsgebieten in Konkurrenz zu etablierten Hotels.

2.7 Interaktionsmodelle⁵

Im Folgenden soll ein ganzheitlicher Überblick über die möglichen Interaktionskonstellationen und die dazugehörigen Formen des Tauschens gegeben werden. Hierdurch werden zum Teil Angebote mit aufgeführt, welche im Gegensatz zu der oben getroffenen Definition stehen.

⁵ Dieser Abschnitt ist in überarbeiteter Form der Hausarbeit „Teilen statt besitzen – Sharing Economy als nachhaltige und solidaritätsfördernde Alternative zur Konsumgesellschaft?“ entnommen.

Peer-to-Peer-Sharing (P2P)

Unter Peer-to-Peer-Sharing wird in der Fachliteratur „die verlängerte beziehungsweise intensivere Nutzung von Produkten durch Tauschen, Verschenken, Weiterverkaufen, Verleihen, Vermieten oder Co-Using zwischen Privatpersonen betrachtet“ (Scholl et al. 2015, S. 6) verstanden. Aufgrund des breitgefächerten Verständnisses, kann nahezu jede Art des Teilens auf dieser Ebene stattfinden (vgl. Buczynski 2013, S. 58f.). Beim Peer-to-Peer-Sharing wird zwischen einer verlängerten und einer intensiveren Nutzung durch Sharing unterschieden. Im Bereich der verlängerten Nutzung sind die dauerhafte und unentgeltliche Weitergabe eines Gutes, der Tausch eines Gutes gegen ein anderes und der Weiterverkauf eines gebrauchten Gutes vorzufinden (vgl. Scholl et al. 2015, S. 11f.). Eine intensivere Nutzung wird durch die gleichzeitige und gemeinsame Nutzung eines Gutes, die temporäre und unentgeltliche Nutzung eines Gutes und der temporären Nutzung eines Gutes gegen Entgelt erreicht (vgl. ebd., S. 12). Internetbasierte Plattformen und Applikationen für Smartphones ermöglichen das Sharing unter Gleichgesinnten ohne die Beteiligung von Firmen als direkte Vermittler von Diensten oder Gütern. Beispiele für das P2P-Sharing sind Airbnb, Nachbarn.de, Kleiderkreisel und im Bereich der Mobilität Angebote wie BlaBlaCar und SnappCar. Bei Airbnb kann der eigene Wohnraum gegen Entgelt zur Nutzung für andere angeboten werden. Ob es sich hierbei um eine Ferienwohnung oder tatsächlich die eigene Wohnung handelt, ist einem selbst überlassen. Ebenso welcher Teil der Fläche zur Nutzung freigegeben wird. Nachbarn.de ist ein soziales Medium, auf welchem die verschiedensten Dienstleistungen, Güter oder auch einfach nur Rezepte getauscht und geteilt werden können. Die Plattform hat dabei vor allem die Solidarisierung mit der unmittelbaren Nachbarschaft in den Fokus gerückt. Kleiderkreisel ermöglicht es seinen Nutzern untereinander abgelegte Kleidungsstücke zu verkaufen oder zu verschenken. BlaBlaCar und SnappCar ermöglichen es schlussendlich das eigene Auto entweder ganz zur gemeinsamen Nutzung freizugeben oder eine temporäre gemeinsame Nutzung im Sinne einer Fahrgemeinschaft anzubieten.

Business-to-Peer-Sharing (B2P)

Bei Business-to-Peer-Modellen bieten Unternehmen Kunden die vorübergehende Nutzung von Gütern an. Besonders für die Kunden ergeben sich mehrere Vorteile: es erfolgt keine hohe finanzielle Belastung durch die Anschaffungskosten für den Produktkauf, Kunden gewinnen an Flexibilität und werden nicht durch Reparatur- oder Instandhaltungskosten belastet. Beispiele hierfür sind vor allem in der Mobilitätsbranche oder bei hochpreisigen Werkzeugen zu finden. Car-Sharing ermöglicht den Gebrauch von Automobilen, wenn ein solcher benötigt wird – ohne einen hohen fixen Monatsbetrag für die

Leasingrate oder Versicherungsgebühren. Das Modell hat auch in andere Branchen Eingang gehalten. Media Markt bietet seinen Kunden mit der „Miet-mich!“-Option die temporäre Nutzung kostspieliger Technik an. Bei Unternehmen wie myonbelle können Nutzer für einen festen monatlichen Betrag Kleidung mieten, anstatt den Stapel ungetragener Kleidung zu Hause zu vergrößern.

Das B2P-Modell kann auch umgekehrt praktiziert werden – die Bezeichnung ändert sich dann entsprechend in Peer-to-Business-Sharing um. Kennzeichnend ist das temporäre Zurverfügungstellen von Ressourcen für Unternehmen durch Privatpersonen. Dies ist vor allem beim Crowdfunding⁶ aufzufinden. Seiten wie rebuy.de ermöglichen den verlängerten Gebrauch von technischen Geräten wie Smartphones, Konsolen und Musikanlagen sowie von Büchern, Spielen und Filmen. Privatleute verkaufen ihre gebrauchten Gegenstände an rebuy, das Unternehmen bietet sie wiederum anderen Menschen zum Kauf an. Neben dem regulären B2P-Sharing formt sich immer häufiger ein Government-to-Peer-Sharing aus: öffentliche Institutionen beteiligen sich an der Sharing Economy. Beispiele hierfür sind Stadtwerke mit ihren Verkehrsverbänden, die E-Mobilitätsangebote schaffen – z.B. die Möglichkeit E-Bikes oder E-Roller auszuleihen oder sich selbst im Bereich des Carsharings einbringen. Hier sind beispielsweise auch öffentliche Leihbibliotheken anzusiedeln.

Business-to-Business-Sharing (B2B)

Wie der Name bereits vermuten lässt, wird unter diesem Modell das Teilen unter Unternehmen verstanden. Vor allem kleine Handwerkerbetriebe profitieren von diesem Modell. Für einen festen monatlichen Betrag können Gerätschaften von anderen Firmen gemietet werden. Auch für immer mehr Landwirte wird dies Modell interessant. Durch technische Neuerungen an landwirtschaftlichen Maschinen, ist der Endpreis eben jener Geräte enorm gestiegen. Für mittelständische Betriebe ist die alleinige Anschaffung von Maschinen daher nicht immer rentabel. Abhilfe schaffen B2B-Modelle oder der Zusammenschluss und gemeinsame Ankauf der Geräte und Maschinen (vgl. Theurl et al. 2015, S. 92). Solche Maschinenringe sind kein Novum – eine der ersten landwirtschaftliche Vereinigung zum gemeinsamen Nutzen der benötigten Geräte, wurde 1958 in Bayern gegründet.⁷

⁶ Crowdfunding bezeichnet eine Art von Finanzierung durch mehrere Internetnutzer. Über entsprechende Internetseiten (persönliche Homepages oder spezielle Plattformen) wird zu einer Beteiligung an einem Projekt oder einer Unternehmensgründung aufgerufen. In diesem Fall wird die Investition meist vergütet. Crowdfunding kann auch für soziale Projekte erfolgen. In privaten Krisensituationen rufen Menschen zu Spenden auf, um unterstützt zu werden.

⁷ Die gemeinsame Nutzung landwirtschaftlicher Geräte wird aber wohl auch schon vor 1958 stattgefunden haben.

Social Sharing

Sowohl im P2P-, als auch im B2P-Bereich kann die Partizipationsmotivation monetärer oder non-monetärer Natur sein. In letzterem Fall wird von Social Sharing gesprochen. Das Teilen erfolgt hier auf Grund ideeller gesellschaftlicher Ansichten, weshalb Ressourcen ohne einen Profitanspruch zur Verfügung gestellt werden (vgl. Kindel et al. 2015, S. 58). Hierunter fällt die unentgeltliche Nutzung von Werkzeugen der Nachbarn genauso wie öffentliche Bücherschränke, das private „Vermachen“ von Gegenständen, zur weiteren Nutzung im Familien- oder Freundeskreis oder Portale wie Foodsharing.de. Letzteres ermöglicht es Privatpersonen oder Unternehmen wie Restaurants und kleinen Lebensmittelgeschäften, überschüssige Lebensmittel in digitalen Essenskörben für die Gemeinschaft anzubieten. Anhand einer Übersichtskarte werden alle angebotenen Essenskörbe aufgeschlüsselt. Mitglieder der Community können miteinander in Kontakt treten und die Abholung der Essenskörbe vereinbaren. Dabei sind Lebensmittel, die auf eine feste Kühlkette angewiesen sind, ausgeschlossen. Ein weiteres Beispiel für Social Sharing ist die Plattform couchsurfing.com. Hier haben Reisende die Möglichkeit weltweit kostenlose Unterkünfte zu finden. Es soll jedoch nicht nur ein Platz zum Schlafen, sondern auch der Kontakt zu Einheimischen und somit ein Zugang zu fremden Kulturen, vermittelt werden.

2.8 Nutzungsmotive und Partizipationsziele

Im Folgenden sollen die Nutzungsmotive und Partizipationsziele der Akteure beleuchtet werden. Die Grenzen sind hierbei nicht immer klar zu ziehen, weshalb von einer genauen Unterscheidung abgesehen wird. Kindel et. al führen an, dass die Partizipation an der Sharing Economy unterschiedliche Gründe haben kann, welche von der jeweiligen Zielgruppe abhängen (vgl. 2015, S. 59). Laut Botsman und Rogers kann die Motivation für eine Partizipation demnach breit gefächert sein: „Motivation can range from saving money to making money, from convenience to meeting friends, from saving space to saving time, from feeling a part of a community to ‘doing the right thing““ (2011, S. 73). Belk stellt die Gegenseitigkeit der Partizipanten als wichtiges Nutzungsmotiv heraus (vgl. Belk 2010, S. 716). Die Akteure können davon ausgehen ebenso von geteilten Gütern zu profitieren, wenn sie ihren eigenen Güterstock zugänglich machen. Ein weiteres Motiv stellt der persönliche praktische Nutzen dar, indem beispielsweise ökonomische Einsparungen getroffen werden können (vgl. ebd., S. 728). Ein Beispiel hierfür stellt das Car-Sharing dar – anstatt hoher monatlicher Kosten bezahlt man nur für ein Auto, wenn man es tatsächlich benötigt.

Ein weiterer Partizipationsgrund kann im ökonomischen Bereich liegen. Botsman und Rogers bezeichnen Teilnehmer kommerzieller Sharing Economy auch als „Microentre-

preneure“ (2011, S. XVII). Sie können durch das Verleihen ihrer ungenutzten Güter zusätzliches Einkommen für ihren Haushalt generieren. Ökonomische Aspekte zielen also einerseits auf Kosteneinsparungen, andererseits auf generierbares Einkommen ab (vgl. ebd., S. 113).

Weitere Nutzungsmotive sind im sozialen Bereich auszumachen. Foodsharing verknüpft nicht nur Nachhaltigkeit, sondern bringt auch die Möglichkeit Gleichgesinnte zu treffen und sich zu vernetzen. Rein altruistische Motive sind ebenfalls vertreten, obgleich diese laut Botsman und Rogers nur sehr selten auftreten (vgl. ebd., S. 71). Nachhaltigkeit als alleinstehendes Motiv, bzw. eine bessere Nutzung bestehender endlicher Ressourcen, ist ebenso vertreten (vgl. ebd., S. 74).

3 Chancen und Risiken der Sharing Economy

Die Chancen und Risiken, die sich für die Teilnehmer der Sharing Economy ergeben, können unterschiedlich kategorisiert werden. In einem ersten Schritt werden sie im Folgenden als schlichte Vorund Nachteile von Usern und Unternehmen aufgeschlüsselt, bevor nachfolgend die allgemeine Betrachtung anhand von Chancen für die Teilnehmer, die Gesellschaft oder auch die Umwelt sowie für Risiken dieser dargestellt und ausgeführt werden. User der Sharing Economy profitieren von einer relativ hohen Benutzerfreundlichkeit der einzelnen Plattformen, wodurch ein hohes Maß an Zugänglichkeit gewährleistet werden kann. Angebote sind nicht nur im „klassischen“ World Wide Web abrufbar, sondern auch über Applikationen auf dem Smartphone. Zudem sind die angebotenen Dienstleistungen und Waren deutlich preiswerter als in der regulären Anschaffung. Gleichzeitig bietet sich den Usern die Möglichkeit selbst zum Anbieter zu werden und somit weiteres Haushaltseinkommen zu generieren. Hierfür sind keine beruflichen Vorkenntnisse oder eine Ausbildung notwendig.

Nachteile liegen zum einen in einer Beschneidung der Privatsphäre, indem immer mehr personenbezogene Daten durch die Angebotsnutzung preisgegeben wird, zum anderen in einer mangelnden Gewährleistung bei Inanspruchnahme der Angebote. Aufgrund teils mangelnder Regulierung basiert die Sharing Economy auf einem Bewertungssystem der Nutzer und dem daraus generierten Vertrauen ineinander. Hiermit wird versucht eine mangelnde rechtliche Absicherung bzgl. der Gewährleistung zu kompensieren. Zeitgleich besteht eine mangelhafte Transparenz innerhalb dieses Systems in Bezug auf die Bewertungen, das Zustandekommen von Angebotspreisen und möglicher Beschäftigungsverhältnisse. Letztere sind zumeist durch eine Unsicherheit geprägt, da die Plattformen nur als Vermittler tätig werden – sie treten also nicht als direkter Arbeitgeber auf. Diese daraus resultierende Scheinselbstständigkeit (hierbei kommt es allerdings auf die Bran-

che und die Art der Angebote an; ein Beispiel für eine Scheinselbstständigkeit bei Unternehmen wäre Uber), führt zu einer hohen beruflichen Unsicherheit aufgrund fehlender Festanstellungen.

Auf Unternehmensseite sind als Vorteile vor allem neue Geschäftsmodelle und der Zugang zu Nutzerdaten aufzuführen. Hierdurch kann Wachstum vorangetrieben werden. Unterstützt werden diese Entwicklungen durch innovative neue Technologien, welche für Unternehmen eine Effizienzsteigerung bedeuten und zu Kosteneinsparungen führen (ein Beispiel hierfür ist das Cloud-Computing).

In nahezu dem Maße, in welchem sich neue Geschäftsmodelle erschließen, können etablierte Branchen zum Nachteil der Unternehmen jedoch auch verdrängt werden. Hier werden teils hohe Investitionen in neue Geschäftsstrukturen notwendig, um den wirtschaftlichen Wandel innerhalb der einzelnen Branchen bestehen zu können. Ein Ziel der Sharing Economy ist eine nachhaltigere Ressourcennutzung – daraus ergeben sich jedoch auch geringere Verkaufszahlen und somit ein teils sinkender Umsatz für die Unternehmen. Veränderte Kundenwünsche verlangen zudem ein Umdenken im Marketing und erfordern auch hier eine Investition in neue Strukturen.

Aus diesen Vor- und Nachteilen für Teilnehmer und Unternehmen, ergeben sich weiterreichende Chancen und Risiken, die nun zusammengefasst werden sollen. Allerdings sind sie sowohl im Positiven wie auch im Negativen nur als Möglichkeiten zu verstehen – die Aufzählung beansprucht nicht aktuelle Tatsachen widerzugeben.

Die Sharing Economy birgt das Potenzial eine gerechte und nachhaltige Marktwirtschaft zu etablieren. Es werden weniger Produkte gefertigt, die gefertigten Produkte hingegen länger gebraucht, wodurch weniger Produktionsabfall entsteht. Durch gesunkene Partizipationskosten ist es jedoch auch mehr Menschen möglich in einem größeren Umfang an der Wirtschaft teilzunehmen. Momentan ist die Sharing Economy zu kommerzialisiert, um diesem Potenzial vollumfänglich gerecht zu werden. Einzelne Unternehmen und Projekte versuchen dennoch dem Potenzial gerecht zu werden. Zudem kann sich die Lebensdauererweiterung einzelner Produkte im Einzelfall auch ökologisch nachteilig auswirken. Teilweise ist es sinnvoller ineffiziente Altgeräte wie Kühlaggregate gegen modernere und stromsparendere Modelle einzutauschen (vgl. Ludmann 2018, S. 13). Hierdurch entstehen Anschaffungskosten und weiterer Produktionsmüll, was den ökologischen Nutzen schmälern kann.

Geringe Partizipationskosten ermöglichen es auch finanziell schwach aufgestellten Menschen Produkte zu nutzen. Somit kann eine allgemein stärkere Teilhabe an der

Marktwirtschaft generiert werden. Durch die Verlagerung der Konsumart, ist jedoch kein Rebound-Effekt⁸ zu befürchten.

Die geringen Partizipationskosten ermöglichen beispielsweise Maschinenringe. Durch Dienste wie Uber X oder Airbnb erhalten Teilnehmer die Möglichkeit eigenes Einkommen zu generieren. Dies wird allerdings nicht nur durch die Sharing Economy geleistet. Maschinenringe gab es schon vor Jahrzehnten; in der DDR war die gemeinsame Nutzung landwirtschaftlicher Gerätschaften eine übliche Erscheinung.

Die geringen Startinvestitionen innerhalb der unterschiedlichen Branchen in der Sharing Economy ermöglichen es einer Vielzahl von Start-Ups ihre Geschäftsmodelle in der Wirtschaft zu launchen. Geringere Finanzierungshürden können also mehr Menschen in die Selbstständigkeit bringen.

Durch das Flatsharing – einer temporären Vermietung des eigenen Wohnraumes – kann ein breites zusätzliches Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten geschaffen werden. Die Unterbringungskosten pro Person liegen dabei trotz teils hochwertiger Ausstattung weit unter den Kosten, die für ein vergleichbares Hotelzimmer anfallen. Im besten Fall ermöglicht die Nutzung privater Ferienwohnung oder Fremdenzimmer einen authentischeren Zugang zu fremden Kulturen und das Vernetzen mit Einheimischen. Durch Kosteneinsparungen bei der Unterbringung, kann es mehr Menschen ermöglicht werden unabhängig ihrer sozialen Schicht zu verreisen – die Mobilität der Teilnehmer wird dadurch erhöht. Eine erhöhte Mobilität geht jedoch auch mit einem höheren Ausstoß von Emissionen einher. Sozial kann hier also viel gewonnen werden, bei mangelnden nachhaltigen Reisekonzepten kann sich dies jedoch auch nachteilig auf die Umwelt ausüben.

Allgemein kann die Sharing Economy durch ihre Angebote (sofern sie nicht allzu kommerzialisiert und auf Profit aus sind) das gesellschaftliche Miteinander fördern, soziale Kontakte zustande bringen und das Solidaritätsgefühl der Gemeinschaft wieder erstarken lassen. Hierfür müssen allerdings bestehende Strukturen aufgebrochen und überwunden werden. Sie kann ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit schaffen und stärken, wenn entsprechende Behörden und Organisationen die dafür notwendige Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit leisten. Durch die enge Verknüpfung dieser Wirtschaftsbranche mit technologischen Neuerungen, kann sie die Digitalisierung innerhalb der Wirtschaft voranbringen und zeitgleich Innovationen begünstigen. Diese Chance ist jedoch auch eng mit Risiken der Sharing Economy und der Digitalisierung verbunden. Die erhobenen Nutzerdaten könnten missbraucht werden – wie wahrscheinlich dies ist, wird kurz unter dem entspre-

⁸ Effizienzsteigerungen führen zu einer Kostensenkung für die Konsumenten. Dies kann zu einem veränderten Konsumverhalten führen: Nutzer verbrauchen mehr, die ursprünglichen Einsparungen werden somit aufgewogen.

chenden Risikopunkt resümiert. Sie birgt die Chance den Netzausbau schneller voranschreiten zu lassen, indem sich Telekommunikationsunternehmen beispielsweise eine gemeinsame Infrastruktur teilen, bzw. die hierfür notwendigen Investitionskosten gemeinsam aufbringen. Dies zu erreichen wäre jedoch wahrscheinlicher, wenn der Ausbau komplett der öffentlichen Hand zufiele und sich Netzbetreiber nur noch auf das bestehende Netz aufmieten könnten, anstatt es selbst zu besitzen und somit die dazugehörige Infrastruktur zu kontrollieren. Durch geringere Betriebskosten für Unternehmen durch Cloud Computing, wird eine höhere unternehmerische Sicherheit geschaffen, welche sich in der Schaffung neuer Arbeitsplätze niederschlagen kann. Fakt ist jedoch auch, dass durch ein Voranschreiten der Sharing Economy in einzelnen Branchen Arbeitsplätze wegfallen werden – ebenso im Zuge einer konsequenten Digitalisierung. Werden jedoch die Vorteile des Teilens genutzt, muss dies nicht zwangsläufig zu einem Rückstand des gesellschaftlichen Wohlstandes führen. In den genannten Vorteilen für Teilnehmer und Unternehmen sowie in den Chancen der Sharing Economy, lassen sich die unter 2.8. aufgeführten Nutzungsmotive teils wiederfinden. Eine Nutzung scheint also besonders stattzufinden, weil an die positiven Effekte der Sharing Economy geglaubt wird.

So groß die Chancen jedoch auch sein mögen, birgt die Sharing Economy auch eine Reihe von Risiken für ihre Akteure.

Der Nachhaltigkeitsaspekt im Rahmen der Sharing Economy ist einer der wichtigsten Anreize. Zeitgleich sinken dadurch jedoch auch die Verkaufszahlen der Unternehmen. Dies könnte zur Folge haben, dass Produkte einen künstlich verkürzten Lebenszyklus erhalten, um wieder höhere Absatzzahlen erzielen zu können. Je nach Handhabung würde dies jedoch bei Produkttesten auffallen, das Risiko ist also als eher gering zu bewerten. Durch geringere Stückzahlen werden auch weniger Arbeiter benötigt, um die Produkte zu fertigen. So kann die Sharing Economy also nicht nur neue Branchen erschließen und dort Arbeitsplätze schaffen, es besteht ebenso das Risiko, dass ein Stellenabbau in herkömmlichen Branchen erfolgt. Die prekären Arbeitsverhältnisse innerhalb der Sharing Economy können zu einer höheren Anfälligkeit für krankheitsbedingte Ausfälle führen. Es besteht allgemein die Gefahr, dass Arbeitnehmer zu „gläsernen Menschen“ werden.

Ein weiteres Risiko der Plattformökonomie ist der potenzielle Missbrauch personenbezogener Daten und die hier teils mangelnde Regulierung. Doch auch hier wirken aktuelle Datenschutzgesetze den Risiken entgegen; zumindest im europäischen Nutzungsraum. Hiermit kann eine mangelnde Transparenz im Umgang mit den gesammelten Daten und der Verarbeitung einhergehen. Die bis Weilen laxen Regulierung birgt im Unterkunftssektor

die Gefahr, dass Stadtbewohner an Randbezirke verdrängt werden, um attraktive Standorte für mehr Geld an Touristen zu vermieten. Touristische Hotspots haben dem oftmals bereits einen Riegel vorgeschoben, indem sie strenge Regulierungen angestoßen haben, die eine Verdrängung der Stadtbevölkerung zugunsten des Tourismus verhindern soll. Auch wenn es hier nun teils strengere Bestimmungen gibt, ist das Flatsharing bei Nutzern sehr beliebt. Hier kann es jedoch zu Vandalismus, Diebstahl oder einer allgemein sinkenden Sicherheitslage (z.B. innerhalb der Nachbarschaft, wenn vornehmlich Wohnungen temporär an feierwütige Menschen vermietet werden) kommen. Airbnb wirkt dem beispielsweise entgegen, indem an vielen Orten die alleinige Vermietung zu Partyzwecken untersagt ist. Die primären Risiken, die mit der Sharing Economy einhergehen, können also teils entkräftet werden. Dennoch bleibt die Möglichkeit von Rebound-Effekten oder einer Monopolisierung und Ausweitung der Schere zwischen arm und reich als reales Risiko bestehen. Da dies zwei Argumente sind, die immer wieder von Kritikern der Sharing Economy aufgegriffen werden, wird hierauf im folgenden Kapitel eingegangen.

4 Kritik am Wirtschaftsmodell der Sharing Economy

Seit ihrer Etablierung, gerät die Sharing Economy immer wieder in die Kritik. Kritiker beklagen, dass die idealistischen Werte, welche gemeinsam mit den Angeboten der Sharing Economy vermarktet werden, lediglich als Deckmantel der kapitalistischen Geschäftsausrichtung herhalten und das Labeln als Sharing Economy ausschließlich als clevere Marketingstrategie fungiert: es wird das Bedürfnis der Menschen nach Nachhaltigkeit und Gemeinschaft angesprochen (vgl. Dörr und Goldschmidt 2016, Haese 2015). Das Wachstum der einzelnen Branchen wird dabei auf unlautere Geschäftspraktiken, wie das Umgehen von Steuerzahlungen und arbeitsrechtlichen Regulierungen zurückgeführt.

Der Widerspruch zwischen idealistischem Wunschdenken und marktwirtschaftlicher Praxis liegt laut Kritikern bereits im Begriff der Sharing Economy (vgl. Slee 2016, S. 3ff. oder auch Wewer 2016, S. 155). Der Bestandteil „Teilen“ suggeriert, „dass dabei kein Geld im Spiel ist oder dass der Austausch zumindest durch Großzügigkeit, durch den Wunsch zu geben und zu helfen, motiviert ist“ (Slee 2016, S. 3). Dennoch sind vormals idealistische und altruistische Motive mittlerweile nahezu vollständig kommerzialisiert worden. Somit verdrängt die Sharing Economy „also sozialen Tausch, bei dem es nicht um Geld ging, und unterwirft der kapitalistischen Verwertungslogik noch Bereiche, die sie bisher nicht durchdrungen hatte“ (Wewer 2015, S. 174f.). Hier wird der Widerspruch der Terminologie deutlich: Während »Wirtschaften« auf einen Vorteil, einen Gewinn, auf Profit abzielt, meint »Teilen« das eigentlich gerade nicht“ (ebd., S. 155). Die These Eigentum verliere an Be-

deutung, sei ebenso falsch, wie die Vereinbarkeit von Kapitalismus und Altruismus der Sharing Economy (Haese 2015). Belk spricht hier von „Pseudo Sharing“, das heißt von kapitalistischen Modellen, welche unter dem Deckmantel des pro-sozialen Sharing-Gedankens operieren, jedoch neue, kreative Geschäftsmodelle darstellen: „Pseudo-sharing is a business relationship masquerading as communal sharing. It may not be altogether unwelcome and it may be beneficial to all parties as well as friendly to the environment. But it is not sharing, despite promoters often employing a sharing vocabulary” (Belk 2014,

S. 11). Den Plattformbetreibern wird vorgeworfen, dass sie Preise traditioneller Unternehmen nur auf Kosten ihrer Mitarbeiter unterbieten können. Hier schwingt der Vorwurf mit, dass Unternehmen wie Uber sich an den Leistungen anderer bereichern, indem teils hohe Vermittlungsgebühren erhoben werden. Zeitgleich weisen sie jedoch jegliche Verantwortung für die vermittelten Dienstleister von sich, welche als Freiberufler agieren (vgl. Baumgärtel 2014). Durch diese Scheinselbstständigkeit werden arbeitsrechtliche Bestimmungen umgangen und Menschen ebenso wie Güter zu Ware der Sharing Economy erhoben.

Über die regulatorischen Aspekte hinaus wird kritisiert, dass die Sharing Economy oftmals nicht mit Nachhaltigkeit kompatibel ist. Angebote wie Airbnb verschärfen in Großstädten und Ballungsräumen den Wohnungsnotstand und führten somit schon zu zahlreichen Reaktionen seitens der Politik (vgl. hierzu den Bericht des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie 2018). Neben mangelnden nachhaltigen Lösungen im Wohnungsmarkt, ist es zudem fraglich, ob eine Nachhaltigkeit im ökologischen Sinne gegeben ist. So kommt es beispielsweise vor allem in New York aufgrund von Uber zu Rebound-Effekten und die registrierten Taxifahrten nahmen zu (vgl. Ratzesberger 2015).

Ein weiterer Kritikpunkt ist das erhebliche Gefahrenpotenzial für die Privatsphäre, welches sich aus der Nutzung der Plattformen ergibt. Die den Anbietern zur Verfügung stehenden Daten sind teils sehr ausgiebig – sie geben Auskunft über Standorte, Vorlieben, Interessen und allerlei personenbezogener Informationen. In diesem Kontext warnt Wewer davor, dass der Nutzer zu einem gläsernen Menschen wird und im Rahmen der Bewertungspraktik der Sharing Economy ganz in der gläsernen Ökonomie ankommt (vgl. Wewer 2016, S. 170). Allerdings trifft dies nur auf den Teil der Bevölkerung zu, der Zugang zum Internet und somit zu den Angeboten der Sharing Economy hat. Durch diese Exklusivität entsteht eine informationelle Ungerechtigkeit. Doch auch wer partizipieren kann, ist nicht vor Benachteiligungen gefeit: Edelman und Luca haben in einer Fallstudie aus dem Jahr 2014 untersucht, inwieweit Nutzer sich auf der Plattform Airbnb mit Diskriminierung konfrontiert sehen: Anbieter europäischer Abstammung können um 12% höhere Preise durchsetzen

als Anbieter afro-amerikanischer Herkunft (vgl. Edelman und Luca 2014). Zudem werden Angebote der Sharing Economy dann problematisch, wenn sie nicht wahrgenommen werden, weil man moralischen oder ökologischen Idealen naheifert, bzw. durch weniger Besitz flexibler in seiner Lebensgestaltung sein möchte, sondern vielmehr auf solche Angebote zurückgegriffen werden muss, da man sich eigenen Besitz nicht leisten kann und andererseits nicht am Markt partizipieren könnte. Eine solche Eigentumsverschiebung führt zu einer Monopolisierung in verschiedensten Bereichen der Sharing Economy und kann das Gefälle zwischen arm und reich stetig vergrößern. Hinzu kommt, dass die Unternehmen, die hinter den Sharing-Plattformen stehen, können ganze Branchen ins Wanken bringen, ohne dass ihnen die vermittelten Wohnungen, Dienstleistungen oder Güter gehören. Lobo kritisiert, dass die Sharing Economy somit lediglich ein Kapitalismus im neuen Gewand ist und „Sharing-Ökonomie [...] bloß ein euphemistisch benannter Aspekt einer neuen digitalen Wirtschaftsordnung: Plattform-Kapitalismus“ sei (Lobo 2014).

Teil B

5 Kapitalismus

Mit „Kapitalismus“ wird eine Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung bezeichnet, in welcher das Privateigentum an den Produktionsmitteln dominiert und eine dezentrale Planung der Wirtschaft vorherrscht. Dabei wird der Kapitalismus durch drei Merkmale charakterisiert (vgl. hierzu Boltanski und Chiapello 2003). Als erstes Merkmal ist die Akkumulation des Kapitals zu nennen. Marktakteure reinvestieren vorhandenes Kapital zur stetigen Gewinnmaximierung. Das Kapital wird dabei zu einem abstrakten Gegenstand erhoben, da es von materiellen Erscheinungsformen losgelöst wird. Durch diese Abstraktion verselbstständigt sich der Kreislauf der Akkumulation – die Reinvestition des Kapitals dient fortan keinem speziellen Zweck mehr, sondern wird einem Selbstzweck gerecht. Dabei ist der beschriebene Kreislauf unstillbar und kommt niemals zum Stillstand. Boltanski und Chiapello sehen einen Grund für diesen unstillbaren Prozess in der Anwesenheit konkurrierender kapitalistischer Einheiten. Die daraus resultierende Unruhe stellt eine ständige Motivation zur Akkumulation dar und ist zeitgleich das zweite Merkmal des Kapitalismus. Als drittes Merkmal heben die beiden Autoren die Lohnarbeit hervor. Anstatt Kapital zu besitzen, sind einige Mitglieder der Gesellschaft dazu gezwungen ihre Arbeitskraft zur Verfügung zu stellen, um ihren Lebensunterhalt zu sichern. Bezeichnend für die Lohnarbeit ist, dass die Arbeiter keinerlei Anspruch am gefertigten Produkt haben.

Gerade dies beschriebene Gefälle zwischen Arbeitern und Kapitaleigentümern zeigt auf, wie abwegig der Kapitalismus aus einer *sozialen* Perspektive heraus erscheint. Während

Arbeiter jegliches Recht am von ihnen produzierten Gut verlieren, sind Produktionsmitteleigentümer dem ständigen Akkumulations- und Konkurrenzdruck ausgesetzt. Somit muss sich für beide Akteure eine Rechtfertigungslücke auf tun. Der Kapitalismus reagiert mit Formen der Rechtfertigung auf die Widersprüchlichkeit seines Konzeptes und motiviert die Akteure somit immer wieder zur Teilhabe am kapitalistischen System. In den folgenden Abschnitten wird der Umgang des kapitalistischen Systems mit dieser Widersprüchlichkeit und der daraus resultierenden Kritik näher beleuchtet.

5.1 Der Geist des Kapitalismus

Der Kapitalismus ist also absurd. Die kapitalistische Akkumulation erfordert jedoch die Mobilisierung einer großen Anzahl an Personen, deren Gewinnaussichten gering sind „und denen innerhalb des globalen Akkumulationsprozesses jeweils nur ein winziger, in jedem Fall aber schwer zu ermessender Aufgabenbereich übertragen wird“ (Boltanski und Chiapello 2003, S. 43). Aus dieser Ausgangslage resultiert keine sonderlich hohe Motivation zur Partizipation am kapitalistischen System. Um dennoch eine starke Einbindung in die Arbeit zu erzielen, wird ein Sinn benötigt, welchem sich vor allem die Lohnarbeiter verschreiben können. Unter dem Geist des Kapitalismus kann also „eine Ideologie[...] [verstanden werden], die das Engagement für den Kapitalismus rechtfertigt (ebd.). Nimmt die gesellschaftliche Kritik überhand reagiert der Kapitalismus mit einer Neuausrichtung seines Geistes (zu den Formen der Kritik, siehe Abschnitt 5.2). Boltanski und Chiapello zu Folge können über die Entwicklung des Kapitalismus hinweg drei Formen des „Geistes“ ausgemacht werden (vgl. ebd. 2001, S. 463). Der erste Geist formte sich mit Ende des 19. Jahrhunderts und „entspricht einem Kapitalismus mit familialer Dominante“ (ebd.). Der zweite Geist, welcher sich auf große Industrieunternehmen konzentriert, ist in den 30er bis 60er Jahren des letzten Jahrhunderts zu finden, während der dritte Geist mit Beginn der 80er Jahre anbricht und die zunehmende Vernetzung von Unternehmen und die beginnende Digitalisierung zum Zentrum hat (vgl. ebd., S. 464).

5.2 Kapitalismuskritik

Ausgangspunkt für die Kritik an den jeweiligen kapitalistischen Ausformungen ist die Empörung an Missständen des Systems, wobei diese sich aus vier Quellen der Empörung speist (vgl. Boltanski und Chiapello 2003, S. 79f.): der Quelle der Entzauberung und fehlenden Authentizität der Dinge, Emotionen und Menschen, der Quelle der Unterdrückung durch die Marktherrschaft und Abhängigkeitsverhältnisse, der Quelle der Armut und Ungleichheit und der Quelle von Opportunismus und Egoismus. Bei der sich hieraus resultierenden Kritik wird zwischen Sozialkritik und Künstlerkritik unterschieden. Erstere befasst sich mit der Ausbeutung natürlicher und menschlicher Ressourcen, sozialer Un-

gleichheit, Armut und sozialer Ungerechtigkeit als Resultat der Wettbewerbslogik und der Produktionsverhältnisse. Sie ist vor allem in der Arbeiterbewegung seit dem 19. Jahrhundert vertreten. Letztere Kritik kreist um Themen wie Emanzipation, Verlust von Authentizität, Einzigartigkeit und Autonomie, Menschen als Instrument der Profitsteigerung und der Rationalisierung der Erwerbsarbeit. Sie wird von Künstlern und Intellektuellen getragen. Der Kapitalismus reagiert auf die unterschiedlichen Kritiken und passt sich ihr an, indem kritisierte Punkte des Systems ausgebessert werden (ein Beispiel hierfür ist die Thematisierung der Work-Life-Balance, nachdem die überhandnehmende Arbeitsbelastung im Kapitalismus zusehend kritisiert wurde). Die unterschiedlichen Kritiken werden dabei gegeneinander ausgespielt. Wirkte die Sozialkritik noch maßgeblich am zweiten Geist mit, reagierte der Kapitalismus im dritten Geist auf die Künstlerkritik. Die Beschäftigten haben nun flexiblere Arbeitsverhältnisse, sind aber auch von einem höheren Maß an Unsicherheit betroffen. Hier offenbart sich also ein neuer Kritikpunkt.

5.3 Der neue Geist des Kapitalismus

Der Geist des Kapitalismus und damit seine Rechtfertigung stecken momentan „in einer schweren Krise, von der eine wachsende Orientierungslosigkeit und gesellschaftliche Skepsis zeugen. Deswegen ist ein neues, mobilisierungstärkeres Ideologiesystem Voraussetzung für den Fortbestand des Akkumulationsprozesses, der sonst auf lange Sicht Gefahr läuft, sich auf eine Minimalargumentation zu verengen“ (ebd., S. 44). Boltanski und Chiapello bezeichnen dies Ideologiesystem als den neuen Geist des Kapitalismus. Ausschlaggebend für diesen neuen Geist ist die wieder erstarkende Sozialkritik, welche nun jedoch nicht mehr nur auf soziale Missstände im kapitalistischen System aufmerksam macht, sondern sich auch auf die Umweltkritik ausweitet. Einerseits formt der neue Geist sich aus dem Optimierungs- und Individualisierungsdrang der Gesellschaft, andererseits versucht er Kritikpunkten wie mangelnder Nachhaltigkeit und dem Wunsch nach Vernetzung entgegenzukommen.

6 Innovationen

Innovation ist „die Entwicklung, Einführung und Anwendung neuer Ideen, Prozesse, Produkte oder Vorgehensweisen, von denen Einzelne, Gruppen oder ganze Organisationen profitieren“ (Maier et al. 2001, S. 254-267). Dieser Nutzen wird jedoch zu Weilen leicht überstrapaziert. Gerade in der Produktwerbung wird regelrecht inflationär mit dem Attribut ‚innovativ‘ umgegangen. Nicht zu Unrecht merkt Marian Adolf bei seinen Erläuterungen zur Innovation an, dass es heutzutage kaum noch ein Entrinnen vor dieser Umschreibung gibt: „Kein Supermarktjoghurt auf dem nicht ein ‚jetzt neu und noch besser‘ prangt, keine

politische Sonntagsrede, in der nicht von Wettbewerbsvorteilen qua Innovation die Rede ist“ (Adolf 2012, S. 34). Dabei sind jedoch mehrere Dinge zu berücksichtigen: damit eine Idee, Entwicklung oder Produkt und dergleichen als innovativ gelten kann, muss ihr, beziehungsweise ihm, der Charakter der Neuheit zu eigen sein. Des Weiteren wird das Attribut „innovativ“ nur Erfindungen zugeschrieben, welche sich als erfolgreich herausgestellt haben. In diesem Zusammenhang spricht man von einem ex-post-facto Phänomen (ebd., S. 31). Dieser Erfolg hängt dabei maßgeblich von der die Innovation umgebenden Kultur und ihren Werten und Moden ab. Hier merkt Adolf die zeitliche Relationalität von Innovation an, welche sich „qua Erfolg [...] selbst aufzehrt“ – je erfolgreicher eine Innovation ist, desto schneller verliert sie den Reiz des Neuen bis sie schlussendlich den „Charakter als Neuerung“ komplett verloren hat (ebd., S. 30).

6.1 Konnotation

Das Attribut „innovativ“ wird also inflationär genutzt. Um dennoch bewerten zu können, ob die Sharing Economy ein innovativer Kapitalismus ist und inwiefern das Attribut „innovativ“ der Sharing Economy einen Wert zumessen kann, wird im Folgenden ein Blick auf die sich ändernde Konnotation des Attributes geworfen.

Im mittelalterlichen Europa traten Herrscher Neuerungen eher skeptisch gegenüber. Dies verwundert kaum, bedenkt man, dass ihnen vor allem an ihrem Machterhalt gelegen gewesen sein wird. Neue Ideen oder technische Errungenschaften hatten genauso wie heute das Potenzial, alte Strukturen aufzubrechen und die bisher bekannte Weltanschauung auf den Kopf zu stellen. Das wohl populärste Beispiel dürfte der Buchdruck mit beweglichen Lettern sein, welcher 1450 von Johannes Gutenberg erfunden wurde.⁹ Aufgrund eben dieser revolutionären Erfindung war es einem gewissen Mönch namens Martin Luther möglich, seine Thesen gegen den Ablasshandel und für eine Reformation der Kirche rasend schnell in Europa zu verbreiten. Ebenso wurde es dadurch auch für die kleinen Leute erschwinglich, die von ihm übersetzte Fassung der Bibel zu erwerben. Dies führte, auch wenn der aufgezeigte Verlauf und die Zusammenhänge natürlich äußerst vereinfacht dargestellt sind, zu einem Umbruch in Europa und der Spaltung der Kirche. Es trat also ein Resultat ein, wovor sich Monarchen, weltliche sowie kirchliche Fürsten im Zusammenhang mit Innovationen immer gefürchtet hatten: das altbekannte Weltbild, in welchem sie ganz klar die Herrscher waren, Gottes Vertreter auf Erden, wurde durch Fortschritt angegriffen und umstrukturiert. Daher verwundert es kaum, dass zur damali-

⁹ Im 8. Jahrhundert wurden Texte im asiatischen Raum bereits mit dem Blockdruck vervielfacht. Der bisher älteste Text wurde 1966 in Kyōngju, Korea gefunden. Er wird auf das Jahr 751 datiert (vgl. Kornicki 1988, S. 114-116).

gen Zeit Fortschritt und Innovationen recht negativ konnotiert waren. Dies änderte sich ab dem Zeitalter der Aufklärung durch das Vorhaben, durch rationales Denken und einer Hinwendung zu den Wissenschaften alle Strukturen, die den Fortschritt behinderten, zu überwinden. Heute ist der Begriff derart positiv konnotiert, dass es eigentlich nicht verwundern darf, dass er es zu einem inflationären Gebrauch durch die Menschen gebracht hat. Dies liegt vor allem daran, dass eine Innovation etwas Neues, teils nie Dagewesenes verspricht – mit etlichen Verbesserungen gegenüber dem bereits Bekannten und neuen Umsatzmöglichkeiten für die Wirtschaft. Dies Konzept passt zu der individualisierten Gesellschaft, in welcher wir heute leben. Durch den Anspruch der Nonkonformität, einem Drang sich selbst zu verwirklichen und von anderen abzuheben, hat sich auch der Anspruch an die Wirtschaft verändert (vgl. hierzu Reckwitz 2017).

6622 Sharing Economy als Innovation?

Wie aus einigen Stellen dieser Arbeit bereits hervorging, ist das Teilen von Ressourcen an sich nicht neu. Vor allem im privaten Bereich wurden vermutlich schon immer Güter und Dienstleistungen untereinander geteilt und verliehen. Selbst mit dem Aufkommen des industriellen Kapitalismus ist die Praktik „des Teilens, Aus- und Verleihens nie ganz verdrängt [worden]“ (Vogelpohl und Simons 2015, S. 7). Im Zuge der Digitalisierung wurde das Vernetzen und damit verbunden auch das Teilen wesentlich vereinfacht. Über das Internet kann eine Vielzahl von Angeboten und Nachfragen koordiniert werden; je höher die Nutzerzahlen und somit die eingestellten Angebotszahlen sind, desto attraktiver wird die Nutzung der Plattform. Vogelpohl und Simons bezeichnen dies als „positive Netzwerkeffekte“ (ebd.). Mit der Digitalisierung hat sich jedoch nicht nur der Umfang von Sharing-Angeboten vervielfacht, auch die Art des Teilens hat sich verändert. Fand vormals ein Teilen (eher) zwischen Familienmitgliedern oder im Freundeskreis statt, ermöglichen geringe Transaktionskosten nun auch „kleinteiliges und kurzfristiges Tauschen“ (ebd.) über Haushaltsgrenzen und den Bekanntenkreis hinaus.

In jedem Fall muss das online gestützte Sharing als gesellschaftliche Innovation betrachtet werden (vgl. hierzu auch Botsman und Rogers 2011 und Rifkin 2014). Es handelt sich um mehr als die bloße Einführung einer neuen Technologie – neben der technischen Umsetzung des Sharings, ist auch „eine Veränderung von Sharing Praktiken, sowie [der] sozialen, ökonomischen und ökologischen Auswirkungen der Ausbreitung dieser neuen Praktiken“ (Vogelpohl und Simons 2015, S. 7) zu sehen. Im Sinne der getroffenen Definition aus Abschnitt 6, erfüllt die Sharing Economy zudem alle Merkmale einer Innovation, ebenso bezogen auf den gesellschaftlichen, wie auch auf den wirtschaftlichen Part.

7 Sinnstiftender Konsum als Gegenentwurf zum Kapitalismus

Unser Konsum wird durch verschiedenste Motivationen beeinflusst und gelenkt. Diese Motive variieren je nach Produkt und differieren zudem von Mensch zu Mensch. Dabei versuchen wir die Triebe, die zu einem Kauf führen können, mit Sinn zu versehen (vgl. Adam 1993, S. 179). In den letzten Jahren rückt dabei das Thema „Nachhaltigkeit“ immer mehr in den Fokus und beeinflusst Kaufentscheidungen unabhängig vom Produkt (vgl. Bruttel 2014, S. 41). Konsumenten legen immer weniger Wert auf materielle Dinge – immaterielle Werte werden hingegen wesentlicher. So soll unter einem sinnstiftenden Konsum eben das verstanden werden, was die Bezeichnung verspricht: unserem Konsum wird ein Sinn verliehen, er geschieht nicht nur aus dem reinen Selbstzweck des Konsums, sondern vereint die Befriedigung unserer Konsumbedürfnisse, ohne dabei Nachhaltigkeit oder Ethik auszublenden. Diese Art des Konsums wird in den Medien gemeinhin als „ethischer Konsum“ oder auch „Neo-Ökologie“ bezeichnet (vgl. Gerginov 2013; Gerber 2018; Papasabbas 2019). Ein entschleunigter und ressourcenschonender Konsum kann als Gegenentwurf zum schnelllebigen Kapitalismus und seinem verschwenderischen Konsum gesehen werden: anstatt wie früher Wohlstand und eine Teilhabe am Mainstreamkonsum zu erkaufen, geht es heute um immaterielle Werte.

Teil C

8 Methodisches Vorgehen

Im Folgenden soll die methodische Vorgehensweise der Expertenbefragung dargestellt und begründet werden. Hierbei wird zunächst die Expertenbefragung als soziologische Praxis vorgestellt. Daran schließen Angaben zur Erstellung des Interviewleitfadens und der Auswahl der Experten an. Es folgt eine Beschreibung der Vorgehensweise der Datenerhebung und -auswertung. Schließlich wird die Aussagekraft der Daten analysiert.

8.1 Das Erhebungsinstrument

Die Expertenbefragung ist eine Methode aus der empirischen Sozialforschung, die qualitative Daten liefert. Sie dient der „Teilhabe an exklusivem Expertenwissen“ (Bogner et al. 2014, S. 37), das sonst für den Forscher nur schwer zugänglich wäre. Die Erhebung der Expertenmeinungen erfolgte in Form telefonischer, bzw. persönlich geführter (teil-)strukturierter¹⁰ Interviews. Charakterisierend für diese Form des Interviews ist die aus-

¹⁰ Der Interviewleitfaden wurde nicht als starres Fragengerüst konzipiert, deckte jedoch alle gewünschten Themenkomplexe ab. Während der jeweiligen Interviewsituationen wurden die Fragen nacheinander

schließlich qualitative Möglichkeit der Datenauswertung und dass es an einen Leitfaden gebunden ist (ebd., S. 17). Im vorliegenden Fall lässt sich das Erhebungsinstrument dem systematisierten Experteninterview nach BOGNER zuordnen, in welchem Experten als Informanten befragt werden. Der Erstellung des Leitfadens kommt beim Experteninterview eine wichtige Bedeutung zu. Bei Leitfadeninterviews werden „einzelne Themenkomplexe, denen Nachfrage-Themen zugeordnet werden“ entwickelt (Friebertshäuser 1997, S. 376; zit. in Mayer 2013, S. 43) und im Gesprächsverlauf abgefragt.

8.2 Gestaltung des Interviewleitfadens

Bei der Gestaltung des Interviewleitfadens (vgl. Anhang, Kapitel 11) wurde teils leicht von den Anforderungen der Frageformulierung abgewichen. So ist an sich gewünscht, die Fragen möglichst offen zu formulieren, um den Redefluss nicht zu unterbrechen. Bei zwei Fragestellungen aus dem ersten Themenkomplex fand diese Faustregel jedoch keine Anwendung. So kann zum Beispiel vor allem die Frage nach der räumlichen Tätigkeit der Unternehmen mit den vorgegebenen Möglichkeiten beantwortet werden. Bei Erstellung der Fragen, war ich mir der Abweichung von der herkömmlichen Fragegestaltung bewusst, formulierte sie jedoch gerade wegen einer direkteren Vergleichsmöglichkeit, wie sie hier nun vorliegen. Wie bereits angeschnitten, besteht der Leitfaden aus mehreren Themenkomplexen – eigene Darstellung/Ideologie, Unternehmensziele, Sicht auf die Gemeinschaft und Konsum. Die Fragen zielten einerseits auf allgemeine Unternehmensansichten ab, forderten die Experten jedoch auch dazu auf ihre eigene Meinung (welche dabei vom Standpunkt des Unternehmens differieren konnte) kundzutun. Am Ende des Interviews hatten die Experten die Möglichkeit außer Acht gelassene Themen anzusprechen oder allgemeine Anmerkungen zu machen. Von persönlichen Fragen, wie zum beruflichen Werdegang, ihrem Beruf im Allgemeinen oder dem persönlichen Bezug zur Sharing Economy wurde bewusst abgesehen, da diese Informationen keinerlei Mehrwert für diese Arbeit bereitgehalten hätten.

8.3 Auswahl der Experten

Es wurden 20 deutsche Unternehmen und Organisationen, welche in der Sharing Economy anzusiedeln sind, angeschrieben. Schlussendlich erklärten sich vier von ihnen bereit, ein Interview zu führen. Die Experten kommen jeweils aus unterschiedlichen Branchen der Sharing Economy (Mobilität, Gebrauchsgegenstände, Ernährung und

abgearbeitet und nicht in ihrer Reihenfolge verändert oder erweitert. Somit kann eher von einem strukturierten Interview gesprochen werden.

Übernachten), wobei diese Verteilung zufällig erfolgte. Auswahlkriterium für die Experten war, dass sie in einem Unternehmen oder einer Organisation tätig sind, welches der Sharing Economy zugehörig ist. In welcher Funktion sie selbst tätig sind, war dabei zweitrangig und konnte nicht gesteuert werden, da die Unternehmen oder Organisationen selbst entschieden, welcher Mitarbeiter Zeit für ein Interview hat.

8.4 Beschreibung der Experten

Die vier Experten haben alle einen unterschiedlichen beruflichen Hintergrund und arbeiten in verschiedenen Bereichen der Sharing Economy. Experte 1 ist Akteur einer ostdeutschen Stiftung, welche sich mit einem sozialen Projekt an der Sharing Economy beteiligt. Experte 2 arbeitet für den mitteldeutschen Car-Sharing-Dienst teilAuto. Experte 3 hat gemeinsam mit seiner Lebensgefährtin das Projekt 1NiteTent gegründet und wünscht sich eine Etablierung des Jedermannsrechts nach skandinavischem Vorbild. Experte 4 studiert im naturwissenschaftlichen Bereich und engagiert sich in ihrer Freizeit im Projekt Foodsharing.

8.5 Datenerhebung und Datenauswertung

Die Interviews dauerten zwischen 17 und 42 Minuten an. Den Experten war der Leitfaden vorab bekannt, um sicherzustellen, dass das Interview mit der richtigen Person – in Bezug auf die Aussagefähigkeit – geführt wird. Keiner der Interviewpartner hatte sich sichtlich Aussagen zurechtgelegt oder im Gesprächsverlauf Notizen abgearbeitet. Wie bereits in Kapitel 8.2 ausgeführt, wurde den Experten die Möglichkeit gegeben Aspekte anzusprechen, welche vorher nicht in Betracht gezogen worden waren.

Zwei Interviews wurden Face-to-Face geführt, zwei weitere fanden telefonisch statt. Alle Gespräche wurden mit einem digitalen Aufnahmegerät (iPhone, bzw. Rekorderfunktion des Laptops) aufgenommen und anschließend transkribiert. Dabei entschied ich mich zu einer Kombination aus einer wörtlichen Transkription in normaler Schriftsprache und einer kommentierten Transkription. Die kommentierte Transkription wurde lediglich dafür genutzt, sprachliche Besonderheiten wie Betonungen, Pausen, Füllwörtern, nonverbales Verhalten, Anonymisierungen, Überschneidungen, unverständliche oder vermutete Worte und Interviewunabhängige Ereignisse zu vermerken.¹¹

¹¹ Auch wenn Blöbaum et al. (2016, S. 11) anführen, dass bei Experteninterviews „in der Regel weder unbewusste Sinnstrukturen, verborgene Handlungsmotive noch Empfindungen von Interesse sind“, kann ihrer Meinung nach auf die wortgetreue Transkription verzichtet werden und das Interview sogar grammatikalisch bereinigt, gekürzt und lesbarer gestaltet werden (vgl. ebd.).

Bei der Auswertung des generierten Datenmaterials fand eine zusammenfassende Inhaltsanalyse Anwendung. Hierfür wurden anhand der Transkripte induktiv am Interviewmaterial Kategorien gebildet. Anhand des Kategoriensystems wurde anschließend eine Kategorienübersicht mit einer Kategoriendefinition und Codierregeln, die einen erleichterten Codierprozess ermöglichten, erstellt.

Ankerbeispiele sollen die Kategorien nachvollziehbar gestalten. Wie auch schon für die Erstellung der Transkriptionen, wurde für die Analyse das Programm f4 genutzt.¹²Schlussendlich wurden die codierten Textstellen paraphrasiert, generalisiert und reduziert.

8.6 Aussagekraft der Daten

Im Folgenden soll die Aussagekraft qualitativer Daten aus Experteninterviews im Allgemeinen und im Besonderen, bezogen auf diese Arbeit, erfolgen. Bogner et al. schätzen die Betrachtung eines Experten als einen Lieferanten objektiver Informationen grundsätzlich als problematisch ein (vgl. Bogner et al. 2014, S. 16) und erläutern, dass Experteninterviews generell einen „erhöhten Reflexionsbedarf aufweisen“ (ebd.). So kann gerade bei fachlichen Auskünften nicht von Vorneherein und allein aufgrund des Expertenstatus angenommen werden, dass alle Aussagen korrekt getroffen wurden. Da in den vorliegenden Interviews jedoch die Unternehmenshaltung, respektive die Haltung von Organisationen und eine persönliche Einschätzung abgefragt wurde, scheint dies kein Problem dieser Arbeit zu sein. Verzerrungseffekten, welche teilstrukturierten Interviews zu eigen sind, wurde durch die strukturiertere Auslegung des Interviews entgegengewirkt. Es bleibt jedoch, dass wie bei allen qualitativen Erhebungen, keine Aussagen generalisiert werden können und die Daten eine „begrenzte Reliabilität“ (ebd., S. 17) aufweisen. Da in der vorliegenden Arbeit jedoch kein Beweis einer These angestrebt wird und auch keine Generalaussagen zu Unternehmensmeinungen innerhalb der deutschen oder internationalen Wirtschaft angestrebt wird, scheint die Betrachtung von Unternehmen innerhalb der Sharing Economy und ihrer Vertreter als Experten als angemessen für diese Arbeit.

9 Ergebnisdarstellung

In den folgenden Abschnitten sollen die aus den geführten Interviews generierten Ergebnisse vorgestellt und besprochen werden. Hierzu erfolgt zunächst eine ausführliche Fallbeschreibung, bevor die Fälle miteinander verglichen werden.

¹² f4Transkript für die Transkripterstellung, f4Analyse für die Auswertung.

9.1 Fallbeschreibung

Die in diesem Kapitel aufgeführten Informationen sind allesamt aus den geführten Interviews generiert. Sofern die Angaben den Internetauftritten der Unternehmen, bzw. Projekte entnommen sind, wird dies als direktes oder indirektes Zitat vermerkt. Im weiteren Verlauf erfolgt nur ein Kurzbeleg im Text, wenn es sich um eine wörtliche Zitation handelt.

9.1.1 Fall A – Stiftungsarbeit im Rahmen der Sharing Economy

Datum: 07. August 2019

Dauer: 42:28 Minuten, Transkription über 16:33 Minuten

Fallzusammenfassung: Das depot Leipzig ist eine Web-Plattform, auf welcher Objekte, Dienstleistungen und Veranstaltungsorte miteinander geteilt und gemeinsam genutzt werden können. Die Plattform agiert dabei als digitaler Marktplatz, auf welchem Privatpersonen, Vereine oder Unternehmen zusammenkommen können, um ihre Ressourcen gemeinsam zu nutzen. Das Ziel des Projektes ist das Gemeinwohl und die nachbarschaftliche Solidarität zu stärken und dabei natürliche Ressourcen zu schonen. Ins Leben gerufen wurde das Projekt durch die Stiftung Ecken wecken aus Leipzig. Befragter A führt aus, dass der Sharing Economy durchaus ein Potenzial anzuerkennen sei, sie allerdings in den Diensten der Zivilgesellschaft und des Gemeinwohls zu stellen sei, um den letztlich den Kapitalismus selbst stärker in den Dienst des Gemeinwohls stellen zu können.

Posttranskript: das Interview fand telefonisch statt – der Interviewte saß währenddessen in seinem Büro, was ein ungestörtes Gespräch ermöglichte. Auffällig ist die für ein Interview ungewöhnliche Gesprächsstruktur, die eher durch den Interviewten gesteuert wurde. Dennoch wurden alle Fragen hinreichend beantwortet, ein Nachhaken war nicht unbedingt notwendig. Die Gesprächsatmosphäre war angenehm; nachdem die Interviewfragen beantwortet worden sind, wurde ein längeres privates Gespräch über die Sharing Economy und die Bachelorarbeit geführt.

Analyse: Die Stiftung wurde 2009 gegründet, in den Projekten der Stiftung samt Partnerprojekte sind derzeit 50 Menschen aktiv, wobei sie mit ihrer Arbeit primär regional verankert ist. Dabei wird der Ansatz verfolgt, die „Zivilgesellschaft zu fördern und zu unterstützen“ (A/31), sowie die „zivilgesellschaftliche Infrastrukturentwicklung“ (ebd.) voranzutreiben. Zu diesem Zwecke habe die Stiftung unter anderem das „depot Leipzig“ ins Leben gerufen, über welches sie auch selbst Ressourcen zur Nutzung bereitstelle. Das Teilen von Ressourcen sei dabei das Kernprojekt der Stiftungsarbeit, „um natürliche Ressour-

cen zu schützen“ (A/51). Darüber hinaus solle mit der weiteren Stiftungsarbeit eine Möglichkeit zur umweltfreundlichen Mobilität innerhalb der Stadt geschaffen werden, welche weitestgehend auf einen motorisierten Individualverkehr verzichtet. Neben diesen sozialen und ökologischen Zielen verfolgt die Stiftung mit ihrer Arbeit aber auch ökonomische Ziele. So sei eine „finanzielle Gewinnerzielung“ (A/52f.) gewünscht, welche allerdings „zum Zwecke des Gemeinwohls“ (A/53) erfolgen solle. Gemäß den Anforderungen an eine Stiftung, sind also selbst in den ökonomischen Zielsetzungen noch soziale Motive zu finden. Obwohl es sich um eine Stiftung handelt, agiert sie kommerziell wie ein Unternehmen – „du kannst in einer Stiftung wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb haben, die Gewinne aus diesem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb, die hast du allerdings zu investieren in deine ideelle Arbeit“ (A/54ff.). Die Stiftung erhofft sich durch ihre Arbeit und die Sharing Economy mehr gemeinschaftlichen Zusammenhalt innerhalb der Gemeinschaft erzeugen zu können und ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen. Zudem hofft die Stiftung mit ihrem Engagement eine bessere Förderung der Zivilgesellschaft zu erreichen und den Verbrauch endlicher Ressourcen zu reduzieren. Person A ist der Ansicht, dass Partizipationshindernisse abgebaut werden, wenn mehr Menschen ihre Ressourcen teilen. So können Entfernungen überbrückt werden, da Ressourcen nicht mehr am anderen Ende der Stadt zur Nutzung bereitstünden, sondern im eigenen Viertel. Der Befragte spricht der Sharing Economy das Potenzial zu, populistische Strömungen zu schwächen und ihnen entgegenzuwirken. Als problematisch an der Sharing Economy, bzw. am Konsum allgemein, wird jedoch empfunden, dass nahezu alle Konsumgüter online nach Hause bestellt werden können und kein sozialer Kontakt mehr nötig sei – dies trifft auch auf eine Vielzahl von Angeboten der Sharing Economy zu. Der daraus resultierende Mangel an gesellschaftlichem Zusammenhalt wird als „dramatisch“ (A/137) bezeichnet und steht in direktem Widerspruch zu den sozialen Zielen der Stiftung. Als Lösung für diese negativen Auswirkungen des Kapitalismus wird von Person A die „Gemeinwohlökonomie“ (A/114f.) genannt. Es geht ihm gar nicht so sehr darum den Kapitalismus abzulösen, sondern ihn in einen „sozial verantwortlichen Kapitalismus“ (A/128) zu wandeln. Über einen Unterschied im Konsum bezogen auf die Generationen oder den in der Gesellschaft allgemein zu beobachtendem Konsum, äußert sich der Befragte nicht. Seiner Meinung nach gäbe es jedoch mehrere Möglichkeiten einen nachhaltigen Konsum im Rahmen der Sharing Economy durch den Gesetzgeber zu befördern.

9.1.2 Fall B – CarSharing als Mobilitätsgarant von morgen?

Datum: 28. August 2019

Dauer: 31:42 Minuten

Fallzusammenfassung: teilAuto wurde 1992 zunächst als Verein gegründet, firmiert nun als GmbH und hat sich zum Ziel gesetzt einen ressourcenschonenderen Konsum im Bereich der Mobilität zu schaffen. Mit ihrem 80 Autos umfassenden Fuhrpark allein in Halle, ermöglicht teilAuto eine bedarfsgenaue Nutzung von Automobilen. Das Unternehmen sieht „in der Kombination von Carsharing, ÖPNV, Rad und Fußverkehr [...] das größte Potenzial für eine nachhaltige Mobilität“ (teilAuto 2019). Befragter B führt jedoch auch aus, dass ein Carsharingangebot lediglich den Ressourcenverbrauch einzudämmen weiß, dennoch nicht als nachhaltige Mobilität zu verstehen ist.

Posttranskript: das Interview fand face-to-face in den Geschäftsräumen des Unternehmens statt. Auffällig ist, dass Person B und ich uns gesiezt haben – mit den anderen Befragten herrschte ein eher informeller Umgang – was jedoch nicht zu einer weniger entspannten Gesprächsatmosphäre geführt hat. Das Interview wurde mehrfach kurzzeitig unterbrochen, da Person B Anrufe erhielt. Diese wurden jedoch zugunsten des Interviews nicht beantwortet, wodurch also keine Störung entstand. Der Interviewte hat mehrere Anmerkungen zu Formulierungen der Fragen oder dem dort gebrauchten Vokabular geäußert. In Anschluss an das Interview fand ein persönlicher Austausch über die Sharing Economy und das Studium der Soziologie statt.

Analyse: teilAuto wurde 1992 als Verein gegründet und verfolgte als Motiv das wirtschaftlich sinnvolle Betreiben eines Fahrzeuges. Zudem sollten natürliche Ressourcen schonender konsumiert werden. Mittlerweile arbeiten 20 Personen für das Unternehmen, welches in „Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen und NUR in den drei Bundesländern tätig“ (B/45) ist. Das Unternehmen ist dabei im Bereich der Mobilität unterwegs und verfolgt das Ziel ein Fahrzeug wirtschaftlich sinnvoll zu betreiben (hier muss zwischen dem Gründungsmotiv und dem ökonomischen Ziel unterschieden werden). Neben ökonomischen Zielen hat sich das Unternehmen auch das Erreichen von ökologischen Zielen vorgenommen. So solle eine Ressourceneinsparung durch eine geringere Nutzung von Autos erreicht werden. Ein weiteres Ziel sei der geringere Ausstoß von klimarelevanten Emissionen, sowie „den Versuch beizutragen, den galoppierenden Flächenverbrauch zu reduzieren“ (B/67f.). teilAuto wurde zwar als Verein gegründet, später jedoch in eine GmbH gewandelt. Als solche folgt das Unternehmen den regulären Zwängen des Gewinnstrebens. Allerdings habe das Unternehmen seine „Vergangenheit noch ganz gut

gegenwärtig“ und halte daher ein Angebot vor, welches sich aus unternehmerischer Sicht nicht unbedingt rechne. Hier kann von einem unternehmerischen Handeln gesprochen werden, welches durchaus durch einen Idealismus geprägt ist. Mit seinem Angebot wünscht teilAuto natürlich auch Einfluss auf die Gesellschaft und deren Konsum zu nehmen. So leiste das Unternehmen Öffentlichkeitsarbeit, um das Bewusstsein für eine nachhaltige Entwicklung des Konsums zu schärfen, sei sich jedoch auch bewusst, dass ein Umdenken im Konsumverhalten Zeit benötigt. Person B ist der Ansicht, dass der gelebte Hyperkonsum der Gesellschaft auf lange Sicht schädlich sei und die „maximale Produktion von ressourcenverschlingenden Konsumgütern auf lange Sicht eine Sackgasse ist“ (B/146f.), bei welcher die Sharing Economy nicht unbedingt einen Ausweg, aber einen mindernden Faktor biete. Allerdings sei zu beachten, dass auch Carsharing kein nachhaltiges Mobilitätskonzept, sondern nur eine „Dämpfung“ (B/150) und „keinesfalls ein Allheilmittel“ (ebd.) darstelle. B spricht der Sharing Economy allgemein ein großes Potenzial zu, welches jedoch „nicht blind, nicht automatisch“ (B/202) erfolge, also erst erarbeitet und herausgearbeitet werden müsse. Qualitativ minderwertige Produkte, welche einen erhöhten Konsum durch ständiges Ersetzen dieser Produkte nötig machen, seien das Kernproblem unseres Konsums, meint der Befragte. Doch solange der Kapitalismus glaubhaft vorgibt, dass unser Wirtschaftssystem durch diesen Hyperkonsum stabilisiert wird, wird sich hieran wenig ändern. Allerdings sieht B immerhin einen kleinen Wandel: der Altersdurchschnitt bei teilAuto habe sich normalisiert und spiegele nicht mehr nur eine idealisierte junge Generation wider, es sei auch ein „Seniorenbereich [vertreten], der sehr wohl erkennt, dass wenn man nicht jeden Tag mit dem Auto auf Arbeit fahren muss, die Blechkiste vor der Tür für Einkäufe, Ausflüge, Urlaub ein sehr teurer Spaß ist“ (B/263f.). „Das eigene Auto“ (B/256) habe „bei den jungen Leuten von heute einen geringeren Stellenwert als früher“ (B/257), das Konsumverhalten ändere sich also nach und nach.

9.1.3 Fall C – Foodsharing als Social Sharing

Datum: 07. Oktober 2019

Dauer: 17:46 Minuten

Fallzusammenfassung: Foodsharing ist eine Initiative, die sich gegen die Verschwendung von Lebensmitteln engagiert und überproduzierte Lebensmittel vor der sinnlosen Vernichtung bewahrt, indem sie Menschen zur Verfügung gestellt werden, welche sie unentgeltlich konsumieren können. Die Vernetzung der Community läuft über die Plattform foodsharing. Gegründet worden ist die Initiative 2012 in Berlin, zwei Jahre später gründete sich auch ein Ableger in Halle. Foodsharing basiert rein auf Spenden und der ehrenamtlichen

Mitarbeit der Community.

Befragte C engagiert sich ehrenamtlich bei Foodsharing und sieht die Sharing Economy als Möglichkeit den verschwenderischen Lebensmittelkonsum der Gesellschaft zu beenden und zu einem Konsumumdenken zu führen.

Posttranskript: Das Gespräch fand in einem belebten Café in der halleschen Innenstadt statt. Durch die Umgebungsgeräusche war die Gesprächsatmosphäre nicht ganz so entspannt wie bei den anderen Interviews, dennoch war das Gespräch an sich informativ und freundlich. Die kurzen Unterbrechungen des Interviews, die sich durch den Cafébetrieb ergaben, haben das Interview jedoch nicht beeinträchtigt.

Analyse: Die Initiative Foodsharing wurde 2014 in Halle gegründet und ist ein Ableger der Dachorganisation Foodsharing, welche in Berlin durch Raphael Fellmer gegründet worden ist. Gründungsmotiv sei hierbei vor allem der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit im Lebensmittelkonsum und der Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung gewesen. Innerhalb Halles beteiligen sich rund 30 Personen ehrenamtlich bei der Initiative, sie ist jedoch nicht nur innerhalb der Stadtgrenzen aktiv, sondern agiert deutschlandweit. Ähnliche Initiativen sind auch außerhalb Deutschlands aktiv. Bei ihrem Kampf gegen die Verschwendung von Nahrungsmitteln geht es Foodsharing jedoch nicht nur um ideelle Ziele, sie verfolgen auch ökologische. So wirke sich die Verschwendung von Nahrungsmitteln negativ auf das Klima aus. Daneben werden auch moralische Ziele verfolgt – so soll das Konsumverhalten geändert werden und Restriktionen, die zum Beispiel dem „Containern“ im Weg stehen abgebaut oder legal umgangen werden. Foodsharing lebt dabei von Spenden und verfolgt kein Gewinnstreben.

Die Initiative wünscht mit ihrem Angebot ein verändertes Konsumverhalten hervorzurufen und die Gesellschaft zu mehr Nachhaltigkeit zu animieren. Durch das Angebot wird jedoch auch ein tatsächlicher Einfluss auf die Gesellschaft genommen. So sei es einigen Menschen möglich dank Foodsharing ohne gekaufte Lebensmittel zu leben – sie verwenden nur, was andere Menschen weggeworfen hätten. Person C empfindet die Sharing Economy als Initiator von Begegnungsstätten zwischen Gleichgesinnten. Das Engagement ermögliche das Zusammenkommen und Austauschen untereinander. Der Sharing Economy haftet also eine soziale Komponente an. Im Konsum kann sie beobachten, dass jüngere Leute („unsere Generation“ (C/199)) immer mehr auf ihr Konsumverhalten achten würden und dieses mehr reflektierten. Laut Person C hafte der Sharing Economy durchaus das Potenzial an die kapitalistischen Strukturen aufzubrechen, allerdings müssten hierfür bestehende Gesetze abgeändert werden, um beispielsweise die Nutzung von weggeworfenen Lebensmitteln zu erlauben. Als vorbildlich nennt C hier die Gesetzesänderungen in Frankreich, nach denen keine Lebensmittel mehr durch Supermärkte entsorgt werden dür-

fen. Person C ist bewusst, dass bei einem Erreichen der durch Foodsharing gesetzten Ziele – keine Verschwendung von Lebensmitteln – die Initiative an sich obsolet wäre. Ein Teilen von Lebensmitteln, damit sie nicht weggeworfen werden müssen, wäre dann nach dem aktuellen Modell nicht mehr notwendig.

9.1.4 Fall D – Solidarität durch Jedermannsrecht

Datum: 27. September 2019

Dauer: 21:25 Minuten

Fallzusammenfassung: 1NiteTent ist ähnlich wie die Plattform Couchsurfing organisiert und hat sich zum Ziel gesetzt Menschen wieder mehr miteinander in Kontakt treten zu lassen und die Suche nach kostenlosen Campingplätzen zu vereinfachen. Dabei haben sich die Gründer vom skandinavischen Jedermannsrecht inspirieren lassen und wollen mit ihrer Plattform und der entstehenden Community individuelles und nachhaltiges Reisen fernab des schnelllebigen Tourismus‘ ermöglichen. Befragter D sieht ein Problem für den nachhaltigen Konsum in den vielen Restriktionen, die den Konsumenten auferlegt werden und tritt mit seinem Projekt einen Gegenentwurf an.

Posttranskript: das Interview fand ebenfalls telefonisch statt. Die Gesprächsatmosphäre war freundlich und aufgeschlossen. Auffällig war das wiederholt laute Einatmen, welches oftmals vor einem Füllwort oder nach der Neuausrichtung eines Satzes erfolgte. Dies indiziert, dass Person D vor dem Weiterreden noch einmal über den weiteren Satzverlauf nachdachte. Bei einem persönlichen Gespräch wäre dies jedoch wahrscheinlich nicht als so auffällig empfunden worden, da die Lautstärke des Einatmens durch die von Person D verwandten Kopfhörer und das zugehörige Mikrofon verstärkt wurden.

Analyse: 1NiteTent wurde 2018 gegründet und wird als Projekt durch drei Personen betreut. Mittlerweile bietet die Plattform Plätze im internationalen Raum an, hat sich dabei jedoch „bis heute nicht so wirklich [...] institutionalisiert“ (D/14ff.). Die Plattform wird eher „ehrenamtlich“ (D/16) betrieben und verfolgt keine konkreten ökonomischen Ziele, wobei Person D gerne „die Kosten, die damit anfallen“ (D/33) decken würde. Dies solle allerdings nicht auf die Nutzer des Angebotes umgewälzt werden. Das Projekt verfolgt vor allem moralische Ziele und wünscht die rechtlichen Restriktionen, die das „freie und das Wildcampen in Deutschland“ (D/30) betreffen, „aufzuhebeln“ (ebd.). Das Projekt hat sich zum Ziel gesetzt ein „niederschwelliges Übernachtungsangebot“ (D/75) und nachhaltiges Reisen zu ermöglichen. Durch dies „slow-travel-Prinzip“ (D/78f.) solle auch eine Möglichkeit geschaffen werden, um „mit anderen Menschen zusammenzukommen [und] Gastfreundschaft zu genießen“ (D/76f.). Die sozialen Ziele belaufen sich neben der Schaffung eines

Netzwerkes auch auf die Förderung der Solidarität innerhalb der Gesellschaft. Der erwünschte Einfluss ist stark mit den sozialen und ökonomischen Zielen verknüpft – so wird als gewünschter Einfluss die Schaffung eines größeren sozialen Zusammenhalts und Nachhaltigkeit in der Tourismusbranche genannt. Zudem hofft Person D mit der Sharing Economy Parallelstrukturen zu „kapitalistischen Logiken und Handlungsweisen“ (D/138) zu etablieren. Mit ihrer sozialen und ökologischen Ebene schreibt der Befragte der Sharing Economy die Möglichkeit zu alternativen Strukturen innerhalb des Konsumverhaltens zu erstellen. Allerdings glaube er nicht, dass die Sharing Economy [...] auf jeden Fall dazu führt, dass [...] das System zur Gänze abgeschafft wird oder überwunden wird“ (D/169ff.). Dennoch müsste sich etwas ändern, da der aktuelle Konsum zu verantwortungslos sei. Dabei hält er es für realistisch, dass „das kapitalistische System durch [...] [ei]ne revolutionäre Aktion“ (D/167f.) umgeworfen und überwunden würde. Person D kann keinen spezifischen Unterschied in der Angebotsnutzung betreffend die Generationen machen – die Sharing Economy zielt demnach nicht nur auf die jüngere Generation ab. Allerdings würde die Sharing Economy – wie beispielsweise bei der Beschränkung des Wildcampens – durch Restriktionen des Gesetzgebers beschränkt und im Ausschöpfen ihrer Potenziale gehemmt. Dies sieht er darin begründet, dass die Gesetzgeber oftmals fern der zu beurteilenden Realität agieren und somit Neuerungen erschwert werden würden. Eine Lockerung der Restriktion wäre vor allem für 1NiteTent ein wichtiger Schritt hin zu einer funktionierend Sharing Economy, welche langfristig kapitalistische Systeme aufbrechen kann.

9.2 Vergleich der Fälle

Die vier vorgestellten Unternehmen, bzw. Projekte und Initiativen sind jeweils in unterschiedlichen Bereichen der Sharing Economy anzusiedeln. Während die Stiftung „Ecken wecken“ mit ihrer Plattform „depot Leipzig“ einen Platz zum gemeinsamen Nutzen von Ressourcen anbietet, ist teilAuto als Carsharer im Bereich Mobilität anzusiedeln. Foodsharing bewegt sich im Bereich der Lebensmittel, 1NiteTent im Bereich Raum und Übernachten. So unterschiedlich die thematische Ausrichtung der Organisationen auch sein mag, eint sie dennoch ihre idealistische Prägung im Arbeitsethos. Zwar ist nur teilAuto als „richtiges“ Unternehmen anzusehen, doch auch die Stiftung hat einen kleinen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb. Gewinne werden jedoch vollständig zur Finanzierung gemeinnütziger Projekte der Stiftung verwendet. Foodsharing und 1NiteTent werden ebenso wie die Stiftung „Ecken wecken“ ehrenamtlich betreut und leben von Spenden. Trotz der unternehmerischen Handlungsweise, die teilAuto als GmbH zu eigen sein muss, handelt das Unternehmen teils entgegen kapitalistischer Strukturen und bietet ein Carsharingangebot an, welches sich nicht immer unbedingt rentiert. Hier stellt das Unternehmen wie auch die drei anderen Organisationen allerdings ökologische und soziale Ziele über die Gewinn-

maximierung. Während teilAuto mit seinem Angebot auf die Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen beschränkt ist und die Stiftungsarbeit der Stiftung Ecken wecken sich auf den Leipziger Raum beschränkt (mit Ausnahme des depots, welches auch anderen Kommunen zur Nutzung angeboten wird), agieren Foodsharing und 1NiteTent national, bzw. international. Trotz des unterschiedlichen Wirkungsraums ist den Unternehmen, bzw. Organisationen gemein, dass sie vergleichsweise wenig Mitarbeiter, bzw. ehrenamtliche Helfer haben, jedoch trotzdem eine Arbeit leisten, die bemerkt werden kann und nicht untergeht. Direkte Gründungsmotive (UK 1.1) wurden lediglich bei Foodsharing (Rettung von Lebensmitteln) und teilAuto (die wirtschaftlich sinnvolle Nutzung eines Autos) deutlich als solche benannt. Die Motive für die Angebotsschaffung bei 1NiteTent und dem depot Leipzig liegen jedoch in ihren sozialen, moralischen und ökologischen Zielen begründet. In den genannten und gesetzten Zielen ähneln sich die Fälle sehr. Vorrangig geht es allen um eine verantwortungsvollere Nutzung endlicher Ressourcen, einen nachhaltigeren Konsum und im Idealfall mehr gesellschaftlichen Zusammenhalt. Der gewünschte Einfluss, den sie dabei auf die Gesellschaft haben wollen, bezieht sich ebenfalls auf diese Felder, zusätzlich soll ein Umdenken hin zu einem nachhaltigen mobilisierten Individualverkehr erfolgen und mehr Bewusstsein für Nachhaltigkeit geschaffen werden. teilAuto führt aus, dass sie mit ihrem Angebot „nicht systemrelevant“ (B/96, B/124) sind und somit keinen tatsächlichen Einfluss auf die Gesellschaft nehmen. Sie halten lediglich ein Nischenangebot vor. Auch das depot Leipzig sieht noch keinen direkten Umschwung im Konsumverhalten durch ihr Angebot und war eher überrascht, dass viele Menschen einen Anstoß benötigen, um Sharingangebote in Anspruch zu nehmen oder sich an ihnen zu beteiligen. Die eigene Einstellung der Interviewten zur Sharing Economy stimmt sehr mit der Unternehmensrichtung, bzw. der Ausrichtung der Organisationen überein, differieren jedoch teilweise untereinander. Für Person A birgt die Sharing Economy das Potenzial populistische Strömungen zu schwächen und gegen sie anzugehen. Das aktuelle kapitalistische System gepaart mit der Digitalisierung ermöglicht jedoch auch einen Konsum nahezu ohne jeglichen sozialen Kontakt, was er als sehr dramatisch betrachtet. Auch die anderen Interviewten sehen in der Sharing Economy vor allem eine Chance, um althergebrachte Praktiken zu erneuern und einen gesellschaftlichen Fortschritt zu erzielen. Der beobachtete Konsum der Gesellschaft wird von allen als problematisch betrachtet und der Kapitalismus gilt als System, welches mindestens erneuert werden müsste. Person D würde eine komplette Ablösung des kapitalistischen Systems begrüßen, ist jedoch nicht der Meinung, dass dies durch eine Sharing Economy bezweckt werden kann. Person A strebt den Wandel in einen sozial verantwortlichen Kapitalismus an, während B eine nicht näher definierte Umwandlung als nötig erachtet. Person C sieht im Kapitalismus und den daraus entwachsenden Handlungsmustern vor

allem eine Ursache der Lebensmittelverschwendung und wünscht diese auszumerzen. Im Rahmen der Interviews sind teilweise Handlungsempfehlungen gefallen, welche dafür sorgen könnten, dass die Sharing Economy weiter vorankommt und den Kapitalismus zumindest abschwächt. Diese reichen von einer CO2-Steuer (Person A), über die konsequente Umsetzung bereits gefasster Gesetze (Person B) bis hin zur Aufhebung einzelner Restriktionen (Person C und D).

Auffallend ist bei den verschiedenen Ansichten, dass Foodsharing mit dem angestrebten Konsumverhalten seine eigene Abschaffung anstrebt – wenn keine Nahrungsmittel mehr unnütz weggeworfen werden, gibt es immerhin auch keine „zu rettenden“ Lebensmittel mehr – während die anderen Organisationen mit ihrer ‚Forderung‘ nach Nachhaltigkeit ihre eigene Legitimation schaffen.

10 Diskussion

Ziel dieser Arbeit war es zu klären, ob die Sharing Economy lediglich ein innovativer Kapitalismus ist oder doch eine sinnstiftende Konsumform. Meiner Auffassung nach kann diese Frage nicht abschließend geklärt werden, was allerdings durch das Untersuchungsobjekt selbst verschuldet ist. Aus einer rein akademischen Betrachtungsweise und der Arbeit mit einer klar umrissenen Definition (vgl. hierzu noch einmal Abschnitt 2.5) heraus, stellt die Sharing Economy einen *innovativen Kapitalismus* dar und ist Sinnbild des neuen kapitalistischen Geists. Mit der Sharing Economy als Geschäftsmodell wurde auf die großen Kritikthemen der letzten Jahre reagiert: Nachhaltigkeit, fehlende Gemeinschaft, Kommerzialisierung. Doch die Sharing Economy ist vor allem als ein Attribut anzusehen, nicht nur als ökonomisches Modell. Wissenschaftliche Definitionen helfen bei akademischen Arbeiten, um den Untersuchungsgegenstand einzugrenzen und zu schärfen, bilden jedoch nicht unbedingt die wirtschaftliche Realität ab. In dem Maße, wie das Attribut „innovativ“ über Gebühr genutzt wird, erfolgt auch ein inflationärer Gebrauch der Bezeichnung „Sharing Economy“ für Unternehmen, die in irgendeiner Art und Weise Ressourcen teilen oder eine Plattform bieten, um Ressourcen zum gemeinsamen Nutzen anzubieten. Meist erfolgt hier ganz nach Russel Belk ein „pseudo-sharing“, welches so weit weg ist von der Realität des Teilens, dass der Konflikt zwischen >>Teilen<< und >>Wirtschaft<<, den Göttrik Wewer in seinem Essay beschreibt, bei einer näheren Betrachtung mehr als greifbar und verständlich wird. Dennoch gibt es nicht nur Negativbeispiele, die Anlass für ermahnende oder zur Vorsicht aufrufende Worte sind. Beispiele hierfür sind die für diese Arbeit untersuchten Unternehmen, bzw. Organisationen. Sie zeigen auf, dass Sharing Economy neben einem Kapitalismus im neuen Gewand auch eine *sinnstiftende Konsumform*

hervorbringen kann. Die Ambivalenz des Forschungsgegenstandes verbietet zunächst eine klare Trennung zwischen den beiden Ausformungen. Einerseits kann argumentiert werden, dass eben genau dadurch, dass der Sharing Economy eine soziale, ökologische und sinnstiftende Ausformung anhaftet, der Rückschluss getroffen werden muss, es handle sich um einen innovativen Kapitalismus. Andererseits liegen diese Ausformungen so weit weg vom kapitalistischen Geist, dass eine Verknüpfung weit hergeholt erscheint. Wenn schon keine klare Aussage erfolgen kann, ob die Sharing Economy eine neue kapitalistische Ausformung oder ein Gegenmodell ist, so kann sie doch klar als gesellschaftliche Innovation betrachtet werden. Wie Kapitel 6.2 aufgezeigt hat, handelt es sich bei ihr um mehr als eine bloße technologische Neuerung. Mit der Sharing Economy hält auch eine Neuerung sozialer Praktiken Einzug. Neben dem reinen Tauschgeschäft können die Akteure auf den diversen Tauschmärkten miteinander in Kontakt treten, manche Angebote (siehe 1Nitetent) formulieren die Vernetzung mit der Community sogar explizit als Ziel. Doch an welchen Kriterien ist eine Zuordnung zum „innovativen Kapitalismus“ oder zu einer „sinnstiftenden Konsumform“ festzumachen? Eine „sinnstiftende Konsumform“ wird durch Angebote ermöglicht, welche moralische, ökologische oder ethische Bestandteile ihrer Arbeit höher einschätzen als ein Gewinnstreben. Dabei findet eine klare Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Themen statt, welche beim Entstehen der Produkte und der Vermarktung bedacht werden. Neben monetären Zwecken wird vor allem eine Vernetzung der Konsumenten angestrebt. Ein „innovativer Kapitalismus“ ist einerseits durch klassische Kriterien des Kapitalismus geprägt (Akkumulation, Lohnarbeit), zeichnet sich jedoch als innovativ aus, da er auf die Sozial- und Künstlerkritik der letzten Jahre eingegangen ist und dadurch bedingt neuen technologischen Fortschritt und neue wirtschaftliche Ausformungen zu Tage gebracht hat (Digitalisierung und Sharing Economy). Dabei können Angebote, welche eine „sinnstiftende Konsumform“ hervorrufen, natürlich dennoch im kapitalistischen System eingebettet sein und somit auch Teil eines „innovativen Kapitalismus“ sein. Es scheint also, dass gar nicht so sehr eine Unterscheidung zwischen „Kapitalismus“ und „neuer Konsumform“ gemacht werden muss und die Sharing Economy fester Bestandteil des kapitalistischen Systems ist. Als solcher kann aber noch immer zwischen einer rein kommerziellen Ausrichtung und einer idealistisch geprägten unterschieden werden. Und hier kann die Entstehungsgeschichte eines Unternehmens einen Unterschied machen. Wenn man teilAuto mit anderen Carsharern vergleicht, scheint es einen Unterschied zu machen, ob das Unternehmen direkt als Bestandteil der Sharing Economy mit ökologischen und hedonistischen Zielen gegründet worden ist oder ob ein kommerzialisiertes Unternehmen sich dazu entschließt sein Geschäftsmodell umzustellen

und Teil der Sharing Economy wird. teilAuto zeigt dabei, dass sich auch ein Unternehmen ideellen Zielen verschreiben kann.

Damit eine Entwicklung hin zu einer am Gemeinwohl orientierten Sharing Economy erfolgen kann, muss sich allerdings noch einiges tun. Es gibt mit Sicherheit Branchen, in denen eine strenge Regulierung angebracht ist (siehe Umgang mit Airbnb oder Uber). Diese Regularien zielten jedoch immer darauf ab eine bereits prekäre Situation – wie den Wohnraum in Großstädten oder die Wahrung von Arbeitnehmerrechten– nicht weiter zu verschlimmern. Eine Regulierung von Airbnb wäre jedoch auch ohne prekäre Wohnverhältnisse sinnvoll, hängen an der Übernachtungsbranche doch viele Arbeitsplätze. Diese wären durch eine vermehrte Privatvermietung an Touristen gefährdet. Hier sind wir also wieder ganz beim Thema „Chancen und Risiken“. Angebote über Airbnb ermöglichen es individueller zu verreisen, ggf. mit Einheimischen (z.B. mit den Vermietern) schneller in Kontakt zu kommen und bieten gegenüber von Hotels zu einem geringeren Preis ein komfortableres Umfeld. Andererseits werden so vor allem kleine Pensionen und Hotels verdrängt und es gehen Arbeitsplätze verloren. Eine Regulierung ist hier also sinnvoll, sollte jedoch

– wie bzgl. Airbnb auch geschehen – nicht pauschal erfolgen. So ist eine Vermietung als Ferienwohnung in Ballungszentren von Metropolen teils nicht erlaubt, um der dort herrschenden Wohnungsnot entgegenzuwirken. Allerdings ist es den Städten meist möglich den erforderlichen Umgang selbst festzulegen und somit den Bedarf an Regulation am Ist-Zustand festzumachen. Bei einer Ressourcen-nutzung wie sie Foodsharing oder 1NiteTent am Herzen liegt, ist eine strenge Regulierung jedoch eher kontraproduktiv. Dies setzt jedoch voraus, dass Akteure einen angemessenen Umgang mit den Ressourcen an den Tag legen. Solange eine Freigabe von Nationalparks zum Zelten nach sich zieht, dass die Plätze vermüllt zurückgelassen werden oder man nicht davon ausgehen kann, dass besondere Schutzzonen für Tiere respektiert werden, sollte es keine Lockerung bestehender Restriktionen geben. Dennoch kann ein nachhaltiger Tourismus durch die Politik gefördert werden und dennoch haben Projekte wie 1NiteTent das Potenzial uns für den Umgang mit der Natur zu sensibilisieren und die Art wie wir uns in ihr bewegen zu verändern. Ähnliches gilt für Foodsharing: hier muss es nicht unbedingt eine Lockerung bestehender Restriktionen geben, immerhin dienen einige der Wahrung der Lebensmittelqualität und sichern somit unsere Gesundheit. Allerdings gäbe es die Möglichkeit – wie in Frankreich die Supermärkte dazu anzuhalten abgelaufene Lebensmittel an Tafeln oder andere gemeinnützige Organisationen unentgeltlich weiterzureichen. Allein damit wäre schon viel gewonnen. Aus den Ausführungen der Arbeit ergeben sich folgende Handlungsempfehlungen:

Der öffentliche Sektor sollte für das Teilen relevante Ressourcen identifizieren, welche sich in seinem Besitz befinden und diese der Öffentlichkeit zugänglich machen. Damit wird eine Vorbildfunktion eingenommen, welche der Sharing Economy einen gewissen Zulauf bringen kann. Rechtliche Rahmenbedingungen müssen geklärt werden. Bereiche, in welchen noch Klärungsbedarf ob rechtlicher Bestimmungen vorhanden ist, müssen identifiziert werden, ungenaue Rechtslagen, veraltete Regelungen müssen beseitigt und durch neue rechtliche Rahmenbedingungen ersetzt werden. Dabei sollte auf eine intensive Zusammenarbeit mit Akteuren der jeweiligen Bereiche gesetzt werden. Der Fokus sollte jedoch nicht auf die Wirtschaft gerichtet sein, sondern vor allem auf das Thema Nachhaltigkeit ausgerichtet werden. In diesem Sinne sollten Plattformen mit positiven Nachhaltigkeitseffekten nicht zu stark reguliert werden, da dies abschreckend auf Nutzer wirken kann und die positiven Effekte des Angebotes untergräbt. Zeitgleich sollten Plattformen stärker in Verantwortung gezogen werden. Dies gilt insbesondere für Unternehmen wie Uber, welche lediglich als Vermittler des Angebotes agieren und die einzelnen Anbieter als freischaffende Arbeiter führen. Angebote, welche kein tatsächliches Teilen darstellen, sollten als Gewerbe behandelt werden, wobei eine Abweichung der in Kapitel 2.5 erstellten Definition erfolgt: der Anbieter der Ressource muss diese auch selbst nutzen, da es sich ansonsten um ein Gewerbe handelt. Schlussendlich sollten bereits erlassene Gesetze zur Förderung der Sharing Economy auch tatsächlich durchgesetzt werden, bei Verhinderung oder Verschleppung der Umsetzung sollten Kommunen geahndet werden. Zusätzlich sollte sich die Wissenschaft vermehrt damit befassen ob und wie die Sharing Economy eine Alternative zum Kapitalismus sein könnte und welche Ausrichtung der einzelnen Branchen dafür notwendig wäre. Viele Arbeiten innerhalb der Forschung befassen sich rein mit dem Peer-to-Peer-Sharing (zwei nennenswerte Projekte sind hier PeerSharing und i-share) oder der Frage wie sich Unternehmen am besten in den neuen Konsum integrieren können, welche Marketingstrategien angebracht sind und wie die einzelnen Generationen konsumieren. Die Ausrichtung ist also sehr an der Wirtschaft ausgerichtet und zeigt einmal mehr wie sehr die Sharing Economy von wirtschaftlichen Aspekten vereinnahmt worden ist. Dennoch haftet ihr das Potenzial an bestehende kapitalistische Handlungsmuster aufzubrechen und der Wirtschaft zu mehr Nachhaltigkeit und Gemeinschaft zu verhelfen – ganz im Sinne einer „sinnstiftenden Konsumform“ abseits des Kapitalismus.

11 Literaturverzeichnis

- Adam, Richard. 1993. *Wer kauft was warum nicht? Konsequenzen für das Marketing*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Adolf, Marian. 2012. Die Kultur der Innovation. Eine Herausforderung des Innovationsbegriffes als Form gesellschaftlichen Wissens. In *Herausforderung Innovation. Eine interdisziplinäre Debatte*, Hrsg. Reto Hilty, Thomas Jaeger und Matthias Lamping, 25-43. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler.
- Baumgärtel, Tilman. 2014, editiert am 2014. Sharing Economy Teile und verdiene. *DIE ZEIT* 2014.
- Bendel, Oliver. 2019. Sharing Economy. In *Gabler Wirtschaftslexikon*, 19. Auflage. Wiesbaden, Germany: Springer Gabler.
- Blöbaum, Bernd, Daniel Nölleke und Andreas M. Scheu. 2016. Das Experteninterview in der Kommunikationswissenschaft. In *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*, Hrsg. Stefanie Averbek-Lietz und Michael Meyen, 1-13. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Bogner, Alexander, Beate Littig und Wolfgang Menz. 2014. *Interviews mit Experten. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Boltanski, Luc, und Ève Chiapello. Die Rolle der Kritik in der Dynamik des Kapitalismus und der normative Wandel. *Berliner Journal für Soziologie* 2001:459–477.
- Boltanski, Luc, Ève Chiapello und Franz Schultheis. 2006. *Der neue Geist des Kapitalismus*, Bd. 38. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Botsman, Rachel. 2015. Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption And What Isn't? <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>.
- Botsman, Rachel, und Roo Rogers. 2011. *What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live* /Rachel Botsman and Roo Rogers. London: Collins.
- Bruttel, Oliver. 2014. Nachhaltigkeit als Kriterium für Konsumententscheidungen. *Ökologisches Wirtschaften* 29:41–45.
- Dörr, Julian, und Nils Goldschmidt. 2018. Vom Wert des Teilens. In *Share Economy. Institutionelle Grundlagen und gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen*. Die Einheit der Gesellschaftswissenschaften im 21. Jahrhundert, Bd. 1, Hrsg. Julian Dörr, Nils Goldschmidt und Frank Schorkopf, 1-20. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Edelman, Benjamin, und Michael Luca. 2014. *Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com*: Harvard Business School.
- Gerber, Jonas. Ethischer Konsum: Weltveränderung oder nur Etikettenschwindel? *Der Funke*. Gerginov, David. 2013. Ethischer Konsum: Kaufentscheidungen mit Nachhaltigkeit. <https://www.gevestor.de/details/ethischer-konsum-kaufentscheidungen-mit-nachhaltigkeit-672295.html> (Zugegriffen: 10. November 2019).
- Haese, Michael. 2015. *Sharing Economy*. Wissenschaftliche Dienste 13/15.
- Heinrichs, Harald, und Heiko Grunenberg. 2012. *Sharing Economy. Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur?* Lüneburg.
- Hienerth, Christoph, und Smolka Christopher. *The Best of Both Worlds: Conceptualizing Trade-offs between Openness and Closeness for Sharing Economy Models*. Boston.
- Kindel, Heike, Pola C. Kobbe, Artur Mertens und Uwe Munzinger. 2015. Eefordert die Sharing Economy neue Mechanismen der Markenführung? *Marketing Review St. Gallen*:54–63.
- Lobo, Sascha. Auf dem Weg in die Dumpinghölle. *Spiegel Online* 2014.
- Ludmann, Sabrina. 2018. *Ökologie des Teilens. Bilanzierung der Umweltwirkungen des*

- Peerto-Peer Sharing*. PeerSharing Arbeitsbericht 8. Heidelberg.
- Maier, Günter, Dieter Frey, Stefan Schulz-Hardt und Felix Brodbeck. 2002. Innovation. In *Lexikon der Psychologie. F bis L*, Hrsg. Gerd Wenninger, 264-267. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.
- Mayer, Horst O. 2013. *Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung*. 6., überarb. Aufl. München: Oldenbourg.
- Papasabbas, Lena. 2019. Der wichtigste Megatrend unserer Zeit. <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/der-wichtigste-megatrend-unserer-zeit/> (Zugegriffen: 5. November 2019).
- Räth, Magdalena. 2012. Trendthema 2012 laut DLD-Konferenz: Collaborative Consumption. <https://www.gruenderszene.de/allgemein/dld-Airbnb-collaborative-consumption> (Zugegriffen: 11. Dezember 2019).
- Ratzesberger, Pia. 2015. Die Idee des Teilens ein großes Geschäft. *Süddeutsche Zeitung*.
- Recke, Martin. 2012. Finally, the Sharing Economy is back. <https://nextconf.eu/2012/01/finally-the-sharing-economy-is-back/> (Zugegriffen: 7. Dezember 2019).
- Reckwitz, Andreas. 2017. *Die Gesellschaft der Singularitäten : zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Rifkin, Jeremy. 2007. *Access. Das Verschwinden des Eigentums: warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden*. Frankfurt am Main: Campus-Verlag.
- Slee, Tom. 2016. *What's Yours Is Mine. Against the Sharing Economy*. New York: OR Books.
- Täubner, Mischa. Sharing Economy: Mythos und Realität. *brand eins* 2013:54–59.
- teilAuto. 2019. Unternehmen. <https://www.teilAuto.net/unternehmen/> (Zugegriffen: 10. Oktober 2019).
- Teubner, Timm, und Christoph Buring. Sharing Economy. *Karlsruher Transfer* 2014:44–47.
- Vogelpohl, Thomas, und Arno Simons. 2015. Kontroversen ums Teilen. Ein Überblick über das online gestützte Peer-to-Peer Sharing als gesellschaftliche Innovation und eingehende allgemeine spezifische Kontroversen. https://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/Dateien/PeerSharing_Arbeitsbericht2.pdf (Zugegriffen: 10. November 2019).
- Weitzman, Martin L. 1984. *The share economy. Conquering stagflation*. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press.
- Wewer, Göttrik. 2016. Privates Teilen als Geschäftsmodell? Politische, wirtschaftliche und soziale Probleme der Sharing Economy. *Leviathan* 44:155–179.