

Der Einfluss von online Sharing Economy Plattformen auf unsere Ökonomie

BACHELORARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades

„Bachelor of Science“

der Wirtschaftswissenschaften

eingereicht bei Herrn

Univ. Prof.

Assoz. Prof. Dr. Steffen Zimmermann

Institut für Wirtschaftsinformatik, Produktionswirtschaft und Logistik

Fakultät für Betriebswirtschaft

der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck

von

Michael Strasser

Innsbruck, Januar 2015

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	ii
Abkürzungsverzeichnis.....	iv
Abbildungsverzeichnis.....	v
Tabellenverzeichnis.....	vi
1 Einleitung, Begriffsdefinitionen und Forschungsfrage.....	1
1.1 Definition der Sharing Economy.....	1
1.2 Risiken für Nutzer der Sharing Economy.....	3
1.3 Zugang zu den Plattformen.....	4
1.4 Methodik.....	5
2 Analyse zur Sharing Economy.....	6
2.1 Branche Bank und Versicherungen.....	7
2.1.1 Social Lending.....	7
2.1.2 Crowdfunding.....	8
2.1.3 Versicherungen.....	9
2.2 Branche Gewerbe und Handwerk.....	10
2.3 Branche Handel.....	11
2.4 Branche Industrie.....	13
2.5 Branche Information und Consulting.....	14
2.6 Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft.....	15
2.7 Branche Transport und Verkehr.....	16
3 Potentiale der Sharing Economy.....	19
3.1 Potentiale in den einzelnen Branchen.....	19
3.1.1 Bank und Versicherung.....	20
3.1.2 Gewerbe und Handwerk.....	20
3.1.3 Branche Handel.....	20
3.1.4 Branche Industrie.....	21
3.1.5 Branche Information und Consulting.....	21
3.1.6 Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft.....	21
3.1.7 Branche Transport und Verkehr.....	21
3.2 Potential nach Interaktionsmodellen.....	21

3.2.1	B2B.....	21
3.2.2	P2B	22
3.2.3	B2C.....	22
3.2.4	P2P.....	22
3.3	Herausforderungen der Sharing Economy.....	22
3.4	Sharing Economy regional betrachtet.....	25
3.4.1	Regionale Bedürfnisse nach Sharing Economy	25
3.4.2	Regionale Aufteilung der Sharing Plattformen	26
3.4.3	Regionaler Branchenmix	27
4	Interpretation und Evaluation der Ergebnisse.....	29
5	Zusammenfassung, kritische Würdigung und Ausblick	31
6	Literaturverzeichnis.....	33

Abkürzungsverzeichnis

B2C	Business-to-Customer, Business-to-Consumer
B2P	Business-to-Peer
B2B	Business-to-Business
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
d. h.	das heißt
et al.	et altera
etc.	et cetera
evt.	eventuell
P2P	Peer-to-Peer
P2B	Peer-to-Business
p.	Page (Seite)
PwC	PricewaterhouseCoopers
usw.	und so weiter
u. a.	unter anderem
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Homescreen der Seite DriveNow	4
Abbildung 2: Navigation in der DriveNow App	5
Abbildung 3: Anzahl der Plattformen in den einzelnen Branchen.....	20
Abbildung 4: Bereitschaft zur Sharing Economy nach Regionen (Nielsen N.V., 2014).....	26
Abbildung 5: Regionale Aufteilung	26
Abbildung 6: Anzahl Europäischer Plattformen	27
Abbildung 7: Branchenmix nach Ländern	28

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Güter und Services (Nielsen N.V., 2014, p. 7)	3
Tabelle 2: Brancheneinteilung der Wirtschaftskammer Österreich (Wirtschaftskammer Österreich, 2014).....	6
Tabelle 3: Branche Bank und Versicherungen (Wirtschaftskammer Österreich, 2014).....	7
Tabelle 4: Branche Gewerbe und Handwerk (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)	11
Tabelle 5: Branche Handel (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)	12
Tabelle 6: Branche Industrie (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)	14
Tabelle 7: Branche Information und Consulting (Wirtschaftskammer Österreich, 2014).....	14
Tabelle 8: Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft (Wirtschaftskammer Österreich, 2014) ...	16
Tabelle 9: Branche Transport und Verkehr (Wirtschaftskammer Österreich, 2014).....	17
Tabelle 10: Vergleich Branche mit Interaktionsmodellen	18

1 Einleitung, Begriffsdefinitionen und Forschungsfrage

„Der Umstieg von Eigentum auf Zugang“ (Rifkin, 2014, p. 329) - so sieht derzeit ein Trend im Internet aus. In traditionellen Märkten Produkte zu kaufen und dadurch Eigentum zu erwerben steht nun dem Teilen mit der Allgemeinheit gegenüber. Dies kann anhand eines Beispiels verdeutlicht werden:

Die Hälfte der US Haushalte besitzt eine Bohrmaschine. Diese Bohrmaschinen werden durchschnittlich aber nur sechs bis dreizehn Minuten in ihrer gesamten Lebensdauer benutzt. (Botsman & Rogers, 2010)

Ist das aber wirklich nur ein Trend? Was ist überhaupt möglich in der Sharing Economy? Wo sind die Grenzen der Sharing Economy? Gibt es Grenzen? Wo macht Sharing Economy überhaupt Sinn? Sollte sich zum Beispiel ein Car Sharing im urbanen Raum etablieren, wie wirkt sich das auf die Automobilindustrie aus? All diese Fragen führen zu der Forschungsfrage in dieser Arbeit:

In welchen Bereichen bzw. in welchen Branchen gibt es für Sharing Economy noch Potential?

Zu Beginn dieser Arbeit wird beschrieben, welche Möglichkeiten im Zusammenhang mit der Sharing Economy bereits existieren und welche weiteren für die Zukunft abgeleitet werden können. Bei der Recherche wurden Plattformen für digitale Medien, wie mp3 Tauschbörsen, Streaming Plattformen und ähnliche Dienste nicht berücksichtigt. Auch Plattformen zum Wissenstransfer sind in dieser Arbeit nicht in die Analyse miteinbezogen worden.

Für die Recherche im Zusammenhang mit dieser Arbeit wurden folgende Schlüsselwörter verwendet:

- Share Economy
- Sharing Economy
- Kokonsum
- Collaborative Consumption
- Collaborative Economy

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit, sind in dieser Arbeit alle personenbezogenen Bezeichnungen als geschlechtsneutral zu sehen.

1.1 Definition der Sharing Economy

Sharing Economy bzw. die Ökonomie des Teilens ist kein neuartiges Phänomen. Das Ausleihen von Alltagsgegenständen wie Büchern, Werkzeugen oder Lebensmitteln unter Verwandten, Freunden und/oder Nachbarn ist auch in der Vergangenheit bereits beobachtet

worden. Diese Art des analogen Teilens war jedoch auf einen kleinen überschaubareren Kreis begrenzt. Das Internet bietet nun die Möglichkeit, Güter mit anderen Personen zu teilen, welche man unter Umständen nicht persönlich kennt.

Bereits 1984 verfasste Martin L. Weitzman ein Buch „The Share Economy: Conquering Stagflation“. Schon ab den 1960er Jahren waren abwechselnd Perioden hoher Arbeitslosigkeit und hoher Inflation zu verzeichnen (Weizman, 1986, p. 1). Heute ist insbesondere in Europa steigende Arbeitslosigkeit in Verbindung mit sinkender Inflation zu beobachten.

Die Sharing Economy wird als ökonomisches Modell definiert, dessen Ziel es ist Güter zu teilen, die nur selten genutzt werden. Als Güter werden Gegenstände wie Raum bzw. Wohnraum, oder auch Fähigkeiten mit oder ohne monetärer Komponente verstanden (Botsman, 2013).

Ermöglicht wurde diese neue Art zu teilen durch das Internet, oder genauer gesagt durch das Web 2.0. Waren es 1993 gerade mal ein Prozent der gesamten Datenleistung (die restlichen 99% fielen auf Telefonübertragungen), welche für das Internet anfielen, waren es 2007 schon 97% der Datenmenge für das Internet (Hilbert & López, 2011, p. 62).

Zu Beginn des Teilens - mit Hilfe des - Internets stand vor allem der Austausch von Daten bzw. Codes und Wissen im Vordergrund, um an einer Software zu arbeiten (Rifkin, 2014, p. 258), nachdem das Internet 1990 auch für die kommerzielle Nutzung freigegeben wurde. Daraus entstanden in weiterer Folge Bewegungen wie die Open-Source Bewegung zur freien Software Linux, welche 1991 von Studenten initiiert wurde (Botsman & Rogers, 2010, p. 57). Auch Portale wie Napster zeigten anhand des Beispiels file sharing schon früh, wie das Teilen auf P2P Plattformen funktioniert (Andersson, et al., 2013).

Zwei der ersten großen Plattformen, die das Tauschen bzw. Verkaufen gebrauchter oder nicht benötigter Güter ermöglichten, waren eBay und Craigslist 1995 (Schor, 2014, p. 2).

Zu Beginn der 2000er Jahre wurde sozialer Austausch, das Bilden von Lerngruppen und der Austausch von Büchern über soziale Netzwerke wie studiVZ oder Facebook beobachtet. Aktuell gibt es neben den bereits etablierten sozialen Netzwerken auch neuartige Sharing Communities. Diese Communities können sich nun gezielt auf online Plattformen treffen, um Güter und sonstige Services zu tauschen.

Neben der Absicht sich sozial sowie fachlich auszutauschen, können Nutzer innerhalb der Sharing Economy auch das Ziel verfolgen ein Produkt zuerst zu testen, bevor sie sich für einen Kauf entscheiden. Für eine Person, die bspw. gerne Tennis spielen möchte, diese Sportart aber noch nie ausprobiert hat, bietet die Sharing Economy die Möglichkeit einen Schläger und Bälle auszuleihen und so die Sportart zu testen. Je nachdem ob es der Person gefällt, kann diese dann ein neues Tennisequipment kaufen oder auch nicht.

Bis jetzt wurde recht allgemein von Gütern gesprochen. Es muss jedoch zwischen verschiedenen Arten von Gütern unterschieden werden, die Personen bereit sind zu teilen. Be-

trachtet man ausschließlich physische Güter, ergibt sich folgende Aufteilung (siehe Tabelle 1):

Bereich	Anteil an 100%
Elektronik	28%
Services	26%
Werkzeug	23%
Fahrräder	22%
Kleidung	22%
Haushaltsutensilien	22%
Sportequipment	22%
Autos	21%
Camping Equipment	18%
Möbel	17%
Das Zuhause	15%
Motorräder	13%

Tabelle 1: Güter und Services (Nielsen N.V., 2014, p. 7)

Interessant an dieser Aufstellung ist, dass Motorräder und Autos nicht gleich bewertet werden. Vor dem Hintergrund, dass Airbnb als eine der bekanntesten Sharing Plattformen sich mit dem Teilen von privatem Wohnraum beschäftigt, fällt außerdem auf, dass lediglich 15% der Befragten angeben ihr Zuhause teilen zu wollen. Wie Airbnb genau funktioniert wird in Kapitel 2.6 genauer beschrieben.

Die praktische Relevanz des Themas Sharing Economy für ökonomische Kontexte wird durch verschiedene Studien widerspiegelt. Beispielsweise belegt eine aktuelle Studie von PwC, dass bereits heute 15 Mrd. \$ jährlich innerhalb von fünf Sharing Sektoren umgesetzt werden. Diese werden definiert als P2P finance, online staffing, P2P accommodation, car sharing und music/video Streaming (Vaughan & Hawksworth, 2014), und Forbes (2013) schätzt, dass die Sharing Economy jährlich um 25% wachsen wird. (Geron, 2013).

1.2 Risiken für Nutzer der Sharing Economy

Die Nutzung von Plattformen der Sharing Economy bergen verschiedene Risiken. Einige Portale erfordern die Eingabe diverser persönlicher Daten wie Wohnadresse oder Bilder der Wohnung, um die empfundene Vertrauenswürdigkeit für andere Community Mitglieder zu erhöhen. Dabei ist unklar, wie einerseits die Betreiber der Plattformen mit derart sensiblen Daten umgehen und wie andererseits die persönlichen Daten vor Angriffen von Aussen geschützt werden (Jain, 2013).

Auch das Thema Bewertungen kann zu Problemen führen. Wie schon bei den klassischen Bewertungsportalen wie Yelp oder auch Plattformen wie Amazon oder eBay sind Bewertungen in der Sharing Economy ebenfalls wichtig. Mit Hilfe derartiger Bewertungen können sich zum Beispiel Nutzer von Airbnb ein Bild davon machen, wie sich ein bestimmter Vermieter verhält. Auch für den Mieter können Bewertungen abgegeben werden.

Ein weiteres Thema bei der Betrachtung von Risiken der Sharing Economy ist das Vertrauen innerhalb der Community (Botsman & Rogers, 2010). Für Nutzer muss klar sein, wer für mögliche Schäden an verliehenen Gegenständen, kurzfristig vermietetem Wohnraum oder bei Beförderungen von Personen aufkommt. Unklarheit darüber erhöht das empfundene Risiko bei Nutzern (Weber, 2014).

1.3 Zugang zu den Plattformen

Es gibt unterschiedliche Zugänge zu den einzelnen Plattformen. Eine Möglichkeit ist der Einstieg über den Internetbrowser. Durch das Aufrufen der jeweiligen Website sind nach dem Anmelden auf der Seite die einzelnen Funktionen verfügbar. Eine weitere Möglichkeit auf die Plattformen zuzugreifen ist über mobilen Apps. Diese Zugriffsmöglichkeit bildet das tatsächliche Herzstück der Sharing Economy und dient vor allem dazu, dass die Community auch mobil virtuell in Kontakt treten kann.

Abbildung 1 zeigt den Aufbau einer Website am Beispiel DriveNow:

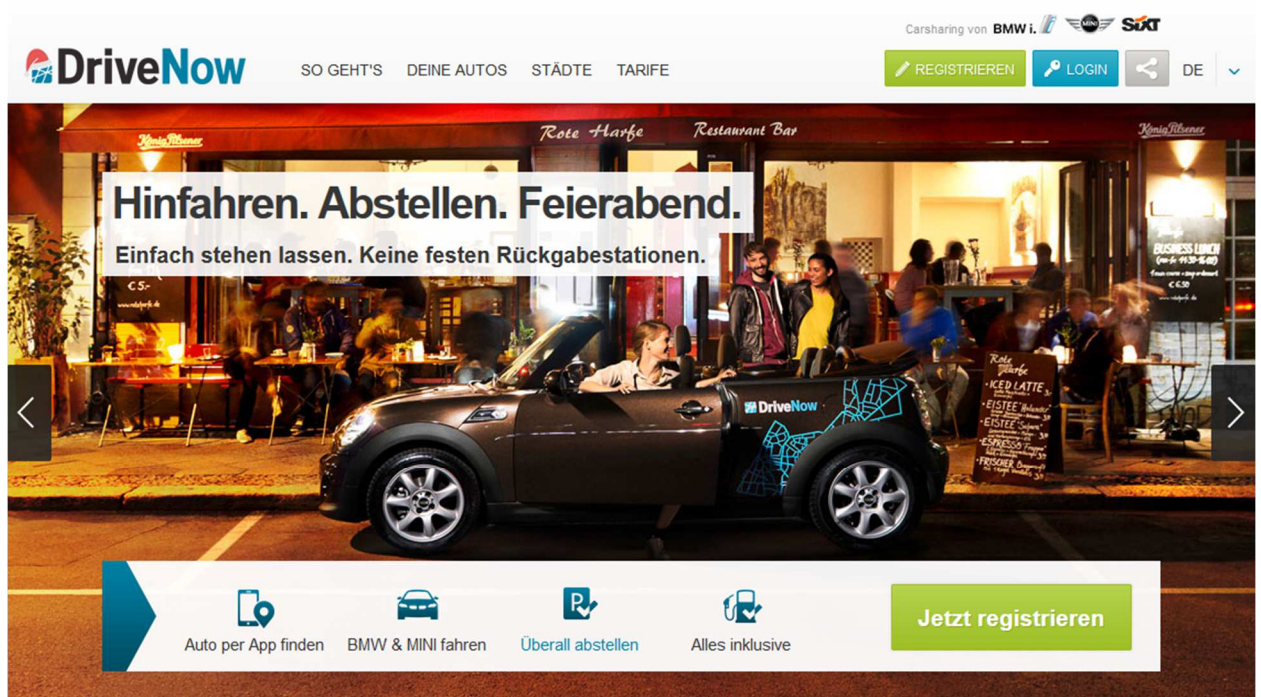


Abbildung 1: Homescreen der Seite DriveNow

Aufbau einer mobilen App am Beispiel DriveNow:

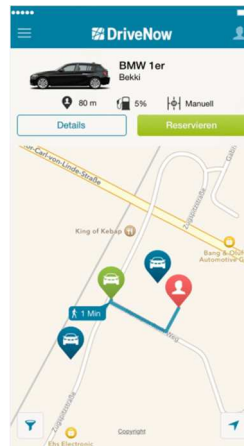


Abbildung 2: Navigation in der DriveNow App

1.4 Methodik

Die vorliegende Arbeit wurde in zwei Grundlegende Bestandteile gegliedert, welche nachfolgend kurz erläutert werden.

Der erste Teil befasst sich mit einer Bestandsaufnahme zur Sharing Economy. Diese Bestandsaufnahme soll aufzeigen, was schon alles verfügbar ist bzw. in welchen Bereichen schon Lösungen angeboten werden. Die Bestandsaufnahme wurde mittels Suche nach diversen Plattformen selbst, und über allgemeine Webseiten wie zum Beispiel collaborativeconsumption.com durchgeführt. Zusätzlich wurde für jede in dieser Arbeit angeführten Webseiten die Herkunft analysiert. Es gibt zwar bei einigen Plattformen auch länderspezifische Plattformen, aber es wurde bei der Analyse darauf geachtet, den Hauptsitz der jeweiligen Plattform heranzuziehen. Wichtig ist dabei anzumerken, dass die angegebenen Plattformen nur einen Auszug aller bestehenden Plattformen darstellen, da eine Betrachtung aller verfügbaren Plattformen den Rahmen der Arbeit übersteigen würde. Alleine im Bereich Ridesharing Plattformen gibt es bspw. mehr als 41 (Andersson, et al., 2013).

Für eine übersichtliche Unterteilung wurden Branchen gewählt. Als Einteilung der Branchen wurde die Gliederung der Wirtschaftskammer Österreich zugrunde gelegt. Für den Einführungsteil wurden diverse Bücher und scholar.google.com für wissenschaftliche Arbeiten herangezogen.

Der zweite Teil dieser Arbeit befasst sich mit der Frage, in welchen Regionen der Welt die Sharing Economy schon sehr stark vertreten ist und wo es noch Potential gibt. Diese Analyse wurde aufbauend auf den im ersten Teil der Arbeit dargestellten Informationen durchgeführt. Auf dieser Basis konnten Potentiale für die einzelnen Regionen und Branchen abgeleitet werden.

2 Analyse zur Sharing Economy

Die ursprüngliche Strukturierung der Analyse hat eine Einteilung der Plattformen nach Interaktionsarten vorgesehen. Jedoch stellte sich schnell heraus, dass eine derartige Strukturierung zu unübersichtlich ist, da viele Plattformen mehrere Interaktionsarten beinhalten. Daher wurde die Einteilung nach Branchen vorgenommen. Dennoch wurden auch innerhalb der einzelnen Branchen die Interaktionen analysiert.

Nach Botsman (2013) lässt sich die Sharing Economy in zwei Haupt-Interaktionsmodelle unterteilen: P2P und B2C (Botsman, 2013). Unter Betrachtung der grundsätzlichen Rollen der Nutzer (Unternehmen oder Privatperson), die Botsman (2013) mit der Entwicklung der beiden Interaktionsformen definiert hat, lassen sich noch weitere Interaktionsformen ableiten.

In Summe lassen sich vier grundsätzliche Interaktionsformen definieren:

- Privatperson an Privatperson (P2P)
- Privatperson an Unternehmen (P2B)
- Unternehmen an Privatperson (B2C oder B2P)
- Unternehmen an Unternehmen (B2B)

Die Gliederung nach Branchen folgt der Brancheneinteilung der Wirtschaftskammer Österreich und wird in Tabelle 2 abgebildet:

Branche Bank und Versicherung
Branche Gewerbe und Handwerk
Branche Handel
Branche Industrie
Branche Information und Consulting
Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft
Branche Transport und Verkehr

Tabelle 2: Brancheneinteilung der Wirtschaftskammer Österreich (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)

Die folgenden Kapitel 2.1 bis 2.7 sind nun unterteilt in die einzelnen Branchen.

2.1 Branche Bank und Versicherungen

Da diese Branche sehr umfangreich ist, wurde dieses Kapitel noch in drei weitere Kapitel unterteilt. In diesen Kapiteln wurden Social Lending, Crowdfunding und Versicherungen nochmals genauer betrachtet.

Generell lässt sich feststellen, dass in dieser Branche hauptsächlich P2P, P2B und B2C Interaktionen zu finden sind.

Diese Branche wird wie folgt unterteilt:

Branche Bank und Versicherung
Banken und Bankiers, Fachverband
Landes-Hypothekenbanken, Fachverband
Pensionskassen, Fachverband
Raiffeisenbanken, Fachverband
Sparkassen, Fachverband
Versicherungsunternehmen, Fachverband
Volksbanken, Fachverband

Tabelle 3: Branche Bank und Versicherungen (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)

2.1.1 Social Lending

In dieser Unter-Branche gibt es Vertreter, die vor allem im Kreditgeschäft tätig sind. Diese werden auch „Social Lending“-Plattformen genannt und arbeiten mit Peer-to-Peer-Krediten (Lazarovic, 2014). Peer-to-Peer Kredite sind eine Alternative zu traditionellen Krediten, welche auf klassischem Weg von Banken angeboten werden. Alternative Peer-to-Peer Kreditformen verzichten in der Regel auf die hohen Fixkosten, die mit Krediten der traditionellen Banken verbunden sind (Rifkin, 2014). Bekannte Plattformen sind:

- Auxmoney (www.auxmoney.com)
- Fixura (www.fixura.com)
- Lendico (www.lendico.de)
- Lending Club (www.lendingclub.com)
- Prosper (www.prosper.com)
- Zopa (www.zopa.com)

Im Folgenden wird das Prinzip von Social Lending am Beispiel von Auxmoney verdeutlicht. Auxmoney richtet sich mit seinem Angebot an Menschen mit Kreditwünschen und an über 50.000 registrierte Anleger. Dabei werden Renditen zwischen 4,8 % bis 7,3 % als realistisch betrachtet. Nach eigenen Angaben sollen sogar Renditen über 15% möglich sein (auxmoney GmbH, 2014). Jeden Monat bekommen die Anleger von Auxmoney einen Teil der Investitionen in Form von Tilgungs- und Zinsraten zurück. Dem Kreditnehmer verspricht Auxmoney eine sofortige Überweisung des Betrags sobald genügend Investoren für die gewünschte Kreditsumme gefunden wurden. Auxmoney finanziert sich dabei über eine Vermittlungsgebühr, welche von beiden Seiten (Anleger und Kreditge-

ber) getragen wird. Dabei liegt die Vermittlungsgebühr bei 2,95% des Kreditbetrages für Kreditnehmer und bei Anleger liegt diese Gebühr bei einem Prozent der Anlagesumme. (auxmoney GmbH, 2014). In Österreich gibt es allerdings auch Banken, welche keine Bearbeitungsgebühr in Rechnung stellen. (easybank AG, 2015)

2.1.2 Crowdfunding

Eine weitere Alternative zu konventionellen Bankkrediten ist das sogenannte Crowdfunding. Dabei ist zu beachten, dass viele Plattformen nur für spezielle Projekte, wie Umwelt, Sport, Musik, etc. Crowdfunding anbieten:

- 100 FANS (www.100fans.de)
- 100days (www.100-days.net)
- ADDACT (www.addact.de)
- Becovillage (www.becovillage.com)
- c-crowd (www.c-crowd.com)
- Crowdfans (www.crowdfans.de)
- Crowdfunder.com (www.crowdfunder.com)
- Crowdtilt.com (www.crowdtilt.com)
- Dreamojo (www.dreamojo.com)
- Ecocrowd (www.ecocrowd.de)
- fairplaid (www.fairplaid.org)
- friendfund (www.friendfund.com)
- Friendfund (www.friendfund.com)
- FundedByMe (www.fundedbyme.com)
- ambitious (www.ambitious.com)
- gofundme (www.gofundme.com)
- GoGetFunding (www.gogetfunding.com)
- Happy Capital (www.happy-capital.com)
- Indiegogo (www.indiegogo.com)
- Inject-Power (www.inject-power.at)
- investedin (www.invested.in)
- kickstarter (www.kickstarter.com)
- kisskissbankbank (www.kisskissbankbank.com)
- Monaco Funding (www.monaco-funding.com)
- Musicstarter (www.musicstarter.de)
- Oneplanetcrowd (www.oneplanetcrowd.de)
- Patreon (www.patreon.com)
- pledgemusic (www.pledgemusic.com)
- ProjektStarter (www.projektstarter.ch)
- RocketHub (www.rockethub.com)
- Sciencestarter (www.sciencestarter.de)
- sellaband (www.sellaband.com)

- Spieleschmiede (www.spiele-offensive.de/Spieleschmiede)
- Sponsume (www.sponsume.com)
- Startnext (www.startnext.de)
- Technofunding (www.technofunding.com)
- Trevolta (www.trevolta.com)
- UInvest (www.uinvest.com.ua)
- Ulule (www.ulule.com)
- viele-schaffen-mehr (www.viele-schaffen-mehr.de)
- VisionBakery (www.visionbakery.com)
- wemakeit (www.wemakeit.ch)
- YouCan2 (www.youcan2.de)

Die Funktionsweise von Crowdfunding Plattformen wird am Beispiel von Kickstarter illustriert. Mit dem Slogan „Bring your creative project to life“ (Kickstarter, Inc., 2015) wirbt Kickstarter für seine crowdfunding Plattform. Dabei präsentiert der Urheber eines Projektes seinen Geschäftsplan auf der online Plattform, gibt an, welche Summe für das Projekt benötigt wird und setzt einen Termin, bis wann die Summe benötigt wird. Kommt bis zum Termin das Geld nicht zusammen, wird das bis zu diesem Zeitpunkt gesammelte Geld auch nicht ausbezahlt. Wird das Ziel jedoch erreicht, bekommt der Urheber die Summe (Kickstarter, Inc., 2015). Im Gegensatz zu herkömmlichen Investitionen bleibt das Unternehmen bzw. das Projekt zu 100% im Eigentum des Schöpfers; Kickstarter erwirbt somit keine Anteile. Kickstarter selbst finanziert sich über eine Einhebung einer Gebühr welche mit 5% festgelegt ist. Neben Kickstarter verrechnet auch Amazon zwischen 3% und 5%, da das Geld über Amazon Payments gesammelt wird. Diese Gebühr ist allerdings erst dann fällig, sobald das Projekt erfolgreich finanziert wurde (Rifkin, 2014, p. 374). Den Anlegern selbst wird keine fixe Rendite versprochen, allerdings bekommen diese eine Belohnung von den Projekteigentümern. Wie diese Belohnung aussieht, kann der Eigentümer selbst entscheiden.

2.1.3 Versicherungen

Die Versicherungsbranche ist in der Sharing Economy bis dato relativ schwach vertreten. Ähnlich wie bei Peer-to-Peer Krediten, tritt auch hier nicht direkt eine Versicherung in Kontakt mit den Klienten, sondern eine Plattform, die dann zum einen selbst Teile des Beitrages verwaltet und zum anderen aber auch einen Betrag an Versicherungen weiterleitet. Ziel ist hier aber nicht als einzelner den Beitrag zu leisten, sondern als Gruppe.

- Friendsurance (www.friendsurance.de)

Am Beispiel von Friendsurance wird im Folgenden gezeigt, wie Versicherungen im Sinne der Sharing Economy funktionieren. Friendsurance verspricht für Hausrat, Haftpflicht und Rechtsschutzversicherungen eine Möglichkeit, einen Schadensfrei Bonus zu erhalten. Das bedeutet, wenn kein Schaden entsteht, bekommt jeder einen Teil aus einem gemeinschaftlichen Topf wieder ausbezahlt. Dieses Geld behalten sonst die Versicherungsunternehmen für sich selbst. Wenn allerdings ein Schaden entsteht, werden kleinere Schäden

aus diesem gemeinschaftlichen Topf bezahlt. Bei größeren Summen wird der Schaden vom Versicherungsunternehmen übernommen. Friendsurance selbst ist ein unabhängiger Makler und erhält für die von ihm betreuten Verträge die marktüblichen Maklergebühren und Provisionen (Alecto GmbH, 2014).

Friendsurance ist zwar nicht das klassische Beispiel für die Sharing Economy, da es nicht rein auf eine Community aufbaut, aber man kann es als ein Hybridmodell aus einem Sharing Economy und einem klassischen Geschäftsmodell sehen. Es kann auch als ein Teil der „Hybrid-Ökonomie“ (Rifkin, 2014, p. 451) gesehen werden. Im Kapitel 3.3 wird dann noch näher auf das Thema zur Hybrid-Ökonomie eingegangen.

Wie in dem Kapitel zuvor ersichtlich, gibt es im Bereich Banken und Versicherungen einige Vertreter in der Sharing Economy. Allerdings sind diese Vertreter auf Kreditvergaben fixiert. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass sich der Sektor Banken und Versicherungen im Kontext der Sharing Economy stark auf private Kreditvergabe konzentriert. Unklar bleibt bis dato, ob in diesem Zusammenhang auch andere Services wie Kontoführung denkbar sind.

2.2 Branche Gewerbe und Handwerk

Diese Branche ist hauptsächlich im B2C und im P2P Bereich tätig und kann wie in Tabelle 4 dargestellt unterteilt werden:

Branche Gewerbe und Handwerk
Bauhilfsgewerbe, Bundesinnung
Mode und Bekleidungstechnik, Bundesinnung
Gesundheitsberufe, Bundesinnung
Berufsfotografen, Bundesinnung
Chemische Gewerbe und der Denkmal-, Fassaden- und Gebäudereiniger, Bundesinnung
Dachdecker, Glaser und Spengler, Bundesinnung
Elektro-, Gebäude-, Alarm- und Kommunikationstechniker, Bundesinnung
Friseure, Bundesinnung
Fußpfleger, Kosmetiker und Masseure, Bundesinnung
Gärtner und Floristen, Bundesinnung
Geschäftsstelle Bau der Bundesinnung Bau und des Fachverbandes der Bauindustrie
Gewerbliche Dienstleister, Fachverband
Hafner, Platten- und Fliesenleger und Keramiker, Bundesinnung
Holzbau, Bundesinnung
Karosseriebautechniker, Karosserielackierer und Wagner, Bundesinnung
Kraftfahrzeugtechniker, Bundesinnung
Kunsthandwerke, Bundesinnung
Kunststoffverarbeiter, Bundesinnung
Lebensmittelgewerbe, Bundesinnung
Maler und Tapezierer, Bundesinnung

Mechatroniker, Bundesinnung
Metalltechniker, Bundesinnung
Rauchfangkehrer und Bestatter, Bundesinnung
Sanitär-, Heizungs- und Lüftungstechniker, Bundesinnung
Steinmetze, Bundesinnung
Tischler und Holzgestaltende Gewerbe, Bundesinnung

Tabelle 4: Branche Gewerbe und Handwerk (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)

Hier ist vor allem der Bereich Handwerk genauer zu betrachten. Das Angebot im Gesamtkontext der Sharing Economy beinhaltet beispielsweise Reinigung von Wohnungen und Umzugshilfe, und zwar auf P2P-Basis. Plattformen hierfür sind z.B.:

- EXEC (www.iamexec.com)
- TaskRabbit (www.taskrabbit.com)
- Zaarly (www.zaarly.com)

Die Branche Gewerbe und Handwerk in der Sharing Economy wird am Beispiel TaskRabbit veranschaulicht. TaskRabbit hilft Personen Teile ihrer persönlichen ToDo-Liste zu vergeben. Dies können unter anderem Reinigungen, Handwerksarbeiten, Hilfestellungen oder auch ein Umzug sein. TaskRabbit selbst gibt an, dass sämtliche Tasks versichert sind und auch seine Tasker (so werden die Personen die ToDo's übernehmen genannt) vollständig sicherheitsüberprüft wurden (Taskrabbit Inc., 2014). Taskrabbit selbst nimmt aber nur eine Vermittlerrolle ein, denn der Austausch selbst findet zwischen den Usern, also P2P, statt.

2.3 Branche Handel

In dieser Branche sind alle vier Interaktionsarten zu beobachten. Der Handel selbst kann wie folgt unterteilt werden:

Branche Handel
Agrarhandels, Bundesgremium
Außenhandel, Bundesgremium
Baustoff-, Eisen-, Hartwaren- und Holzhandel, Bundesgremium
Direktvertrieb, Bundesgremium
Elektro- und Einrichtungsfachhandel, Bundesgremium
Energiehandel, Fachverband
Fahrzeughandel, Bundesgremium
Foto-, Optik- und Medizinproduktehandel, Bundesgremium
Handel mit Arzneimitteln, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Chemikalien und Farben, Bundesgremium
Handel mit Maschinen, Computersystemen, technischem und industriellem Bedarf, Bundesgremium
Handel mit Mode und Freizeitartikeln, Bundesgremium
Handelsagenten, Bundesgremium

Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel, Bundesgremium
Lebensmittelhandel, Bundesgremium
Markt-, Straßen- und Wanderhandel, Bundesgremium
Papier- und Spielwarenhandel, Bundesgremium
Sekundärrohstoff- und Altwarenhandel, Bundesgremium
Tabaktrafikanten, Bundesgremium
Versand-, Internet- und allgemeiner Handel, Bundesgremium
Versicherungsagenten, Bundesgremium

Tabelle 5: Branche Handel (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)

Die Sharing Economy stellt neben dem traditionellen stationären Verkauf und online Vertrieb einen weiteren Zweig der Branche Handel dar. Von Kinderspielzeug über Kleidung bis hin zu Autos wird der Zugang zu Gütern auf unterschiedlichsten Sharing Plattformen ermöglicht. Die Tendenz derartige Gegenstände gebraucht zu kaufen, zu tauschen oder auszuleihen nimmt zudem Einfluss auf den Industriesektor, denn wenn beispielsweise Autos weniger neu gekauft, sondern mehr via Car Sharing ausgeliehen werden, sinkt in weiterer Konsequenz die Nachfrage nach neu produzierten Autos. Beispiele für derartige Sharing Plattformen sind:

- AptDeco (www.aptdeco.com)
- cir.cl (www.cir.cl)
- Clamour (www.clamour.net)
- Flow2 (www.floow2.com)
- foodsharing.de (www.foodsharing.de)
- Frents (www.frents.com)
- getable (www.getable.com)
- Girl Meets Dress.com (<http://www.girlmeetsdress.com/>)
- Givebox (www.facebook.com/Givebox)
- Gnibble.com (www.gnibble.com)
- hitflip (www.hitflip.de)
- kleiderkreisel (www.kleiderkreisel.de)
- Kookopa (www.kookopa.com)
- krrb.com (www.krrb.com)
- leihdirwas.de (www.leihdirwas.com)
- leih-ein-buch.de (www.leih-ein-buch.de)
- Mädchenflohmarkt (www.maedchenflohmarkt.de)
- Mamikreisel (www.mamikreisel.de)
- Meinespielzeugkiste (www.meinespielzeugkiste.de)
- myneighbor (www.mynighbor.com)
- neighborgoods.net (www.neighborgoods.net)
- Peerby (www.peerby.com)
- pley (www.pley.com)
- swap.com (www.swap.com)

- Tauschticket (www.tauschticket.de)
- Whyownit (www.whyownit.com)
- wir.de (www.wir.de)

Die Branche Handel wird am Beispiel Meinespielzeugkiste noch etwas verdeutlicht. Die Idee hinter dieser Plattform ist, dass Kinder Spielzeuge nicht mehr besitzen sondern nach einer gewissen Zeit zurückgeben und ein neues Spielzeug auswählen können. Es ist aber auch möglich das Spielzeug zu behalten. Um diese Spielzeuge zu nutzen muss eine monatliche Gebühr bezahlt werden, wobei der Nutzer die Spielzeuge unbegrenzt und kostenlos tauschen kann (Circus Internet GmbH, 2014). Im Gegensatz zum herkömmlich Konsum von Spielzeug, bekommen Kinder so immer die Möglichkeit, Neues zu entdecken, ohne hier etwas zu erwerben was z.T. nach kürzester Zeit in einer Schublade verschwindet.

Einen ganz anderen Ansatz bietet die folgende Plattform. Peerby (2014) versucht nicht den "Ich" Gedanken zu fördern, sondern den "Wir" Gedanken zu stärken. Über diesen „Wir“ Ansatz werden durch den klassischen Tausch von Gütern Personen verbunden. (Peerby B.V., 2014). Auf dieser Plattform können Güter zwischen Personen getauscht werden, ähnlich wie in Kapitel 1.1 kurz beschrieben. Die Nutzung und das Ausleihen von Gütern sind auf Peerby kostenlos.

Die verschiedenen Plattformen innerhalb der Branche Handel in der Sharing Economy verfolgen unterschiedliche Ansätze. Bei der Plattform Kleiderkreisel kann beispielsweise Kleidung zwischen Nutzern kostenfrei getauscht werden (P2P). Andere Plattformen sehen einen Mitgliedsbeitrag vor, für den Nutzer Güter ausleihen können. Wieder andere bieten unentgeltliche Leihservices an.

2.4 Branche Industrie

Innerhalb dieser Branche konnte keine Interaktion festgestellt werden. Denkbar ist Interaktion hier hauptsächlich im B2B Bereich. Die Unterteilung der Branche Industrie selbst sieht wie folgt aus:

Branche Industrie
Bauindustrie, Fachverband
Bergwerke und Stahl, Fachverband
Chemische Industrie, Fachverband
Elektro- und Elektronikindustrie, Fachverband
Fahrzeugindustrie, Fachverband
Film- und Musikindustrie, Fachverband
Gas- und Wärmeversorgungsunternehmen, Fachverband
Gießereiindustrie, Fachverband
Glasindustrie, Fachverband
Holzindustrie, Fachverband

Maschinen & Metallwaren, Fachverband
Mineralölindustrie, Fachverband
Nahrungs- und Genussmittelindustrie (Lebensmittelindustrie), Fachverband
NE-Metallindustrie, Fachverband
Papierindustrie, Fachverband
Papierverarbeitende Industrie, Fachverband
Stein- und keramische Industrie, Fachverband
Textil-, Bekleidungs-, Schuh- und Lederindustrie, Fachverband

Tabelle 6: Branche Industrie (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)

Wie bereits bei der Branche Handel angedeutet, hat die Entwicklung der Sharing Economy dort einen Einfluss auf die Branche Industrie. Wenn aufgrund der Ökonomie des Teilens nur mehr wenige Güter über den Handel verkauft werden, kann die Industrie auch weniger ihrer Produkte absetzen. Elliot Martin und Susan Shaheen (2011) haben 6281 Haushalte analysiert, welche vor dem Car Sharing in Summe 2968 Fahrzeuge besaßen. Dies würde bedeuten, dass jeder zweite Haushalt im Besitz eines Fahrzeuges war. Nach dem Car Sharing verfügte nur mehr jeder vierte Haushalt über ein eigenes Auto. (Martin & Shaheen, 2011)

Am Beispiel Auto wird sehr deutlich, dass die Sharing Economy einen Substitutionseffekt herbeiführen kann. Car Sharing im urbanen Raum kann die Nachfrage nach Neuwagen spürbar senken, da Car Sharing mit der Shared Mobility einen weiter gefassten Nutzen bietet. Bestandteile dieser Shared Mobility können neben dem schon erwähnten Car Sharing aber auch Bike Sharing und Ride Sharing sein (Freese & Schönberg, 2014). Vertreter dieser eben genannten Beispiele sind in den anderen Branchen zu finden.

2.5 Branche Information und Consulting

Innerhalb dieser Branche sind alle Interaktionen zu erkennen. Unterteilt wird diese Branche wie folgt:

Branche Information und Consulting
Abfall- und Abwasserwirtschaft, Fachverband
Buch- und Medienwirtschaft, Fachverband
Druck, Fachverband
Finanzdienstleister, Fachverband
Immobilien- und Vermögenstreuhänder, Fachverband
Ingenieurbüros, Fachverband
Telekommunikations- und Rundfunkunternehmen, Fachverband
Fachverband Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie
Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten, Fachverband
Werbung und Marktkommunikation, Fachverband

Tabelle 7: Branche Information und Consulting (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)

In dieser Branche sind sehr kreative Ansätze erkennbar. Dabei werden unter anderem Arbeitsplätzen oder ganze Geschäftslokale für sogenannte Pop-Up Stores vermietet. Dabei sind Pop-Up Stores Ladenbaukonzepte, die es den Einzelhändlern und Markenartikelherstellern ermöglichen an verschiedenen Standorten zu agieren (Hurth & Krause, 2010). Wenn man einen Platz zum Arbeiten oder einen Meeting Raum benötigt, kann solch ein Platz für kurze Zeit gemietet werden.

Auch Wi-Fi Zugänge können geteilt werden. Nachfolgend einige Vertreter dieser Branche:

- crowdSPRING (www.crowdspring.com)
- Elance (www.elance.com)
- FON (www.fon.com)
- LiquidSpace (www.liquidspace.com)
- ShareDesk (www.sharedesk.net)
- Storefront (www.thestorefront.com)

Die Branche Informatik und Consulting wird durch das Beispiel crowdSPRING noch etwas verdeutlicht. Der Kunde kann ein Thema aus 43 Kategorien auswählen, zusätzlich werden ein Zielpreis und eine Deadline bekanntgegeben. Als Beispiel wird angenommen, dass ein Kunde ein neues Logo für sein Geschäft benötigt. Daraufhin bekommt er von unterschiedlichsten Designern Vorschläge, wie ihrer Meinung nach das Logo aussehen könnte. Danach wählt sich der Kunde einen Designer aus und perfektioniert das Logo noch gemeinsam mit dem Designer. Beahlt wird der Designer aber erst, wenn der Kunde das Logo freigibt (crowdSPRING, LLC., 2014).

Einen ganz anderen Ansatz in dieser Branche bietet FON. FON-Mitglieder stellen selbst einen WLAN Zugang im eigenen WLAN zur Verfügung, wodurch alle Mitglieder der FON-Community Zugang erhalten. Diese stellen wiederum auch WLAN Zugänge zur Verfügung, wodurch die Community als Ganzes eine große Zahl an Zugängen nutzen kann. Um hier mitmachen zu können, muss man jedoch einen speziellen WLAN Router erwerben. Ziel soll es sein ein flächendeckendes Netz aus WLAN Spots zu erhalten (Fon Wireless Limited, 2015).

2.6 Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft

In dieser Branche sind die Interaktionsarten P2P, P2B und B2C aktuell vertreten. Die Branche Tourismus wird dabei in folgende Bereiche unterteilt:

Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft
Freizeit- und Sportbetriebe, Fachverband
Gastronomie, Fachgruppe Wien
Gastronomie, Fachverband
Gesundheitsbetriebe, Fachverband
Hotellerie, Fachverband
Kino-, Kultur und Vergnügungsbetriebe, Fachverband
Reisebüros, Fachverband

Tabelle 8: Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)

Essen gehen oder eine Schlafgelegenheit in einer fremden Stadt waren bis vor kurzem hauptsächlich über Restaurants oder Hotels möglich. Im Rahmen der Sharing Economy Bewegung wird nun privat die eigene Wohnung, das eigene Bett oder die Couch vermietet. Hinzukommend gibt es die Möglichkeit fremde Leute zu sich zum Essen einzuladen oder seinen Garten zu vermieten. Beispiele für diese Sparte sind:

- 9flats.com (www.9flats.com)
- Airbnb (www.airbnb.at)
- Couchsurfing (www.couchsurfing.com)
- Edinburgh Garden Partners (www.edinburghgardenpartners.org.uk)
- Gloveler (www.gloveler.de)
- HomeAway (www.homeaway.at)
- Sharing Backyards (www.sharingbackyards.com)
- Teileinessen (www.teileinessen.de)
- UrbanGardenShare (www.urbangardenshare.org)
- Wimdu (www.wimdu.de)
- Yardsharing.org (www.yardsharing.org)

Als Vertreter dieser Branche wurde Airbnb noch genauer betrachtet. Mit dem Slogan „Willkommen zu Hause. Miete einzigartige Unterkünfte von lokalen Gastgebern in mehr als 190 Ländern.“ (Airbnb, Inc., 2014) wirbt Airbnb auf seiner Startseite. Das im Jahr 2008 gegründete Amerikanische Unternehmen bietet laut eigenen Angaben in mehr als 34.000 Städten in über 190 Ländern Unterkünfte in Wohnungen, Schlössern und auch in Villen an. Das bedeutet, jeder kann seine Wohnung, Haus, Villa oder Schloss an beliebige Personen über diese Plattform vermieten. Mit diesem Angebot sieht man sich vor allem in Konkurrenz mit Hotels (Airbnb, Inc., 2014).

Ein weiteres Beispiel in dieser Branche ist die Plattform Teileinessen. Ziel dieser Sharing Plattform ist es Mahlzeiten und Geschichten mit den Nachbarn zu teilen (Teileinessen, 2014). Dabei können Privatpersonen Mahlzeiten an andere Privatpersonen verkaufen. Hinter dieser Plattform steht eine Non Profit Organisation, welche 10% pro Portion in Rechnung stellt, maximal jedoch €0,25 (Dervojeđa, et al., 2013).

2.7 Branche Transport und Verkehr

In dieser Branche sind wieder alle Interaktionsmodelle vertreten. Die Branche selbst wird unterteilt in:

Branche Transport und Verkehr
Autobus-, Luftfahrt- und Schifffahrtunternehmen, Fachverband
Beförderungsgewerbe mit Personenkraftwagen, Fachverband
Fahrschulen und Allgemeiner Verkehr, Fachverband
Garagen-, Tankstellen- und Servicestationsunternehmen, Fachverband
Güterbeförderungsgewerbe, Fachverband
Schienenbahnen, Fachverband
Seilbahnen, Fachverband
Spediteure, Fachverband

Tabelle 9: Branche Transport und Verkehr (Wirtschaftskammer Österreich, 2014)

Sharing im Bereich Mobilität ist schon sehr lange in Geschäftsmodellen von Autovermietungen wie Sixt, Herz, Europcar, etc. zu finden. Neu ist, dass diese Autovermietung nicht mehr an spezielle Standorte (z.B.: Flughafen) gebunden ist, sondern dass User mit Hilfe einer App den Standort eines verfügbaren Autos direkt in Erfahrung bringen und sofort mieten können. Zusätzlich werden für diese neuen Dienste auch keine Autozusteller mehr benötigt (EUROPCAR Österreich ARAC GmbH, 2015).

Zusätzlich zu den bestehenden traditionellen Geschäftsmodellen hat sich auch ein P2P Bereich entwickelt. Autos können nicht mehr nur über klassische Autovermietungen, sondern auch von Privatpersonen über Plattformen ausgeliehen werden (Rifkin, 2014). Auch auf den Bereich Beförderungsgewerbe mit Personenkraftwagen (Taxi) hat die Sharing Economy Einfluss genommen. Micro Unternehmer haben nun die Möglichkeit, ihren eigenen Fahrdienst anzubieten. Vertreter dieser Branche sind:

- BlackJet (www.blackjet.com)
- Budget (www.budget.com)
- Car2go (www.car2go.com)
- Cargomatic (www.cargomatic.com)
- Carpooling (www.carpooling.com)
- Checkrobin (www.checkrobin.com)
- Divvy (www.divvybikes.com)
- DriveNow (www.drive-now.com)
- enterprise CarShare (www.enterprisecarshare.com)
- Europcar (www.europcar.at)
- Getaround (www.getaround.com)
- Herz (www.hertz.at)
- Lyft (www.lyft.com)
- RelayRides (www.relayrides.com)
- Ridejoy (www.ridejoy.com)
- Sixt (www.sixt.at)
- Spinlister (www.spinlister.com)

- Tamyca (www.tamyca.de)
- Uber (www.uber.com)
- Verlib (www.velib.paris)
- Zimride (www.zimride.com)
- Zipcar (www.zipcar.at)

Als Vertreter der Branche Transport und Verkehr soll Uber noch genauer betrachtet werden. Bei Uber gibt es zwei Kategorien von Fahrern: die erste nennt sich UberBLACK und richtet sich an professionelle Fahrer mit einer gewerblichen Zulassung und Autoversicherung. Zusätzlich muss dieser Fahrer auch über ein Fahrzeug mit folgenden Eigenschaften besitzen: eine schwarze Mittel- oder Oberklassenlimousine mit Sitzgelegenheiten für 3-4 Fahrgäste. Die zweite Kategorie ist der sogenannte UberX. Dieser Fahrer muss nur ein gewerblich versicherter Fahrer sein. Als Fahrzeug muss dieser ein Mittelklasse- oder Oberklassefahrzeug mit Sitzgelegenheiten für 4 oder mehr Mitfahrer anbieten können. Damit Uber überhaupt eine Stadt in sein Netzwerk aufnimmt, müssen sich mindestens 100 Fahrer anmelden. Fahrgäste können dann ganz einfach über eine App den Uber – Fahrer bestellen (Uber B.V., 2014).

Ein weiteres Beispiel ist die Mitfahrgelegenheit. Bei dieser Plattform haben Fahrer einer Strecke von Punkt A nach Punkt B die Möglichkeit, weitere Personen mitzunehmen. Dabei muss der Fahrer nur seinen Start- und Zielpunkt, sowie Informationen wie Uhrzeit und Datum angeben. Nun können sich weitere Personen für diese Strecke eintragen. Dabei werden Daten per SMS oder E-Mail getauscht um weitere Fragen zu klären. Finanziert wird diese Seite über eine Vermittlungsgebühr. Das Mitfahren ist allerdings nicht kostenlos, denn es muss ein vereinbarter Preis bezahlt werden (carpooling.com GmbH, 2014).

Nachdem die einzelnen Branchen analysiert wurden, können die Daten in Tabelle 10 festgehalten werden. Diese Tabelle verdeutlicht in welchen Branchen bereits Plattformen der Sharing Economy zu finden sind und in welchen noch nicht. Gleichzeitig bietet diese Tabelle einen Überblick darüber, welche Interaktionsmodelle in welchen Branchen vorherrschend sind.

Branche \ Interaktionsmodelle				
	P2P	P2B	B2C	B2B
Branche Bank und Versicherung	x	x	x	
Branche Gewerbe und Handwerk	x		x	
Branche Handel	x			
Branche Industrie				
Branche Information und Consulting	x	x	x	x
Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft	x	x	x	
Branche Transport und Verkehr	x	x	x	x

Tabelle 10: Vergleich Branche mit Interaktionsmodellen

3 Potentiale der Sharing Economy

Wie in Kapitel 2 dargestellt, gibt es aktuell bereits eine große Anzahl verschiedener Sharing Plattformen. Unklar bleibt bis dato, ob damit das volle Potential der Sharing Economy bereits ausgeschöpft ist, oder ob noch mehr Plattformen der bestehenden Arten oder vollständig neue Formen denkbar sind.

Einer Studie der Nielsen Company (2014) zufolge, sind 35% der 21-34 Jährigen bereit Güter aus der Sharing Community zu beziehen. 17% der der Generation zwischen 35 und 49 Jahren, sowie 7% der unter 20 Jährigen und der 50 bis 64 Jährigen würden Güter aus der Sharing Community beziehen, aber gerade einmal 1% der 65+ Generation wären dazu bereit (Nielsen N.V., 2014). In dieser Studie ging es vor allem um die Güter, welche in Tabelle 1 beschrieben wurden, also Güter und Services.

Geht man von den fünf Sharing Sektoren, wie in Kapitel 1.1 beschrieben, aus, so wird der Markt der Sharing Economy bis 2025 auf 335 Mrd. \$ ansteigen (Vaughan & Hawksworth, 2014).

Potentiale für Sharing Economy gibt es überall dort, wo Konsumenten Güter besitzen, welche sie aber nicht ständig benötigen. Nimmt man die Freizeit auch als ein Gut an, können auch Services als teilbares Gut betrachtet werden (Nielsen N.V., 2014). Allerdings müssen einige Rahmenbedingung innerhalb der Community im Vorhinein abgeklärt werden (Weber, 2014).

Entscheidet sich beispielsweise ein Nutzer, seine Bohrmaschine über eine Sharing Plattform zu verleihen, so muss eindeutig geklärt sein, wer im Fall eines Schadens am Gerät haftet.

Um einen detaillierteren Einblick in die offenen Potentiale der Sharing Economy zu erhalten, werden in den folgenden Kapiteln die Plattformen nach Branchen, Interaktionen und Regionen nochmals genau betrachtet.

3.1 Potentiale in den einzelnen Branchen

Auf Basis der Branchen betrachtet, finden sich in fast allen Sektoren Plattformen der Sharing Economy. Obwohl dies nicht für die Branche Industrie zutrifft, darf sie nicht außer Acht gelassen werden, da diese durch andere Branchen beeinflusst wird.

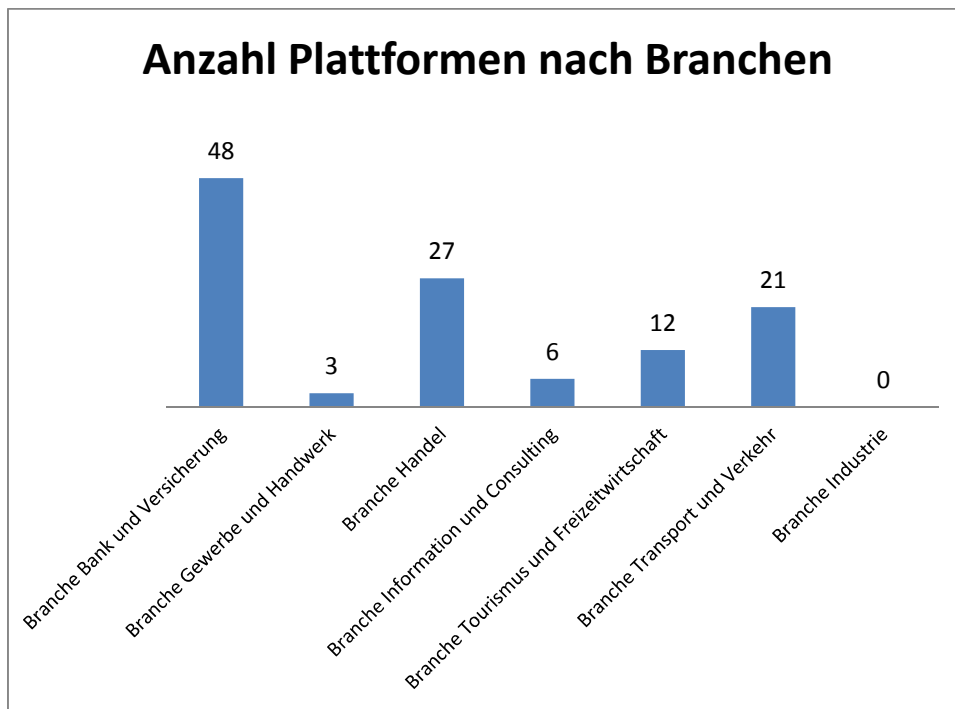


Abbildung 3: Anzahl der Plattformen in den einzelnen Branchen

Anhand der Daten aus Kapitel 2 können nun in den nachfolgenden Kapiteln folgende Schlussfolgerungen gezogen werden.

3.1.1 Bank und Versicherung

Diese Branche hat das Potential der Sharing Economy mit dem Anbieten von Peer-to-Peer Krediten und Crowdfunding schon ausgeschöpft. Anhand der gewonnenen Daten aus Kapitel 2.1 bietet Europa im Vergleich zu den restlichen Regionen der Welt am meisten Plattformen im Bereich Banken und Versicherungen an.

3.1.2 Gewerbe und Handwerk

Hier gibt es vor allem außerhalb von Nord Amerika noch viel Potential. Alle drei analysierten Anbieter konzentrieren sich auf Amerika. Eine Anwendung der jeweiligen Konzepte auf andere Regionen der Welt ist durchaus denkbar, weil nach der Studie der Nielsen Company (2014) 24% im globalen Schnitt auch Services tauschen würden (Nielsen N.V., 2014).

3.1.3 Branche Handel

Die Branche Handel zeichnet sich im Kontext der Sharing Economy durch eine hohe Vielfalt an Plattformen aus, wie in Abbildung 3 zu erkennen ist. Kleidung, Haushaltsartikel und Sportequipment würden jeweils 22% der Menschen im globalen Durchschnitt teilen und 17% der befragten Teilnehmer der Studie würden Möbel teilen (Nielsen N.V., 2014).

3.1.4 Branche Industrie

Wie auch schon im Vorfeld beschrieben sind in der Branche Industrie keine Plattformen zu finden, die eindeutig dieser Branche zuordenbar sind. Potentiale für Sharing Plattformen sind in dieser Branche nicht denkbar, da es in der Literatur und auch bei der Recherche keine Hinweise dazu gab.

3.1.5 Branche Information und Consulting

Es gibt in dieser Branche schon einige Ansätze, aber auch hier konzentrieren sich die Angebote mehr auf den Amerikanischen Raum. Potentiale für Sharing Plattformen im Bereich Information und Consulting sind auch außerhalb Europas erkennbar, weil z.B. die Nachfrage nach freiem WLAN immer größer wird (Becker, et al., 2008), oder auch die Pop-Up Stores erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. (Hurth & Krause, 2010). Diese Entwicklungen kann die Branche als Potential nutzen.

3.1.6 Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft

Diese Branche hat bereits eine hohe Anzahl an Plattformen. Als eine der bekanntesten Plattformen erkennt Airbnb sein nicht ausgeschöpftes Potential in Europa. Mittels Übernahme ähnlicher Plattformen in Europa wird seitens Airbnb der Versuch unternommen diese Potentiale besser zu nutzen. (crashpadder.com, 2015; Bradshaw, 2011) Weitere Informationen zu den Übernahmen von Airbnb sind in Kapitel 3.4.2 zu finden.

3.1.7 Branche Transport und Verkehr

Ähnlich wie in der Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft finden sich auch in diesem Sektor viele Sharing Plattformen. Unternehmen wie BMW und Sixt, die bisher Autos gebaut bzw. vermietet haben, erkennen das Potential bzw. das Risiko für den Sektor Transport und Verkehr durch die Sharing Economy und reagieren, indem sie Kooperationen mit bestehenden Sharing Plattformen in diesem Bereich eingehen (DriveNow Austria GmbH, 2015).

3.2 Potential nach Interaktionsmodellen

Es lässt sich beobachten, dass die vier Interaktionsmodelle sehr unterschiedlich stark im Gesamtkontext der Sharing Economy vertreten sind. Während das B2B Modell lediglich in zwei Branchen vertreten ist, sind P2P, P2B und B2C mehr als zweimal in den insgesamt sieben betrachteten Branchen zu finden.

3.2.1 B2B

Im B2B Bereich ist es sehr schwer neue Geschäftsfelder zu erkennen, da sich viele Geschäftszweige bereits sehr gut etabliert haben. Car Sharing, beispielsweise, ist im B2B

bereits mit Pool Cars und Leihwagen (z.B. Europcar und Sixt) schon lange etabliert. Sixt bspw. gibt es schon seit 1912 und agiert auch seit dieser Zeit als Autovermietung (Sixt SE, 2015).

Vielleicht wird einigen Unternehmen das Potential für Einsparungen der Sharing Economy bewusster und dadurch von ihnen auch mehr eingesetzt. Denkbare Möglichkeiten für Unternehmen, die Potentiale der Sharing Economy besser für sich zu nutzen, sind beispielsweise geteilte Ressourcen wie Lagerfläche, Rezeption oder Telefonzentrale.

3.2.2 P2B

Ähnlich wie bei den B2B Interaktionen ist auch im P2B Bereich nur schwer Potential zu erkennen. Betrachtet man jedoch Crowdfunding und P2P Kredite, so können Privatpersonen Unternehmungen oder auch Projekte fördern (auxmoney GmbH, 2014; Kickstarter, Inc., 2015). Auch auf der Webseite von checkrobin ist ein Beispiel angeführt, wo eine Privatperson eine Lieferung für ein Unternehmen übernommen hat (checkrobin GmbH, 2015).

3.2.3 B2C

Für Mirco Unternehmern bzw. auch jene die es werden wollen, bietet die Sharing Economy die Möglichkeit über diverse Plattformen Kunden zu gewinnen und auf sich aufmerksam zu machen (Taskrabbit Inc., 2014). Jedoch ist es bei diesem Interaktionsmodell schwierig eine Differenzierung zu herkömmlichen Geschäftsmodellen wie z.B. Autovermietungen zu erkennen. Am Beispiel DriveNow lässt sich zeigen, dass das traditionelle Geschäftsmodell der Autovermietung lediglich an das Konzept der Sharing Economy angepasst wurde. Eine Reservierung ist über eine App oder über eine Webseite möglich und die Autos können an unterschiedlichsten Standplätzen entgegengenommen und auch wieder abgestellt werden (DriveNow Austria GmbH, 2015).

3.2.4 P2P

In diesem Modell steht einzig das Teilen im Vordergrund, egal um welches Gut es sich dabei handelt. Dabei hat man die Möglichkeit die Güter unentgeltlich zur Verfügung zu stellen oder entgeltlich (Peerby B.V., 2014; Circus Internet GmbH, 2014). In der Studie von Nielsen (2014) sind über 60% der an der Studie teilnehmenden Personen bereit Güter zu teilen bzw. von einer anderen Person auszuleihen (Nielsen N.V., 2014).

3.3 Herausforderungen der Sharing Economy

Es gilt vor allem regulatorische und steuerliche Barrieren zu überwinden, um die möglichen Potentiale der Sharing Economy voll auszuschöpfen (Vaughan & Hawksworth, 2014, p. 2).

Eine aktuelle Untersuchung von Robert Vaughan und John Hawksworth (2014) zeigt folgende Herausforderungen für die Sharing Economy auf: (Vaughan & Hawksworth, 2014):

- Neue Regulierungsmaßnahmen machen die Sharing Economy Transaktionen illegal oder zu aufwendig
- Regierungen erhöhen Steuerbelastungen im Zusammenhang mit der Sharing Economy
- Hochkarätige Veranstaltungen erhöhen die Sicherheitsbedenken, was einen Vertrauensverlust in der Branche auslösen kann.
- Unvorhergesehene technologische Zusammenbrüche (kommen Sharing Economy-Modelle zuvor)
- Wenn Sharing Economy Plattformen wachsen, verlieren sie an Authentizität und die Differenzierung gegenüber dem Wettbewerbern
- Potenzial für Großakquisitionen die das Investment reduzieren und das darauf folgende Wachstumspotential

Politische Reaktionen auf Plattformen der Sharing Economy gibt es bereits einige. Diese fallen aber unterschiedlich aus, denn z.T. gibt es Entscheidungen auf Länderebene aber auch auf Stadtebene.

Im September 2014 entschied ein deutsches Gericht über den Fahrdienst Uber. Dieser wurde somit in ganz Deutschland verboten. Die Begründung für diesen Beschluss war, dass Uber nicht über die nötigen Lizenzen verfügt und nicht ausreichend versichert ist (Avital, et al., 2014).

Ein weiteres Beispiel liefert Spanien: hier wurde einer einstweiligen Verfügung für die Vermittlung von Fahrdiensten durch Uber in ganz Spanien stattgegeben. Dieser Antrag wurde durch eine Vereinigung von Taxi-Besitzern eingebracht (APA, 2015).

Auch in Amerika werden Sharing Economy Plattformen rechtliche Grenzen gesetzt. Zum Beispiel startete der P2P Taxiservice Sidecar, 2013 im New Yorker Stadtteil Brooklyn ein Pilotprojekt. Jedoch wurde von der Taxi und Limousinen Kommission ein Fahrzeug eines Sidecar Fahrers nach einem Disput beschlagnahmt (Sundararajan, 2014; Chernova, 2013). Bei RelayRides kam es ebenfalls zu Problemen im Staat New York, denn die dortige Regulierungsbehörde vermutete eine Nichteinhaltung bestimmter einzigartiger Aspekte des New Yorker Versicherungsrechts (Chernova, 2013; Sundararajan, 2014). Derartige regulierungstechnische Aspekte erschweren den Unternehmen oft den Zugang zu Märkten in einzelnen Städten.

Die Stadtführung in Lissabon geht hingegen einen anderen Weg. Ziel ist hier das Mietgesetz zu ändern, um Airbnb und anderen Plattformen hier entgegen zu kommen (Minder & Scoot, 2014).

Auch in den USA haben 15 Bürgermeister im Jahr 2013 vereinbart, die Share Economy zu unterstützen. Aus Sicht der Regierungen stellt die Schaffung von akzeptablen Rahmenbedingungen für die Sharing Economy eine sehr komplexe Aufgabe dar, denn die Interessen der bereits etablierten Unternehmen müssen dabei ebenfalls berücksichtigt werden (Anderson, 2014).

Klassische Unternehmen, so wie wir sie heute kennen, stehen vor einer großen Herausforderung. In einem Artikel der Financial Times wurde diese Thematik in einem Satz zusammengefasst: „We have 20th-century benefits and insurance that do not fit the 21st-century worker“ (Gapper, 2014). Sobald den klassischen Unternehmen bewusst wird, dass die Systeme, welche sie heute anbieten, nicht mehr dem Zeitgeist entsprechen, müssen sie umdenken, um weiter bestehen zu können.

Um den größtmöglichen Profit für beide Seiten generieren zu können, indem sie voneinander profitieren, müssen Anbieter von Plattformen und Vertreter der traditionellen Wirtschaft kooperieren. Kooperationen zwischen Städte und Sharing Plattformen gibt es auch schon in Amsterdam, Montreal und San Francisco. In diesen Städten werden durch Airbnb bereits Steuern bezahlt bzw. in Amsterdam ab Februar 2015 (APA, 2014).

Oft aber liegen die Probleme der Sharing Economy nicht nur bei den Behörden oder den klassischen Mitbewerbern, sondern bei den Plattformen selbst. Die fünf Hauptgründe für das Scheitern einiger Sharing Plattform sind (Anderson, 2014):

- **Nötige Größe für den zweiseitigen Markt**
Sharing Plattformen bringen zwei Seiten zusammen, zum Beispiel Käufer und Verkäufer bei eBay (Bakos & Katsamakas, 2008), im Fall der Social Lending Kreditgeber und Kreditnehmer, oder auch Mieter und Vermieter bei Airbnb. Wenn also eine kritische Masse nicht überschritten wird, findet die Plattform wenig Akzeptanz (Anderson, 2014).
Bei näherer Betrachtung der Plattform Uber fällt auf, dass sich im Vorfeld 100 Fahrer registrieren müssen damit die Plattform überhaupt aktiv wird (Uber B.V., 2014). Sobald diese kritische Masse auf der Fahrerseite erreicht wurde, muss dann aber noch die zweite Seite, also die Seite der Mitfahrer angesprochen werden, um sich bei der Plattform anzumelden.
- **Unklare Nutzendarstellung**
Während einige Plattformen wie ebay und Airbnb zur richtigen Zeit am richtigen Ort waren und auch die Bedürfnisse der Community erkannt haben, fällt es einigen Plattformen schwer sich richtig zu positionieren und die Grundbedürfnisse der Community zu verstehen (Anderson, 2014).
- **Mangel am Produktfokus**
Bei der Service Plattform Zaarly beispielsweise war die Ausrichtung bzw. das Angebot unklar. Zuerst wurde jede Art von Aufgabe angeboten, dann wurden aber hauptsächlich nur Hausreinigungen und damit verbunden Services angeboten. Infolgedessen schränkte Zaarly das Angebot auf diese Themen ein, um das Erlebnis zukünftig weiter zu optimieren (Anderson, 2014).
- **Mangelnde Finanzierung**
Zwischen 2007 und 2010 waren die klassischen Venture-Capital-Gesellschaften skeptisch gegenüber den neuen Geschäftsmodellen. Ab 2010 gab es jedoch die nötigen Investitionen (Anderson, 2014).
- **Regulierung**

Dabei hängt es oft vom Gesetzgeber bzw. auch der Lobby der kapitalistischen Marktwirtschaft ab, ob diese neuen Mitstreiter als Bedrohung oder als Chance für das Wirtschaftswachstum wahrgenommen werden (Anderson, 2014). In Bezug auf die Sharing Economy gibt es derzeit große Lücken in der Gesetzgebung, denn aus heutiger Sicht bezieht die Gesetzgebung nur die konventionelle Industrie mit ein, aber nicht die der Sharing Economy (Dervojeda, et al., 2013).

Bezugnehmend auf Jeremy Rifkin (2014) wird sich unsere Gesellschaft langsam von einer rein kapitalistischen Marktwirtschaft in eine Hybrid-Ökonomie wandeln. Das bedeutet, die kapitalistische Marktwirtschaft wird parallel zur Sharing Economy bestehen (Rifkin, 2014). Einige Start-Ups unterhalten bereits Kooperationen mit großen Unternehmen, wie zum Beispiel kickstarter gemeinsam mit Amazon (Avital, et al., 2014). Durch diese Kooperationen können die Start-Ups auf die Infrastrukturen der großen Unternehmen zugreifen.

3.4 Sharing Economy regional betrachtet

Neben den europäischen Start-Ups sind auch im Amerikanischen Raum Start-Ups zum Thema Sharing Economy zu finden. Vor allem große Plattformen wie Airbnb und Uber versuchen vermehrt, sich in Europa zu etablieren. (Uber B.V., 2014; crashpadder.com, 2015; Bradshaw, 2011)

Neelie Kroes, EU-Kommissarin für die Digitale Agenden innerhalb der EU, versucht darum europäische Start-ups zu fördern und finanziell zu unterstützen, damit diese gegen amerikanische Größen bestehen können (Minder & Scoot, 2014).

Abgesehen von Rahmenbedingungen, welche von der Politik geschaffen werden müssen, sollte die Nutzung einfach, attraktiv und vor allem eine interessante Alternative zu bestehenden traditionellen Angeboten sein. Hier müssen die Entwickler solcher Plattformen auf die Stimme der Kunden hören, um deren Bedürfnisse zu decken (Anderson, 2014).

3.4.1 Regionale Bedürfnisse nach Sharing Economy

Nach einer Studie von Nielsen ist China mit 94% das Land, wo Personen am Meisten von anderen Personen Güter ausleihen würden, gefolgt von Indonesien mit 87%, Slowenien mit 86%, etc. In Europa, aber auch in Amerika ist diese Bereitschaft nicht so groß. (Nielsen N.V., 2014) In der nachfolgenden Abbildung 4 sind diese Unterschiede grafisch aufgearbeitet. Dabei wurde nochmals zwischen der Bereitschaft zu teilen und der Bereitschaft etwas auszuleihen differenziert. Zusätzlich sieht man auch das globale Bedürfnis.

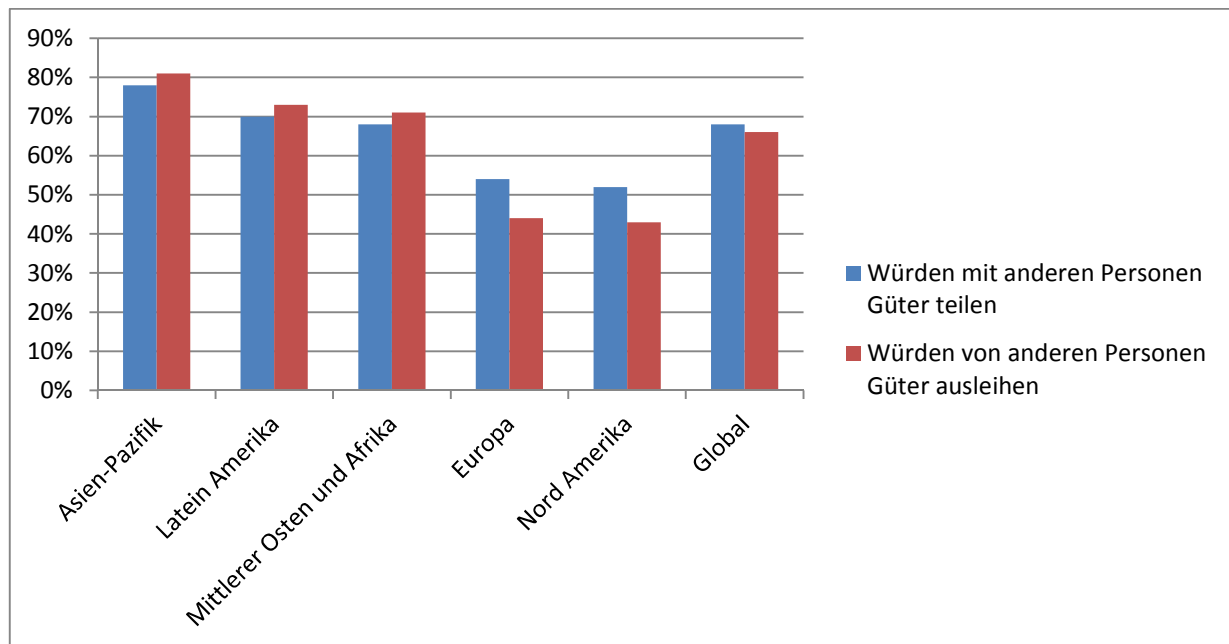


Abbildung 4: Bereitschaft zur Sharing Economy nach Regionen (Nielsen N.V., 2014)

Interessant bei dieser Aufteilung ist jedoch, dass vor allem die großen und bekannten Player in der Sharing Economy aus dem nordamerikanischen Raum stammen, obwohl hier die Akzeptanz eigentlich am geringsten ist, dicht gefolgt von Europa.

3.4.2 Regionale Aufteilung der Sharing Plattformen

Analysiert man die Daten, welche aus den in Kapitel 2 angegebenen Plattformen gewonnen wurden, ergibt sich folgende Aufteilung in die einzelnen Regionen:

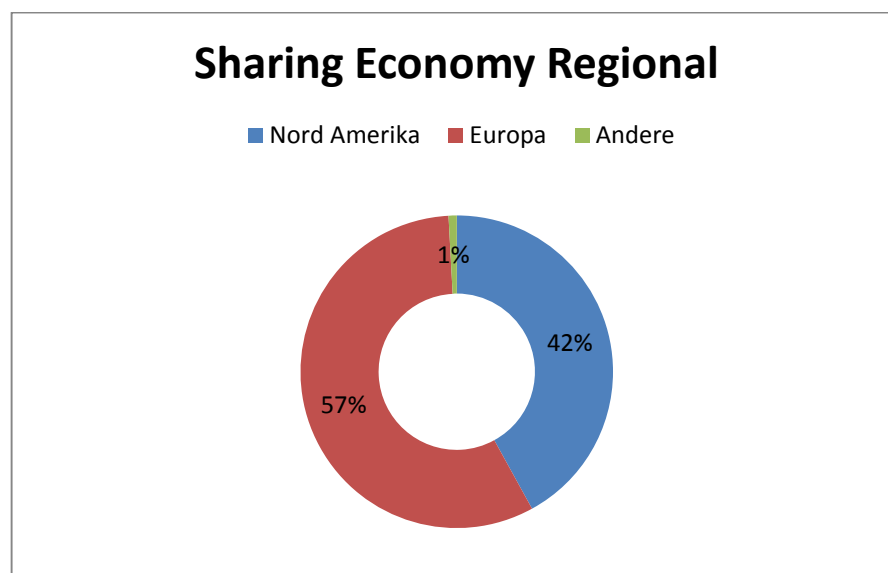


Abbildung 5: Regionale Aufteilung

Bei den 117 untersuchten Plattformen ist zu erkennen, dass die europäischen Start-ups in der Sharing Economy mit 57% vertreten sind und die nordamerikanischen Plattformen mit 42%.

Konzentriert man sich alleine auf Europa, kann man eine hohe Anzahl an Sharing Plattformen in Deutschland erkennen, während die restlichen analysierten Daten der europäischen Länder geringer ausfallen.

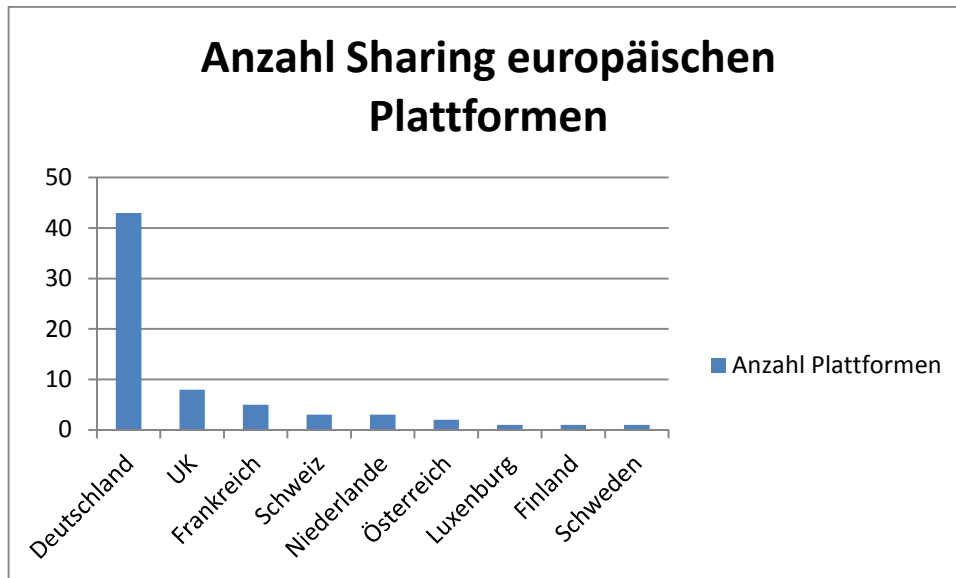


Abbildung 6: Anzahl Europäischer Plattformen

Eigentlich müsste die Dichte im europäischen Raum noch viel größer sein, jedoch durch Akquisitionen amerikanischer Unternehmen in Europa schrumpft die Anzahl an Start-Ups. So wurde z.B. das UK Start-Up Crashpadder (crashpadder.com, 2015) und das Deutsche Start-Up Accoleo (Bradshaw, 2011) vom amerikanischen Mitbewerber Airbnb übernommen.

3.4.3 Regionaler Branchenmix

Betrachtet man den Branchenmix der einzelnen Länder, so sieht man, dass die nordamerikanischen Anbieter einen breiteren Mix haben als die anderen europäischen Länder.

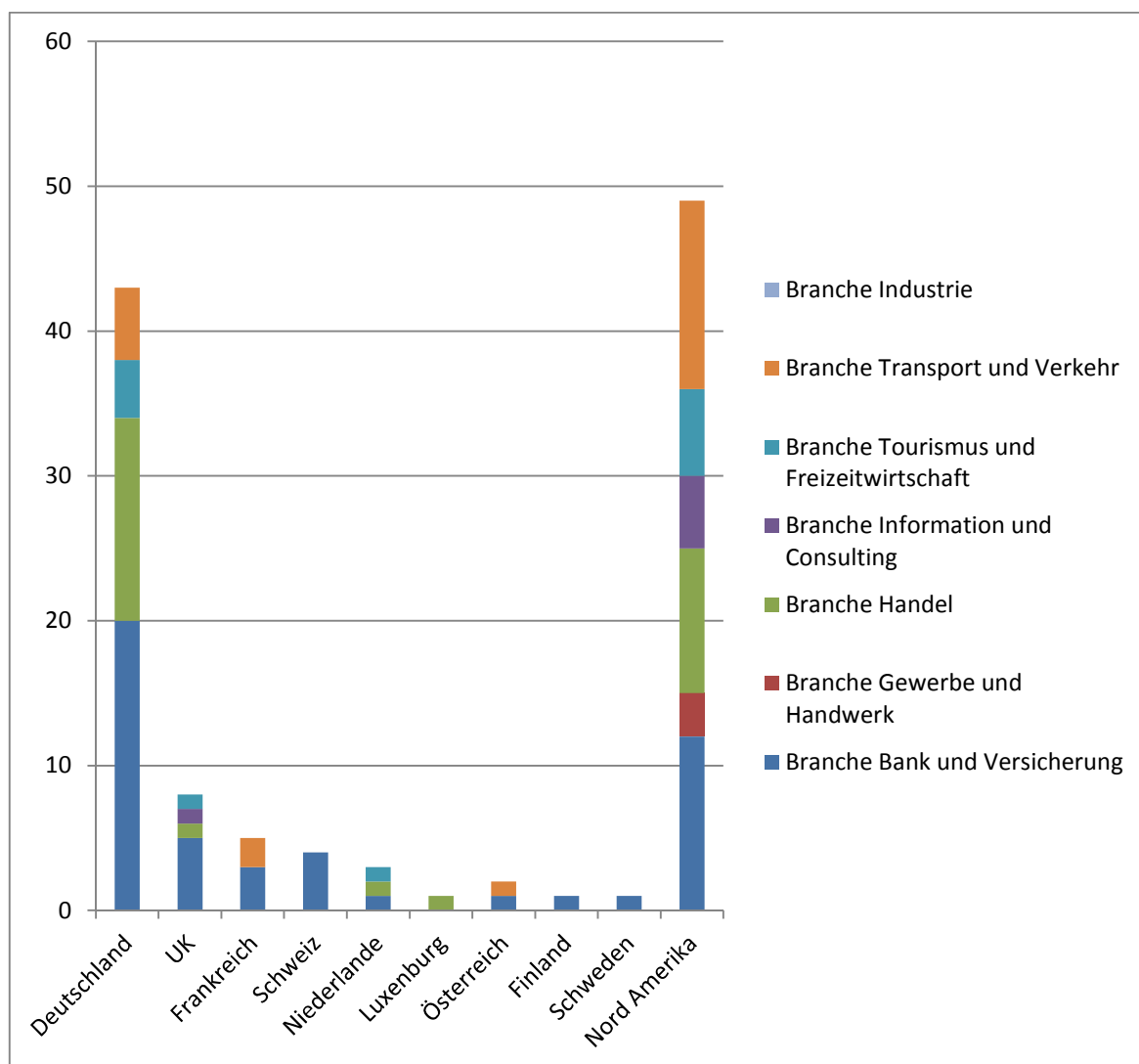


Abbildung 7: Branchenmix nach Ländern

Betrachtet man die Daten genauer, ist zu erkennen, dass im amerikanischen Raum ein größerer Branchenmix erkennbar ist, als zum Beispiel in Deutschland oder anderen europäischen Ländern. Ausgenommen von der Branche Industrie, gibt es in Amerika in jeder Branche mindestens drei Vertreter. In Deutschland und UK sind es jeweils vier vertretene Branchen, wobei in Deutschland die Anzahl der Start-Ups um mehr als das fünffache höher ist.

4 Interpretation und Evaluation der Ergebnisse

Potential für die Sharing Economy gibt es in fast allen Branchen und Interaktionsmodellen, denn wir stehen mit dieser neuen Art des Konsums noch am Anfang. Die Bereitschaft zu teilen seitens des Konsumenten ist gegeben, wie es in Kapitel 3.4.1 beschrieben wird. Studien von Forbes (2013), Vaughan und Hawksworth (2014), sowie Nielsen (2014) zeigen ebenfalls die Potentiale der Sharing Economy.

Betrachtet man die Branchen im Einzelnen, so ist in den Meisten viel Potential erkennbar. Einzig der Bankensektor verfügt bereits über ein ausreichend großes Portfolio von Plattformen. In diesem Bereich können eine bessere Übersichtlichkeit sowie ein höherer Bekanntheitsgrad den Zugang zu den Plattformen noch erleichtern. Obwohl es in den Branchen Verkehr und Tourismus bereits sehr erfolgreiche Plattformen gibt (Airbnb und Couchsurfing), fehlt es den europäischen Plattformen (9flats.com) ebenfalls an Bekanntheit. Entsprechend ist es für europäische Plattformen zunehmend schwieriger, den gleichen Erfolg wie die bekannteren amerikanischen Plattformen zu erreichen. Im Bereich Gewerbe und Handwerk scheint es auf dem europäischen Markt keine Alternativen zu den amerikanischen Plattformen zu geben.

Generell ist festzuhalten, dass sich einige Branchen sehr gut in der Sharing Economy etabliert haben und sich hier der Markt schon etwas konsolidiert hat, wie es in den Branchen Tourismus und Verkehr durch Akquisitionen durch Airbnb teilweise schon passiert (Bradshaw, 2011). Insbesondere in diesem erfolgreichen Bereich stehen viele Anbieter immer häufiger vor der Herausforderung von strengen Reglementierungen.

In den anderen Branchen, in denen sich Sharing Plattformen noch nicht derartig etabliert haben, profitieren sie von einem Mangel an Konkurrenz, was ihnen den Markteinstieg erleichtert (Porter, 1979). Hinzukommend können sie die Möglichkeit nutzen, von etablierten Plattformen in anderen Branchen oder geographischen Räumen zu lernen.

Generell ist bei der Recherche aufgefallen, dass es innerhalb der Branchen sehr viele Anbieter mit ähnlichen Ansätzen und Angeboten gibt, wie z.B. beim Handel, bei den Banken, oder im Tourismus. Dadurch wird es für den Anwender sehr schwer die passende Plattform zu finden. Es gibt z.B. beim Crowdfunding spezialisierte Plattformen für gewisse Bereiche wie für Musik, Sport, Kunst, etc. Das Gesamtangebot wird dadurch sehr unübersichtlich, was beispielsweise den Start eines Crowdfunding Projektes zu einer sehr zeitintensiven Angelegenheit macht. Als Lösung gibt es zwei Möglichkeiten um dieses Problem der Unübersichtlichkeit zu lösen:

- Konsolidierung des Marktes
Der Markt bereinigt sich selbst durch Akquisitionen, was zu ein bis zwei größeren Plattformen pro Branche führt. Eine derartige Entwicklung war bereits im B2C und P2P Bereich bei Facebook zu beobachten (Hartung, 2014).
- Die zweite Möglichkeit ist eine allgemeine Sharing Plattform, die sich ausschließlich mit Sharing Economy befasst und ähnlich wie Google dem Nutzer die Möglichkeit bietet nach den geeigneten Plattformen für dessen Bedürfnisse zu suchen. Dabei soll-

te diese Seite aber nicht, wie im oberen Punkt beschrieben, eine einzelne Sharing Plattform sein, sondern nur dem Nutzer die Informationen zu den Plattformen liefern.

Sharing Economy hat ihr volles Potential noch nicht annähernd ausgeschöpft; vielmehr ist sie erst am Anfang ihrer Entwicklung. Um eine erfolgreiche Etablierung in den unterschiedlichen Branchen gewährleisten zu können, müssen auf rechtlicher und politischer Ebene die entsprechenden Rahmenbedingungen geschaffen werden.

5 Zusammenfassung, kritische Würdigung und Ausblick

Damit sich eine funktionierende Sharing Economy etablieren kann, müssen die Rahmenbedingungen geändert werden, da die Anforderungen an das wirtschaftsrechtliche und politische System heute nicht mehr den Anforderungen der letzten Jahre entsprechen. Wie in der vorliegenden Arbeit gezeigt werden konnte, hat die Sharing Economy ein großes ungenutztes Potential.

Nicht nur Regierungen müssen umdenken, auch klassische Branchen, wie die Versicherungsbranche, müssen neue Strategien entwickeln, um in der Sharing Economy konkurrenzfähig zu bleiben. Wie die Regierungen, sind somit auch traditionelle Unternehmen damit konfrontiert diesen Wandel mitzugestalten. Teilweise ist ein derartiges Umdenken bereits erkennbar, wie z.B. in Amsterdam. Hier konnte das Portal Airbnb sich mit der Stadtregierung auf eine Abgabe von Steuern einigen (APA, 2014).

Wie bereits bei den Potentialen erläutert, sind global gesehen über 60% der an der Studie befragten Teilnehmer dazu bereit Güter zu tauschen (Nielsen N.V., 2014).

Von einem langfristigen Etablieren der Sharing Economy bzw. der Hybridgesellschaft (eine Kombination aus Sharing Economy und der klassischen kapitalistischen Gesellschaft) kann nicht nur der Konsument profitieren, sondern auch die ökologische Umwelt (Rifkin, 2014). Offen bleibt, ob das Geld, welches in Zukunft durch Konsum in der Sharing Economy gespart werden kann anderweitig investiert oder tendenziell eher gespart werden wird. Das zweifelsohne vorhandene Potential der Sharing Economy (Freese & Schönberg, 2014; Vaughan & Hawksworth, 2014) stellt nicht nur eine alternative Konsumform dar, sondern trägt gleichzeitig auch zu einer nachhaltigeren Lebensweise (z.B. bei Car Sharing weniger CO₂ Emissionen) bei (Rifkin, 2014). Gleichzeitig kann es den Konsum auch dahingehend verändern, dass man weniger billige Güter konsumiert (man benötigt das Gut nicht so oft), sondern mehr Wert auf Nachhaltigkeit und Langlebigkeit legt.

Bei der Erstellung dieser Arbeit war der Fokus auf Österreich nicht sehr groß (nur zwei österreichische Plattformen konnten recherchiert werden), da das Potential der globalen Sharing Economy im ersten Schritt interessant war. Dennoch ist das Konzept auch für den österreichischen Markt relevant, was es notwendig macht, dass seitens der Regierung die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen geschaffen werden.

Auf der Basis der Ergebnisse, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit dargelegt wurden, können folgende weiterführende Fragen abgeleitet werden:

- Wie steht die Österreichische Bundesregierung zum Thema Sharing Economy; gibt es schon ein Konzept für die Förderung derartiger Plattformen?
- Welche Rahmenbedingungen sieht die aktuelle Situation in den einzelnen Branchen in Österreich vor?
- Welche Konzepte hat das Bundesland Tirol um die Sharing Economy zu fördern, vor allem im Bereich Tourismus?

- Befassen sich klassischen Versicherungen schon mit dem Thema Sharing Economy, wenn ja, wie sieht die Strategie aus?
- Warum sind amerikanische Sharing Economy Start-ups teilweise schon bekannter und etablierter als deren europäische Pendanten, worin liegt der Unterschied?
- Wie wirkt sich Sharing Economy auf klassische Industrieunternehmen, wie die Automobilindustrie, aus?
- Können Plattformen wie Facebook auch in die Sharing Economy einsteigen?
- Gibt es Parallelen zum Aufstieg der Suchmaschinen, Sozialen Medien und der Sharing Economy?
- Im Urbanen Raum sind zum Beispiel Car Sharing Plattformen eine gute Alternative, aber wie sieht es im ländlichen Raum aus?

Derartige Fragen gilt es zu beantworten, um die Möglichkeiten zur Ausschöpfung des Potentials der Sharing Economy auch in Österreich zu nutzen.

6 Literaturverzeichnis

Airbnb, Inc., 2014. *www.airbnb.at.* [Online]
Available at: <https://www.airbnb.at/>
[Zugriff am 26 Dezember 2014].

Alecto GmbH, 2014. *Friendsurance.* [Online]
Available at: <https://www.friendsurance.de/so-funktioniert>
[Zugriff am 28 Dezember 2014].

Anderson, L., 2014. *The European.* [Online]
Available at: <http://www.theeuropean.de/lauren-anderson/8151-entwicklung-der-share-economy>
[Zugriff am 06 Januar 2015].

Anderson, L., 2014. *www.collaborativeconsumption.com.* [Online]
Available at: <http://www.collaborativeconsumption.com/2014/12/18/failure-mapping/>
[Zugriff am 4 Januar 2015].

Andersson, M., Hjalmarsson, A. & Avital, M., 2013. *AIS Electronic Library (AISeL).* [Online]
Available at: <http://aisel.aisnet.org/icis2013/proceedings/BreakthroughIdeas/6/>
[Zugriff am 02 Januar 2015].

APA, 2014. *Wirtschaftsblatt.* [Online]
Available at: http://wirtschaftsblatt.at/home/4622900/Amsterdam_OnlinePortal-Airbnb-erhebt-von-Touristen-Steuerxd?xtor=CS1-15
[Zugriff am 8 Januar 2015].

APA, 2015. *derstandard.* [Online]
Available at: <http://derstandard.at/2000009924334/Uber-stellt-Betrieb-in-Spanien-ein>
[Zugriff am 1 Januar 2015].

auxmoney GmbH, 2014. *auxmoney.* [Online]
Available at: <https://www.auxmoney.com/infos/so-funktioniert-auxmoney>
[Zugriff am 28 Dezember 2014].

Avital, M. et al., 2014. *AIS Electronic Library (AISeL).* [Online]
Available at: <http://aisel.aisnet.org/icis2014/proceedings/Panels/5/>
[Zugriff am 02 Januar 2015].

Bakos, Y. & Katsamakos, E., 2008. Design and Ownership of Two-Sided Networks: Implications for Internet Platforms. *Journal of Management Information Systems*, FALL, pp. 171-202.

Becker, J. U., Clement, M. & Schaedel, U., 2008. Shared WiFi-Communities – User Generated Infrastructure am Beispiel von FON. *Wirtschaftsinformatik*, 7 Dezember, pp. 482-488.

Botsman, R., 2013. *www.collaborativeconsumption.com.* [Online]
Available at: <http://www.collaborativeconsumption.com/2013/11/22/the-sharing-economy-lacks->

a-shareddefinition/

[Zugriff am 26 Dezember 2014].

Botsman, R. & Rogers, R., 2010. *HBR.org*. [Online]
Available at: <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption/>
[Zugriff am 28 Dezember 2014].

Botsman, R. & Rogers, R., 2010. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. London: HarperCollins.

Bradshaw, T., 2011. *Financial Times*. [Online]
Available at: <http://www.ft.com/cms/s/2/9051978c-8baf-11e0-a725-00144feab49a.html#axzz3OWRNAOwI>
[Zugriff am 10 Januar 2015].

carpooling.com GmbH, 2014. http://www.mitfahrgelegenheit.de/pages/get-in_tutorial_driver. [Online]
Available at: http://www.mitfahrgelegenheit.de/pages/get-in_tutorial_driver
[Zugriff am 28 Dezember 2014].

checkrobin GmbH, 2015. *checkrobin*. [Online]
Available at: <http://www.checkrobin.com/>
[Zugriff am 23 Januar 2015].

Chernova, Y., 2013. *WSJ*. [Online]
Available at: <http://blogs.wsj.com/venturecapital/2013/05/15/n-y-shutdowns-for-sidecar-relayrides-highlight-hurdles-for-car-and-ride-sharing-startups/>
[Zugriff am 31 Dezember 2014].

Circus Internet GmbH, 2014. *meinespielzeugkiste.de*. [Online]
Available at: <https://meinespielzeugkiste.de/>
[Zugriff am 26 Dezember 2014].

crashpadder.com, 2015. *Crashpadder*. [Online]
Available at: <http://crashpadder.com/>
[Zugriff am 10 Januar 2015].

crowdSPRING, LLC., 2014. *crowdSPRING*. [Online]
Available at: <http://www.crowdspring.com/how-it-works/>
[Zugriff am 28 Dezember 2014].

Dervojeda, K. et al., 2013. *Europäische Kommission*. [Online]
Available at: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/business-innovation-observatory/files/case-studies/12-she-accessibility-based-business-models-for-peer-to-peer-markets_en.pdf
[Zugriff am 26 Dezember 2014].

DriveNow Austria GmbH, 2015. *DriveNow*. [Online]
Available at: at.drive-now.com
[Zugriff am 3 Januar 2015].

- easybank AG, 2015. *easybank*. [Online]
Available at: <https://www.easybank.at/easy/Produkte/Kredit/44932/easy-kredit.html>
[Zugriff am 23 Januar 2015].
- EUROPCAR Österreich ARAC GmbH, 2015. *Europcar*. [Online]
Available at: <http://www.europcar.at/rechnung>
[Zugriff am 03 Januar 2015].
- Fon Wireless Limited, 2015. *FON.com*. [Online]
Available at: <https://corp.fon.com/de/how-it-works>
[Zugriff am 3 Januar 2015].
- Freese, C. & Schönberg, A. T., 2014. *think-act*. [Online]
Available at: http://www.rolandberger.de/media/pdf/Roland_Berger_TAB_Shared_Mobility_20140716.pdf
[Zugriff am 27 Dezember 2014].
- Gapper, J., 2014. *Financial Times*. [Online]
Available at: <http://www.ft.com/cms/s/2/d3bd6750-848d-11e4-bae9-00144feabdc0.html#axzz3OPx8v0AA>
[Zugriff am 10 Januar 2015].
- Geron, T., 2013. *Forbes*. [Online]
Available at: <http://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/>
[Zugriff am 18 Januar 2015].
- Harms, M., 2014. *crowdfunding.de*. [Online]
Available at: <http://www.crowdfunding.de/plattformen/>
[Zugriff am 27 Dezember 2014].
- Hartung, A., 2014. *Forbes*. [Online]
Available at: <http://www.forbes.com/sites/adamhartung/2014/02/24/zuckerbergs-3-smart-leadership-lessons-from-facebook-buying-whatsapp/>
[Zugriff am 10 Januar 2015].
- Hilbert, M. & López, P., 2011. *uvm.edu*. [Online]
Available at: <http://www.uvm.edu/~pdodds/files/papers/others/2011/hilbert2011a.pdf>
[Zugriff am 28 Dezember 2014].
- Hurth, J. & Krause, M., 2010. Ortswechsel - Pop-Up-Stores als innovativer Betriebstyp. *PRAXIS*, Januar, pp. 33-40.
- Jain, N., 2013. *Forbes*. [Online]
Available at: <http://www.forbes.com/sites/naveenjain/2013/12/03/trust-transparency-and-shared-economy/>
[Zugriff am 8 Januar 2015].

Kickstarter, Inc., 2015. *kickstarter*. [Online]
Available at: <https://www.kickstarter.com>
[Zugriff am 04 Januar 2015].

Lazarovic, S., 2014. *Telebörse*. [Online]
Available at: <http://www.teleboerse.de/aktien/dossier/Kredit-von-Mensch-zu-Mensch-article10375411.html>
[Zugriff am 27 Dezember 2014].

Martin, E. & Shaheen, S., 2011. The Impact of Carsharing on Household Vehicle Ownership. *ACCESS*, 1 April, pp. 22-27.

Minder, R. & Scoot, M., 2014. *The New York Times*. [Online]
Available at: http://www.nytimes.com/2014/09/22/technology/sharing-economy-faces-patchwork-of-guidelines-in-european-countries.html?_r=0
[Zugriff am 30 Dezember 2014].

Nielsen N.V., 2014. *collaboriamo.org*. [Online]
Available at: <http://www.collaboriamo.org/media/2014/06/global-share-community-report-may-2014.pdf>
[Zugriff am 03 Januar 2015].

Peerby B.V., 2014. *Peerby*. [Online]
Available at: <https://www.peerby.com/>
[Zugriff am 26 Dezember 2014].

Porter, M. E., 1979. How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, März-April, pp. 137-145.

Rifkin, J., 2014. *Die null Grenzkostengesellschaft*. Frankfurt: Campus Verlag.

Schor, J., 2014. *Great Transition Initiative*. [Online]
Available at: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>
[Zugriff am 3 Januar 2015].

Sixt SE, 2015. *Sixt*. [Online]
Available at: <http://ir.sixt.de/websites/sixt/German/1500/unternehmensgeschichte.html>
[Zugriff am 8 Januar 2015].

Sundararajan, A., 2014. *The New York Times*. [Online]
Available at: http://economix.blogs.nytimes.com/2014/03/03/trusting-the-sharing-economy-to-regulate-itself/?_r=1
[Zugriff am 31 Dezember 2014].

Taskrabbit Inc., 2014. *TaskRabbit*. [Online]
Available at: <https://www.taskrabbit.com>
[Zugriff am 26 Dezember 2014].

Teildeinessen, 2014. <http://www.teildeinessen.de>. [Online]
Available at: <http://www.teildeinessen.de/>
[Zugriff am 26 Dezember 2014].

Über B.V., 2014. *Uber*. [Online]
Available at: <https://www.uber.com/>
[Zugriff am 28 Dezember 2014].

Vaughan, R. & Hawksworth, J., 2014. *pwc.blogs.com*. [Online]
Available at: http://pwc.blogs.com/files/sharing-economy-final_0814.pdf
[Zugriff am 31 Dezember 2014].

Weber, T. A., 2014. *econspace.net*. [Online]
Available at: <http://econspace.net/papers/Weber-JMIS-2014.pdf>
[Zugriff am 9 Januar 2015].

Weizman, M. L., 1986. *The Share Economy: Conquering Stagflation*. s.l.:Harvard University Press.

Wirtschaftskammer Österreich, 2014. *WKO.at*. [Online]
Available at: <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Branchenuebersicht.html>
[Zugriff am 27 Dezember 2014].