

# Alles wird geteilt

VON NORA S. STAMPFL

*Was mit Carsharing begann, weitet sich heute auf sämtliche Branchen aus – in Zukunft wird es kaum noch etwas geben, das wir nicht teilen.*

*Dabei werden Peer-to-Peer-Modelle zunehmend den Konsum prägen und die Geschäftsmodelle traditioneller Unternehmen herausfordern.*

Immer beliebter wird die Idee, ein Auto zu fahren, ohne es zu besitzen: Dem Bundesverband CarSharing zufolge gab es Anfang 2011 in Deutschland 190.000 Carsharingnutzer (das sind 20,3 Prozent mehr als 2010), die sich insgesamt 5.000 Fahrzeuge (8,7 Prozent mehr als 2010) teilen. Die Vorteile dieser neuen Form von Mobilität sind nicht von der Hand zu weisen: Kosten fallen nur bei Gebrauch an, die zeitraubende Parkplatzsuche erübrigt sich, und die lästigen Verpflichtungen des Autoeigentums wie Wartung, Pflege, Reinigung oder Versicherung entfallen. Gerade in den überfüllten Innenstädten ist ein eigenes Auto heute oft eine Last und

überdies ein teures Vergnügen – dabei steht das durchschnittliche Auto ohnehin die meiste Zeit auf dem Parkplatz. Ein Auto zu teilen scheint die logische Folge und verbreitet sich derzeit rasant in Deutschland: Bundesweit gibt es bereits 2.400 Carsharingstationen.

Aber die Entwicklung des Autoteilens läuft längst weiter: Neuerdings entstehen Modelle, die ohne zentralen Fahrzeuganbieter auskommen. „Echtes“ Teilen gewinnt an Beliebtheit und wird noch stärker unsere tief verwurzelten Vorstellungen vom Auto als Traum unbegrenzter individueller Mobilität sowie Status-, Wohlstands- und Fortschrittssymbol erschüttern. Beim Peer-to-Peer-Carsharing leiht man ein Fahrzeug einfach vom Nachbarn, wenn dieser es gerade nicht benötigt. Damit ist allen bestens gedient: Der Fahrer kommt bequem und unbürokratisch an ein Auto, das im besten Fall direkt vor seiner Haustür parkt, und der Autoeigner verdient mit dem Verleihen sogar noch Geld. Unternehmen wie WhipCar, Getaround oder tamyca stellen dabei die Plattform im Internet zur Verfügung, auf der sich Fahrer und Auto- >

Massenweise  
Potential: Carsharing  
wird wichtiger.



besitzer treffen – den Rest machen diese unter sich aus.

### Nutzen statt besitzen

Es ist kein Zufall, dass Geschäftsmodelle, die auf Peer-to-Peer-Konsum basieren, zurzeit im Aufwind sind. Denn die Gesellschaft ist mitten in einem Einstellungswandel gegenüber Eigentum: Konsumenten fragen zunehmend echte Problemlösungen nach, das Eigentum tritt immer stärker hinter den Nutzen zurück. So waren laut Kraftfahrtbundesamt 2009 nur noch 7 Prozent aller Neuwagenkäufer zwischen 18 und 29 Jahre alt, zehn Jahre zuvor kamen noch etwa 17 Prozent aller Neuzulassungen auf diese Altersgruppe. Das heißt: Die neue Generation läutet einen Wertewandel ein. Erlebnisse und Erfahrungen werden wichtiger als das Anhäufen von Besitztümern, der Nutzwert

eines Guts sticht das Eigentum daran aus. „Eigentum verpflichtet“ und wird zunehmend als Klotz am Bein empfunden. Schließlich wollen wir unsere Wäsche wa-

*» Konsumenten sind heute immer auch auf der Suche nach Verbindungen zu anderen und Zugehörigkeit zu Gemeinschaften. «*

schen, den Rasen mähen oder einen Nagel in die Wand schlagen – Waschmaschine, Rasenmäher und Hammer sind dabei lediglich Mittel zum Zweck, die nötigen Werkzeuge zur Erfüllung dieser Wünsche interessieren uns nur sekundär.

Auch vor dem Hintergrund eines zunehmenden ökologischen Bewusstseins und dem Wunsch nach einer nachhaltigen Lebensführung kommt die Frage auf, ob Eigentum wirklich die große Freiheit bringt und wirtschaftlich sinnvoll ist. Wie viel kaufen wir schon mit dem Wissen, es nur wenige Male zu benutzen? Wie viele Dinge in unserem Haushalt kommen kaum jemals zum Einsatz? Wenn man sich vor Augen führt, dass viele Dinge davon teils beträchtlichen Wert haben, zum Beispiel Sportgeräte, Boote oder Werkzeug, könnte der „Konsum ohne Eigentum“ eine große Zukunft haben.

### Es gibt nichts, das nicht geteilt wird

Tatsächlich entsteht zurzeit eine Unmenge von Plattformen im Internet, denen eines gemeinsam ist: Sie basieren auf der Idee des Teilens und gemeinschaftlichen Kon-

+ +  
*Modell der Zukunft:  
 Lässt sich Carsharing  
 auf andere Branchen  
 übertragen?*





### Wir-Ökonomie – Die Macht des Teilens

Carsharing war nur der Anfang ... In Zukunft wird es kaum etwas geben, das wir nicht teilen, tauschen, ausleihen und wiederverwenden – kurz: gemeinschaftlich konsumieren. Die modernen Netzwerktechnologien erfinden diese uralten Wirtschaftspraktiken neu. Der Peer-to-Peer-Konsum revolutioniert ganze Branchen: Wir haben es mit einer sozioökonomischen Umwälzung zu tun, die Menschen neu über ihre Art und Weise der Befriedigung von Konsumbedürfnissen nachdenken lässt und Unternehmen dazu bringt, ihren Wertbeitrag auf den Prüfstand zu stellen.

→ [Im Internet](#)

sumierens. Es finden sich Plattformen, die das Ausleihen von Werkzeug, Haushaltsgeräten, Fahrrädern oder sonstigen Gebrauchsgegenständen aller Art in der Nachbarschaft ermöglichen. So unterschiedlich die Güter, die von Peer zu Peer ausgetauscht werden, auch sein mögen, immer sind dabei die Wege, auf denen diese Marktplätze Vermögensgüter und Menschen zusammenbringen, neu und vollkommen unbeschritten. So verbindet etwa Couchsurfing Reisende mit Einheimischen: So sollen nicht nur Schlafgelegenheiten als preisgünstige Alternative zum Hotelaufenthalt vermittelt werden, der Community geht es auch darum, kulturellen Austausch, Freundschaften und Lernerfahrungen zu ermöglichen. Seit der Gründung im Jahr 2004 fanden knapp 3 Millionen Sofabesitzer und -schläfer darüber zusammen. Landshare wiederum bringt Menschen mit einer Leidenschaft fürs Gärtnern mit solchen, die Land zur Verfügung haben, zusammen. Auf 55.000 Gärtner, Landeigentümer und Helfer ist die Community seit 2009 bereits angewachsen. Bag Borrow or Steal bietet Designerhandtaschen und -zubehör für jeden Geschmack zum Ausleihen an und macht teure Modeartikel auch für kleine Geldbörsen erschwinglich. Auch Geld wird immer öfter zwischen Peers verliehen. So bringt etwa Zopa Menschen, die Geld leihen möchten, mit solchen zusammen, die Geld verleihen wollen – ganz ohne Banken. Versprochen werden nicht nur bessere Konditionen und größere Gewinne, sondern auch eine persön-

lichere Erfahrung als beim Geschäft mit Banken: Geld bekommt wieder ein Gesicht, weil sich der Kreditgeber aussuchen kann, was mit seinem Geld passiert. Die Beispiele ließen sich beliebig fortsetzen.

### Vom „Ich“ zum „Wir“

Das Internet lässt mit dem Teilen, Tauschen, Leihen, Mieten und Schenken uralte Wirtschaftspraktiken wieder aufleben – jedoch weitreichender und vielfältiger. Denn die modernen Netzwerktechnologien eröffnen völlig neue Wege, wie sich Menschen miteinander verbinden können. Letztlich schaltet das Internet Intermediäre aus, da es auf die denkbar effizienteste Weise Angebot und Nachfrage zusammenbringt. Unternehmen stellen nicht länger notwendigerweise die Brücke zwischen Produktion und Konsum dar: Im Netz wird der Austausch unmittelbar zwischen Peers möglich. Damit sind Peer-to-Peer-Konsummodelle in die klassischen Tätigkeitsfelder großer Unternehmen eingebrochen, haben die Branchenspielregeln komplett umgekrempelt und stellen Geschäftsmodelle vieler etablierter Unternehmen in Frage. Außerdem ist es den Peer-to-Peer-Modellen gelungen, mit ihren Angeboten Menschen anzusprechen, die ansonsten niemals die Leistung eines Unternehmens in Anspruch genommen hätten – schlicht, weil sie sich kein eigenes Auto leisten können, die Designerhandtasche zu teuer ist oder Banken ihr Projekt niemals mit einem Kredit unterstützen würden. Diese neue Konsumwelt

bezeichnet man auch als Wir-Ökonomie, weil das „Ich“ beim Konsumieren immer öfter durch ein „Wir“ abgelöst wird. Während die Marken des 20. Jahrhunderts rund um Selbstwertgefühl und die Schaffung einer Identität kreisten, basieren die Marken des 21. Jahrhunderts auf Beziehungen und Teilhabe. Konsumenten sind heute immer auch auf der Suche nach Verbindungen zu anderen und Zugehörigkeit zu Gemeinschaften.

Ganze Branchen werden durch diese Entwicklungen umgestaltet und müssen sich neu erfinden: Communities wie „Couchsurfing“ fordern das Hotelgewerbe heraus, Carsharing zwingt die Automobilindustrie zum Umdenken, und Social Lending wird zur echten Alternative zum Bankkredit. Zwar steckt die Wir-Ökonomie noch in den Kinderschuhen, sie hat jedoch riesiges Potential. Denn Teilen ist eine echte Wachstumsbranche, weil die Konzepte der Wir-Ökonomie Antworten auf viele brennende gesellschaftliche Fragen geben und eine neue Lebensart beschreiben, die unsere Welt umstrukturieren könnte. <

### NORA S. STAMPFL



ist Unternehmensberaterin,  
Zukunftsforscherin und  
Autorin ([www.f-21.de](http://www.f-21.de)).

[nora.stampfl@f-21.de](mailto:nora.stampfl@f-21.de)