

Maïke Gossen, Christine Henseling, Miriam Bätzing, Christian Flick

Peer-to-Peer Sharing: Einschätzungen und Erfahrungen

Ergebnisse einer qualitativen Befragung

PeerSharing Arbeitsbericht 3



PeerSharing

Impressum

Autor/innen:

Maike Gossen (IÖW), Christine Henseling (IZT), Miriam Bätzing (IÖW), Christian Flick (IZT), unter Mitarbeit von Ingrid Schalke (IÖW)

Projektleitung:

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), Berlin
Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin
www.ioew.de

Kooperationspartner:

IZT - Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung
Schopenhauerstr. 26, 14129 Berlin
www.izt.de

IFEU - Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg
Wilckensstraße 3, 69120 Heidelberg
www.ifeu.de

Der vorliegende Beitrag entstand im Forschungsprojekt „PeerSharing – Internetgestützte Geschäftsmodelle für gemeinschaftlichen Konsum als Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften“. Das Projekt ist Teil des vom deutschen Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Schwerpunktprogramms "Nachhaltiges Wirtschaften" der Sozial-Ökologischen Forschung (SÖF; Förderkennzeichen 01UT1405A).

Für nähere Informationen zum Projekt: www.peer-sharing.de

Berlin, Februar 2016



Zusammenfassung

Das Projekt „PeerSharing“ untersucht die sozial-ökologischen Wirkungen und Nachhaltigkeitspotenziale von Peer-to-Peer Sharing in Deutschland. Im Rahmen einer qualitativ-explorativen Vorstudie wurden „Erfahrene“ und „Unerfahrene“ telefonisch zu ihren Einschätzungen, Erfahrungen und Nutzungsabsichten bezüglich Peer-to-Peer Sharing befragt. Zur Untersuchungsgruppe zählen 16 Nutzer/innen der kooperierenden Plattformen Wimdu, Drivy, flinc und Kleiderkreisel sowie 16 Personen ohne Erfahrung mit Peer-to-Peer Sharing. Die Befunde verdeutlichen, dass die Befragten mit dem Konzept „Sharing Economy“ generell vertraut sind und insbesondere dem Peer-to-Peer Sharing positiv gegenüberstehen. Ferner geht die Mehrheit der Interviewpartner/innen von positiven ökologischen wie auch sozialen Effekten aus. Ressourcenschonung und der Kontakt mit Menschen beziehungsweise soziales Miteinander und Austausch sind in diesem Zusammenhang die am häufigsten erwarteten Folgen. Das Hauptmotiv der meisten Befragten für die (potenzielle) Nutzung von Peer-to-Peer Sharing ist finanzieller Natur. Ökologische Motive spielen für die tatsächliche Nutzung eine eher untergeordnete Rolle, wenngleich positive Umwelteffekte als Folge von Peer-to-Peer Sharing erwartet und gegenwärtige Konsumproblematiken zum Teil durchaus reflektiert werden. Die Ergebnisse der Vorstudie belegen die große soziale Akzeptanz von Peer-to-Peer Sharing. Sie dienen als Grundlage für die Konzeption einer Repräsentativbefragung zur Nutzung und Wahrnehmung von Peer-to-Peer Sharing in Deutschland sowie einer umfassenden Befragung der Nutzer/innen von Wimdu, Drivy, flinc und Kleiderkreisel.

Abstract

The “PeerSharing” project aims to specify and empirically explore the socio-ecological effects and potentials of peer-to-peer sharing online platforms in Germany. The second work package presents the findings of an exploratory pre-study on the assessment, practice and perception of P2P sharing, based on 32 telephone interviews with users and non-users. The study group consisted of 16 users of the cooperating platforms Wimdu, Drivy, flinc and Kleiderkreisel and 16 persons without any peer-to-peer sharing experience. The interviews reveal a fairly high familiarity with the concept of the “Sharing Economy”. Most people hold a positive attitude towards it. Ecological benefits of P2P sharing are obvious to most respondents and many expect positive social effects as well, such as getting in touch with other people and creating networks and exchanging information with others. The main motive to engage (potentially) in P2P sharing is economical. Although ecological benefits are both expected and considered good by most respondents who (partly) do reflect current consumption patterns critically, ecological motivations are less important. The findings illustrate the great social acceptance of P2P sharing. They will feed into the development of a standardized survey that will provide quantified insights into the practice and perception of P2P sharing in Germany.

Inhaltsverzeichnis

1	Hintergrund	6
2	Vorgehensweise und Methodik	6
3	Befunde der Interviews mit „Erfahrenen“	8
3.1	Begriffsverständnis und bekannte Beispiele der Sharing Economy	8
3.2	Einschätzungen und Einstellungen gegenüber Peer-to-Peer Sharing	9
3.2.1	Allgemeine Einschätzungen zu Peer-to-Peer Sharing	9
3.2.2	Einschätzungen zu ökologischen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing	10
3.2.3	Einschätzungen zu sozialen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing	10
3.2.4	Einschätzungen zu ökonomischen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing	11
3.3	Art der Nutzung von Peer-to-Peer Sharing-Angeboten	12
3.4	Erfahrungen mit der Nutzung von Peer-to-Peer Sharing-Angeboten	13
3.4.1	Erfahrungen allgemein	13
3.4.2	Erfahrungen mit Versicherungsangeboten und Bewertungssystemen.....	15
3.4.3	Erfahrungen mit Community-Angeboten	17
3.4.4	Auswirkungen auf Verhalten und Konsum.....	18
3.5	Nutzungsmotive und -hemmnisse	19
3.5.1	Motive für die Nutzung	19
3.5.2	Auslöser für die Nutzung.....	20
3.5.3	Hemmnisse für die Nutzung.....	22
3.6	Nutzungspotenziale	24
4	Befunde der Interviews mit „Unerfahrenen“	24
4.1	Begriffsverständnis und bekannte Beispiele der Sharing Economy	25
4.2	Einschätzungen und Einstellungen gegenüber Peer-to-Peer Sharing	26
4.2.1	Allgemeine Einschätzungen zu Peer-to-Peer Sharing	26
4.2.2	Einschätzungen der ökologischen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing.....	28
4.2.3	Einschätzungen der sozialen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing.....	29
4.3	Nutzungspotenziale	31
4.3.1	Nutzungsbereitschaft	31
4.3.2	Motive für potenzielle Nutzung.....	33
4.3.3	Hemmnisse für potenzielle Nutzung	35

5	Zusammenfassung	38
6	Anhang: Interviewleitfäden	41
6.1	Leitfaden für Interviews mit Erfahrenen	41
6.2	Leitfaden für Interviews mit Unerfahrenen	44

1 Hintergrund

Gegenstand des vorliegenden Berichts sind die **qualitativen Interviews** des Projekts „PeerSharing“.¹ Die Ergebnisse der Interviews werden getrennt nach den beiden Untersuchungsgruppen „Erfahrene“ und „Unerfahrene“ und entlang der thematischen Schwerpunkte der Erhebung dargestellt. Im letzten Kapitel werden Schlussfolgerungen für die anschließenden Arbeitsschritte im Projekt abgeleitet.

Das Projekt „PeerSharing“ wird vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gemeinsam mit dem Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) und dem Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg (ifeu) bearbeitet und durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen des Förderschwerpunkts Sozial-ökologische Forschung gefördert. Praxispartner des Projekts sind die Peer-to-Peer Sharing-Plattformen Wimdu, Kleiderkreisel, flinc und Drivy. Als Transferpartner unterstützen die Online-Community Utopia und das Netzwerk Ouishare die Verbreitung von Projektergebnissen.

2 Vorgehensweise und Methodik

Das Ziel der qualitativen Vorstudie ist es, Hypothesen in Bezug auf hemmende und fördernde Faktoren, das Nutzer/innenverhalten und Nachhaltigkeitspotenziale des Peer-to-Peer Sharing zu generieren. Ferner dienen die Interviews der Eignungsprüfung bestimmter Inhalte und Fragestellungen für die nachfolgend geplanten Bevölkerungs- und Nutzer/innen-Befragungen.

Zur Vorbereitung der Interviews wurden zunächst aktuelle Veröffentlichungen und empirische Studien zu Nutzungserfahrungen mit Angeboten der Sharing Economy (VZBV 2015; PwC 2015; GfK Verein 2015; BMUB und UBA 2015; Heinrichs und Grunenberg 2012) gesichtet und ausgewertet.

Vor dem Hintergrund des Forschungsstandes wurde das Befragungsdesign für die qualitativen Interviews entwickelt. Insgesamt wurden 32 telefonische Gespräche geführt, je zur Hälfte mit „Erfahrenen“ und „Unerfahrenen“. Die Gruppe der Erfahrenen setzt sich aus jeweils vier Nutzer/innen der Praxispartner Wimdu, Kleiderkreisel, flinc und Drivy zusammen, die von den jeweiligen Plattformen ausgewählt und für die Interviews gewonnen wurden. Hierbei wurde darauf geachtet, dass ein möglichst breites Spektrum an Personen (in Bezug auf Alter, Geschlecht und Größe des Wohnortes) rekrutiert wurde. Des Weiteren wurden zu gleichen Teilen Nachfragende von Peer-to-Peer Sharing-Angeboten („peer consumer“) und Anbietende („peer provider“) rekrutiert. Die Gruppe der Unerfahrenen umfasst zehn Personen, die über private Kontakte des Projektteams für die Interviews angefragt wurden, und sechs Personen, die über Utopia rekrutiert wurden. Auch hier wurde versucht eine breite Streuung soziodemografischer Merkmale zu realisieren; spezifische Rekrutierungsvorgaben wurden jedoch nicht definiert. Insbesondere die über Utopia rekrutierten Teilnehmer/innen weisen vermutlich eine vergleichsweise hohe Affinität zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen auf. Insofern muss teilweise von einer voreingenommenen Einstellung gegenüber der Sharing Economy beziehungsweise dem Peer-to-Peer Sharing ausgegangen werden. Da die Umfrage nicht zum Ziel hat, repräsentative und verallgemeinerbare Ergebnisse zu erheben, sondern viel-

¹ Die Interviews wurden als Vorstudie für die nachfolgend geplanten quantitativen Bevölkerungs- und Nutzer/innen-Befragungen des Projekts durchgeführt.

mehr gezielt als explorativ-qualitative Studie angelegt ist, ist diese besondere Sichtweise methodisch zu begründen.

Die Interviews wurden telefonisch entlang von zwei (teil-)strukturierten Gesprächsleitfäden (siehe Anhang) geführt, die auf die jeweilige Untersuchungsgruppe angepasste Fragen enthielten. Die konkreten Fragen umfassen die folgenden Aspekte:

- Begriffsverständnis und bekannte Beispiele der Sharing Economy
- Einstellungen gegenüber der Sharing Economy
- Einschätzungen von ökologischen und sozialen Wirkungen des Peer-to-Peer Sharing
- Nutzungserfahrungen mit Peer-to-Peer Sharing und Auswirkungen auf Konsum und Alltag
- Zukünftige Nutzungsabsichten
- Motive, Anlässe und Hemmnisse der (potenziellen) Nutzung von Peer-to-Peer Sharing
- Vor- und Nachteile privater versus professioneller Anbieter/innen der Sharing Economy

Einzelne Fragen wurden nach den ersten Durchläufen leicht modifiziert, um die Verständlichkeit der Fragen zu verbessern und insgesamt genauere Erkenntnisse zu erzielen. Die Vergleichbarkeit der Interviews wurde dadurch nicht beeinträchtigt, da sich zum Beispiel der Gesamtverlauf und die Themenblöcke des Interviews nicht verändert haben.

Der Erhebungszeitraum der Interviews war Juli bis Oktober 2015. Die Dauer der einzelnen Gespräche variierte je nach zeitlicher Verfügbarkeit und thematischem Interesse beziehungsweise Offenheit der Teilnehmenden. Im Durchschnitt hatten die Gespräche eine Länge von circa 25 Minuten bei den Erfahrenen und circa 17 Minuten bei den Unerfahrenen. Die Interviews wurden aufgezeichnet und anschließend transkribiert.

Die inhaltsanalytische Auswertung des Interviewmaterials wurde softwaregestützt (MAXQDA) entlang eines Kategoriensystems durchgeführt. Die deduktiv-induktive Kategorienbildung erfolgte sowohl anhand der Forschungsfragen als auch am Material. Das Kategoriensystem enthält allgemeine Hauptkategorien², die in Subkategorien ausdifferenziert sind. Diesen Subkategorien wurde das Material nach einheitlichen Kodierregeln in Form von passenden Textstellen zugeordnet. Die Erstcodierungen wurden in einem zweiten Durchgang von einer weiteren Person geprüft, um Codierfehler auszuschließen und die Qualität der Auswertung zu sichern. Die thematisch relevanten Passagen wurden daraufhin mittels Variablen und Retrievals in verschiedenen Kombinationen zusammengefasst und analysiert.

² Erfahrene: Verständnis und Einschätzung Sharing Economy, Nutzungserfahrungen, Art und Weise der Nutzung, Nutzungsmotive und -hemmnisse, Auswirkungen auf Verhalten und Konsum; Unerfahrene: Verständnis und Einschätzung Sharing Economy, Nutzungsabsichten, Nutzungsmotive und -hemmnisse, Erfahrungen, Einschätzung private vs. professionelle Anbieter.

3 Befunde der Interviews mit „Erfahrenen“

Die Gruppe der Erfahrenen setzt sich zu gleichen Teilen aus Nutzer/innen von Kleiderkreisel, Drivy, flinc und Wimdu zusammen (vergleiche Kapitel 2). Die Auswertungen zeigen, dass es sich überwiegend um Personen handelt, die die Peer-to-Peer Sharing-Plattform, über die sie rekrutiert wurden, regelmäßig nutzen und die über ein hohes Maß an Erfahrungen mit dieser Plattform verfügen.

Einen Schwerpunkt der Befragung bildeten die Einschätzungen und Erfahrungen mit der Plattform, die Art und Weise der Plattform-Nutzung sowie Motive und Hemmnisse. Darüber hinaus wurde auch nach der Einschätzung von Peer-to-Peer Sharing allgemein gefragt sowie nach weiteren Nutzungsperspektiven, insbesondere ob sich die Befragten vorstellen können, auch andere Peer-to-Peer Sharing Angebote zu nutzen.

3.1 Begriffsverständnis und bekannte Beispiele der Sharing Economy

Zu Beginn des Interviews wurden die Interviewteilnehmer/innen offen und ungestützt zu ihrem Verständnis von Sharing Economy befragt.

Der spezifische Begriff Sharing Economy ist einigen Erfahrenen noch unbekannt – *„Ich habe das noch nie gehört. Das ist mir eigentlich neu“*, wobei alle eine Vorstellung haben, was sich dahinter verbirgt, da sich gerade der Begriff des Sharing für die Befragten von selbst erschließt:

„Ich hatte den Begriff jetzt generell nicht gehört. Aber, wenn ich das jetzt nicht gelesen hätte, Sharing ist ja teilen, hätte ich mir eben dieses Teilen vorgestellt in Form von, auf Kleiderkreisel bezogen, eben die Kleidung zu teilen, wenn man etwas nicht mehr haben will, dass man das dann weitergibt an jemand anderen oder eben anders rum.“

Das Begriffsverständnis der Befragten bezieht sich im Allgemeinen auf das „Teilen von privaten Dingen“. Vereinzelt wird dabei vom Teilen aufgrund finanzieller Engpässe sowie vom Teilen aus ökologischen oder sozialen Motiven gesprochen.

„Auf den Begriff Sharing insgesamt kann ja alles fallen, von Essen, Autos bis zu wohnen.“

„Da geht's ja darum, dass aus ökologischen Aspekten heraus Dinge geteilt werden, um Nachhaltigkeit zu gewährleisten, zumindest habe ich das so verstanden.“

„Sharing ist teilen und Economy ist irgendwas Wirtschaftliches. Gemeinschaft, Wirtschaftsgemeinschaft“

„Also, dass so was überhaupt vorkommt, dass man daran denkt, gebrauchte Sachen zu kaufen oder zu teilen, das kommt ja nicht von der Ressourcenknappheit, eher von finanziellen Engpässen, dass man nicht so viel Geld hat und nach Lösungen sucht.“

„Ja, dass man quasi [...] irgendwas Privates wirtschaftlich macht.“

„Dass es verschiedene Angebote in verschiedenen Leistungsbereichen gibt, wo im Prinzip Menschen von privat zu privat direkt Angebote offerieren.“

„Produkte des täglichen Lebens auf den Markt bringen.“

Häufig genannte Beispiele neben den Praxispartnern Wimdu, Kleiderkreisel, flinc und Drivy sind die Plattformen Airbnb, eBay, Blablacar, Couchsurfing sowie allgemein Carsharing und Foodsharing.

3.2 Einschätzungen und Einstellungen gegenüber Peer-to-Peer Sharing

Auf die explorative und assoziative Interviewphase zum Begriff Sharing Economy folgte eine Erläuterung des Untersuchungsgegenstands Peer-to-Peer Sharing.³ Die Interviewteilnehmer/innen wurden daraufhin gebeten, ihre Einstellungen gegenüber dem Peer-to-Peer Sharing beziehungsweise den ihnen bekannten Angeboten für Peer-to-Peer Sharing darzulegen.⁴ Die Befunde sind in den folgenden Abschnitten dargestellt.

3.2.1 Allgemeine Einschätzungen zu Peer-to-Peer Sharing

Grundsätzlich wird Peer-to-Peer Sharing über Online-Plattformen als sinnvoll erachtet. Fundamentale Vorbehalte gibt es unter den Erfahrenen nicht. Häufig werden die generell positiven Einschätzungen mit dem Zusammenspiel verschiedener Faktoren erklärt:

„Die Umwelt zu schonen, indem dann statt einer Person im Auto zwei oder drei mindestens drin sitzen, auch das Geld zu sparen und auch soziale Kontakte zu knüpfen.“

Eine Person schätzt das Konzept als positiv ein, sieht aber ebenso Nachteile im Vergleich zu den Angeboten konventioneller Wirtschaftsunternehmen:

„Prinzipiell finde ich es eine gute Idee. Es ist eine gute Alternative zu oft sehr kostenintensiven Sachen wie zum Beispiel beim Reisen, Hotels sind teuer, Autofahren. Wenn man kein Auto braucht, nicht immer, kann man sich das vielleicht teilen. Es ist einfach ökonomischer. [...] Was mich ein bisschen dran stört ist, dass man immer irgendwie abhängig ist quasi von den individuellen Bedürfnissen von jemand Fremden, also man muss sich auf jemanden verlassen können, den man eigentlich gar nicht kennt. Bei manchen Menschen kann das total gut funktionieren, kann man total Glück haben, aber es kann sicher auch leichter passieren als bei einem Hotel, dass man dann vielleicht gar nicht damit zufrieden ist oder bei einer gewerblichen Institution.“

Eine andere Person ist ebenfalls nicht abgeneigt, äußert jedoch Sorgen bezüglich Sicherheit und Vertrauen:

³ Zu diesem Zweck wurde die folgende Definition vorgelesen: „Beim **Sharing** geht es darum, Dinge des Alltags wie Werkzeuge, Autos oder Wohnungen mit anderen Menschen zu **teilen**. So können Güter genutzt werden, die man selbst nicht besitzt, beziehungsweise man kann eigene Sachen, die man gerade nicht braucht, anderen Menschen anbieten. Seit ein paar Jahren vermitteln **Internetplattformen** solche Dienste. Dadurch wird das Teilen auch zwischen Fremden möglich.“

⁴ Allerdings ist nicht auszuschließen, dass die Befragten auch andere Angebote und Konzepte der Sharing Economy als Peer-to-Peer Sharing im Sinn haben, wenn sie sich zu positiven und negativen Einschätzungen äußern.

„Ich finde die Idee nicht schlecht, allerdings habe ich schon ein bisschen Vorbehalte, weil ganz fremde Leute, da ist man einfach etwas vorsichtiger. Die Idee ist nicht schlecht, ich begrüße sie, aber ich betrachte sie auch schon ein bisschen mit Vorsicht.“

Eine Person äußert – bei einer allgemein positiven Einschätzung des Peer-to-Peer Sharing – Bedenken hinsichtlich der irregulären Nutzung von Peer-to-Peer Plattformen für kommerzielle Zwecke und wünscht sich von entsprechenden Plattformen, Maßnahmen gegen einen solchen Missbrauch noch stärker in den Blick zu nehmen.

3.2.2 Einschätzungen zu ökologischen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing

Die ökologischen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing werden von den Befragten als insgesamt positiv eingeschätzt. Ein oft genanntes Argument hierfür ist Ressourcenschonung, welche durch die geteilte Nutzung von Autos, Kleidung oder Gebrauchsgegenständen entsteht.

Die Mehrheit der Befragten nennt darüber hinaus eine geringere Notwendigkeit der Produktion von Gütern durch das organisierte Teilen sowie einen effizienteren und bewussteren Konsum durch Mehrfachnutzung als ökologisch vorteilhaft. Vereinzelt wurde mit einem möglichen Rebound-Effekt durch die zunehmende Häufigkeit von Transportwegen eine negative ökologische Wirkung angesprochen, welche laut den Befragten den insgesamt positiven Umwelteffekt jedoch nicht aufhebt, sondern lediglich schmälert.

„[...] weil Sharing bedeutet ja auch, dass es irgendwie zu dem anderen kommen muss, sprich mein Auto verbraucht ja auch wieder Benzin, aber wenn man überlegt, dass eine neue Jeans so viele Wasserladungen braucht, damit sie gemacht werden kann, denke ich schon, dass es in der Relation immer noch positiv zur Umwelt steht.“

Für den Bereich Übernachten werden kaum Effekte erwartet, dagegen erscheint die positive Umweltwirkung der geteilten Mobilität den meisten Erfahrenen offensichtlich.

„Positive Auswirkungen würde ich auf jeden Fall bei Fahrzeugbenutzung sehen. Ich sehe jeden Morgen, dass immer einzelne Personen im Fahrzeug sitzen. Da denke ich auch, man kann sich doch öfter zusammen tun und da könnte man einiges sparen und die Umwelt etwas schonen. Bei Wohnungen fällt mir nichts ein.“

3.2.3 Einschätzungen zu sozialen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing

In den meisten Fällen wird von positiven sozialen Wirkungen des Peer-to-Peer Sharing ausgegangen. Aufgeführte Argumente sind vor allem, dass die Häufigkeit sozialer Kontakte zu Fremden steige und damit Offenheit und Toleranz gefördert werde.

„Man hat sehr viele positive Erfahrungen und man ist zu fremden Menschen automatisch auch offener, wenn man nicht mehr so eingeschränkt in der eigenen Welt lebt.“

Die beim Sharing entstehenden sozialen Beziehungen unterscheiden sich nach Angebotsart und Aufbau der Plattformen. Während die Nutzer/innen von **Wimdu** und **Drivy** eher von kurzfristigen Bekanntschaften im Rahmen der Mietung und Vermietung von Auto und Wohnung sprechen, berichten die Nutzer/innen von **Kleiderkreisel** von engeren Kontakten, in einem Fall sogar von einer

entstandenen Freundschaft – „eine gute Freundin von mir habe ich über Kleiderkreisel kennengelernt“ – oder davon, dass eben dies vorstellbar wäre:

„Könnte ich mir auch vorstellen, dass da in Einzelfällen Freundschaften entstehen können. Sind ja alles so relativ modeinteressierte Mädchen, was ich auch bin, und da kann man sich austauschen. Diese Community an sich finde ich schon sehr gut.“

flinc wird vereinzelt ein ähnliches Potenzial zugeschrieben:

„Das ist natürlich auch toll, wenn man Leute kennenlernt und mit denen ins Gespräch kommt, die dann nicht Arbeitskollegen sind, sondern auch in verschiedenen Branchen arbeiten.“

Nur wenige der befragten Erfahrenen erwartet überhaupt keine sozialen Effekte. Eine Person thematisiert die Angst vor sozialer Stigmatisierung durch die Nutzung von Peer-to-Peer Sharing:

„[...] dass manche vielleicht Angst haben von der Gesellschaft so ein bisschen ausgeschlossen zu werden, wenn sie sagen, dass sie Sharing betreiben, weil man dann vielleicht als erstes denken könnte, dass sie sich das nicht leisten können, sich die Sachen neu zu kaufen und da dann eben Angst haben ausgeschlossen zu werden, weil sie eben schon gebrauchte Kleidung tragen.“

Eine weitere Befragte äußerte Unbehagen gegenüber dem „Zwang, sich mit Fremden auseinanderzusetzen“ im Bereich geteilter Mobilität sowie im Bereich der Übernachtung:

„Ich finde es anstrengend sich mit wildfremden Menschen auf Befehl quasi unterhalten zu müssen. Ich habe dann lieber meine Ruhe.“

3.2.4 Einschätzungen zu ökonomischen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing

Die ökonomische Wirkung von Peer-to-Peer Sharing wird überwiegend positiv gesehen. Die Erfahrenen nennen auf **Anbieter/innenseite** „Geld einnehmen“ sowie auf **Nachfrager/innenseite** „Geld sparen“ als primäres Nutzungsmotiv. Ein gewisser ökonomischer Pragmatismus spielt dabei eine große Rolle:

„Ich habe was davon und mein anderer Geschäftspartner auch. Er hat was anzubieten und ich kann dafür günstig etwas anmieten.“

Peer-to-Peer Sharing-Angebote werden häufig als günstigere Alternative zu professionellen Anbieter/innen erachtet, einige Male wird auch darauf hingewiesen, dass es gerade für Menschen mit knappem Budget sehr nützlich sei:

„Da muss man halt die Gesellschaft als Gesamtbild nehmen und sehen, dass es den Menschen in den letzten Jahren schlechter geht. Da steigt automatisch auch die Bereitschaft irgendwas zu teilen, ob Klamotten oder sonst irgendwas.“

Negative Wirkungen werden in Form von Kritik an der Kommerzialisierung der Plattformen sowie den Folgen daraus geäußert. Diese gehe „an der Grundidee des Teilens vorbei“. Die Kritik unterscheidet sich je nach Bereichen: So wird in diesem Kontext auf Zweckentfremdung von Wohnungen, Verdrängung auf dem Wohnungsmarkt sowie den drohenden Abbau von Arbeitsplätzen im Hotel- und Taxigewerbe hingewiesen.

Ebenfalls genannt wird eine potenziell negative Wirkung auf die konventionelle Wirtschaft, da die Verbreitung der Mehrfachnutzung durch Sharing zu geringeren Produktionskapazitäten führen kann:

„Wenn jeder nur noch shared und nicht mehr im Handel einkauft; die Kaufkraft sinkt halt.“

3.3 Art der Nutzung von Peer-to-Peer Sharing-Angeboten

Die Art und Weise der Nutzung von Peer-to-Peer Sharing-Angeboten unterscheidet sich stark nach Plattform und Konsumbereich.

Die Nutzer/innen von **Kleiderkreisel** sind simultan **Anbietende und Nachfragende**, wobei die Mehrzahl der Befragten häufiger Kleidung verkauft (beziehungsweise tauscht) als kauft. Eine Nutzerin nennt konkrete Zahlen: So hat sie in zweieinhalb Jahren circa 700 Artikel verkauft und bis zu 300 gekauft. Als Gründe für das Ungleichgewicht nennt sie einerseits den finanziellen Aspekt (begrenzt Budget für den Kauf von Kleidung), und andererseits den Umstand, dass sie auf anderen Internetseiten zusätzlich Neuware kauft. Auch das Tauschen von Kleidung wird zweimal genannt. Alle befragten Kleiderkreisel-Nutzer/innen sind täglich auf der Plattform aktiv. Eine Person gibt an, die Seite häufig auch wegen des Forums aufzusuchen.

Bei **Wimdu**-Nutzer/innen zeichnet sich eine klarere Rollenverteilung zwischen Anbietenden und Nachfragenden ab, wobei manche **Anbietenden** auch schon selbst gemietet haben. Wesentlich häufiger wird vermietet als gemietet, was nach Aussage eines Vermieters mit der recht hohen Nachfrage in einer Großstadt zusammenhängt. Die Vermietungshäufigkeit liegt in diesem Fall bei 10-12 Gästen im Jahr; gleichzeitig ist der Befragte ein- bis zweimal jährlich selbst Gast einer Wimdu-Unterkunft. Ein anderer Vermieter bietet zwei Wohnungen semi-professionell an und hat fast täglich Gäste, während er selbst drei- bis viermal im Jahr selbst Gast ist. Die Gesamtzahl seiner bisherigen Vermietungen beträgt fast 300 in drei Jahren, was darin begründet ist, dass eine der beiden Wohnungen leer steht und durchgängig vermietet werden kann. Entsprechend wird der Aufwand des Anbietens als „hoch“ und „zeitintensiv“ empfunden; gleichzeitig wird der Ablauf der Transaktion als „routiniert“ beschrieben. Die **Wimdu-Nachfragenden** nutzen die Plattform durchschnittlich etwa dreimal im Jahr für Städtereisen. Eine Person verweist darauf, dass spontanes Buchen schwer möglich sei, da die Abwicklung oft längere Zeit in Anspruch nehme. Die befragten Wimdu-Nachfrager/innen waren aufgrund von mangelnden Zeit- und Raumkapazitäten noch nicht als Anbietende aktiv, könnten es sich jedoch bei veränderten persönlichen Rahmenbedingungen vorstellen.

Die Nutzer/innen von **Drivy** verbleiben in ihrer Rolle als Anbietende oder Nachfragende, da die Autobesitzer/innen keinen Bedarf an der Automietung haben und die Automieter/innen über keine Autos zum Vermieten verfügen. Auf Seiten der **Nachfragenden** erfolgt die Nutzung kurzfristig und unregelmäßig:

„Ich [...] nutze das im Prinzip in dem Moment wo ich kurzfristig irgendwas transportieren muss oder ein Auto halt mal brauche.“

Auch die Befragten der Plattform **flinc** treten entweder als **Anbietende oder als Nachfragende** auf. Eine Überschneidung gibt es bisher bei keinem der Befragten, wenngleich die Anbietenden ebenfalls Interesse am Mitfahren bekunden, falls es zeitlich und organisatorisch machbar wäre, was bisher nicht der Fall sei.

Gemeinsam ist sowohl einem Anbietenden als auch einem Nachfragenden, dass sich über flinc eine Fahrgemeinschaft bestehend aus Arbeitskollegen etabliert hat. Hier wurde die Nutzung von flinc firmenintern angeregt. Die Art der Nutzung wird von den Befragten als routiniert beschrieben, da es sich häufig um Arbeitswege handelt, die mehrmals wöchentlich zu festen Zeiten in der gleichen Fahrgemeinschaft bestritten werden.

3.4 Erfahrungen mit der Nutzung von Peer-to-Peer Sharing-Angeboten

Die Erfahrungen der Befragten mit den Peer-to-Peer Sharing-Angeboten der Praxispartner sind insgesamt sehr positiv. Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass die positiven Erfahrungswerte beim Zuschnitt der hier befragten Gruppe durchaus zu erwarten waren. Wie eingangs geschildert (siehe Kapitel 2) wurden Personen rekrutiert, die die Plattformen regelmäßig nutzen, was wahrscheinlich nicht der Fall wäre, würden negative Erfahrungen überwiegen.

Es wird von einem hohen Grad an Zuverlässigkeit der Anbietenden und Nutzenden sowie von einer hohen Qualität der Angebote berichtet. Als positive Erfahrungen wurden des Weiteren folgende Aspekte genannt:

- Die Möglichkeit als Anbieter/in, anderen Menschen eine Freude machen zu können;
- Das Entstehen von netten Kontakten bis hin zu Freundschaften;
- Erleichterung der Alltagsorganisation (insbesondere Drivy/flinc);
- Besondere „Zusatzleistungen“, die klassische Anbieter/innen nicht bieten können: zum Beispiel Insider-Tipps durch Wimdu-Gastgeber, Tipps zu Kleidung/ Mode im Kleiderkreisel-Forum;
- Abenteueraspekt: sich immer wieder auf etwas/jemand neues einlassen.

Es wird nur vereinzelt von negativen Erfahrungen berichtet:

- Schlechter Zustand des Mietobjektes (Drivy, Wimdu);
- Fehlverhalten der Nutzer/innen;
- Unzuverlässigkeit der Anbietenden oder der Käufer/innen/Nachfragenden;

In den folgenden Abschnitten werden die Erfahrungen eingehender und separat für die einzelnen Angebote dargestellt.

3.4.1 Erfahrungen allgemein

Die befragten Nutzer/innen von **Kleiderkreisel** berichten, dass sie mit der Nutzung der Plattform überwiegend sehr positive Erfahrungen gemacht haben. Sie berichten von einem hohen Grad an Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit der anderen Nutzer/innen (in Bezug auf die Qualität/den Zustand der gekauften Kleidung, die Zahlungsmoral der Käufer/innen sowie bezüglich der Garantie, ein gekauftes Kleidungsstück auch tatsächlich zu erhalten). Darüber hinaus wird von einem unproblematischen Umgang miteinander und netten Kontakten berichtet (in einem Fall bis hin zu Freundschaft), die durch den Kontakt über Kleiderkreisel entstanden sind. Auch die Möglichkeit,

durch den Verkauf hochwertiger Kleidungsstücke zu einem günstigen Preis anderen eine Freude machen zu können, wird in den Interviews als positive Erfahrungen hervorgehoben.

Die Befragten nennen lediglich einzelne negative Erfahrungen, beispielsweise, dass bei einzelnen Transaktionen das gekaufte Kleidungsstück nicht oder nicht in dem angegebenen Zustand angekommen sei oder dass der Käufer/die Käuferin nicht gezahlt habe. Die Befragten sind sich aber darin einig, dass dies Einzelfälle und für die Gesamteinschätzung nicht maßgeblich seien.

„Es gibt natürlich auch schwarze Schafe, aber die fallen nicht ins Gewicht.“

„Wenn ich abschätze, dass ich ungefähr 50 Sachen gekauft oder verkauft habe, dann waren vielleicht zwei Sachen dabei, die dann nicht so gut gelaufen sind, was dann entweder an den Käufern lag, dass die nicht bezahlt haben, oder einmal lag es auch an der Post, dass die das dann verschlampt haben quasi auf dem Weg zu mir. Aber ansonsten waren es wirklich durchweg positive Erfahrungen.“

Dabei spielt für die Befragten das Bewertungssystem von Kleiderkreisel eine große Rolle und sie richten sich bei der Einschätzung anderer Nutzer/innen stark nach den ausgewiesenen positiven oder negativen Bewertungen.

Auch von den **Drivy-Nutzer/innen** wird von einem hohen Grad an Zuverlässigkeit der Mieter/innen und Verleiher/innen sowie von einem in der Regel reibungslosen Ablauf berichtet. Weitere positive Aspekte, die in den Interviews betont werden, sind die Flexibilität bezüglich der Autoübergabe sowie die große Auswahl an verschiedenen Wagenklassen und Modellen. Von Seiten der Vermietenden wird auch hier (ähnlich wie bei Kleiderkreisel) die Möglichkeit, anderen Menschen mit der Vermietung des Autos zu helfen, als positive Erfahrungen geschildert. Auf Seite der Mietenden wird die Erleichterung der Alltagsorganisation durch Drivy betont. Ein Interviewpartner hebt den Abenteueraspekt hervor:

„Es hat auch ein bisschen was mit Abenteuer zu tun... Ich lasse mich ja jedes Mal bei einer Anmietung auf jemand ein und das finde ich eben auch total spannend.“

Negative Erfahrungen bilden die Ausnahme. Beispiele fallen in den Bereich kleinerer Unannehmlichkeiten (etwa ein gemietetes Auto, das extrem „zugemüllt“ gewesen sei), zum Teil betrifft es aber auch größere Auseinandersetzungen bei Schadensfällen. Eine Person berichtet von einem Streit, bei dem es um einen Kratzer an einer Felge ging, bei dem nicht klar gewesen sei, wer ihn verursacht hat. Eine maßgebliche Rolle für das Sicherheitsgefühl der Drivy-Nutzer/innen spielt die Drivy-Versicherung, auch wenn die Befragten sie noch nicht in Anspruch nehmen mussten (siehe hierzu Abschnitt 3.4.2).

Die geschilderten positiven Erfahrungen der **flinc-Nutzer/innen** zeigen ebenfalls einen meist reibungslosen Ablauf der gemeinsamen Autofahrt und deren Organisation (Vorbereitung, Kommunikation). An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass ein Teil der Befragten feste Fahrgemeinschaften für den Weg zur Arbeit gebildet hat. Ihre Erfahrungen gründen daher auf einer relativ determinierten Konstellation bezüglich Fahrweg und mitfahrender Person.

„Eigentlich [überwiegt] die positive Erfahrung, dass das wirklich problemlos funktioniert hat. Zweimal war es mit geringen Wartezeiten verbunden [...]. Aber grundsätzlich hat sonst immer alles funktioniert.“

Die Erleichterung der Alltagsorganisation durch die flinc-Nutzung wird von einigen der Nachfragenden hervorgehoben. Vor allem mit regelmäßigen Fahrgemeinschaften zur Arbeit wurden positive Erfahrungen gemacht:

„Morgens spare ich mindestens über eine Stunde [gegenüber der Bahn]. Zurück ist es eine halbe. [...] Das kommt natürlich ein bisschen darauf an, zu welchen Tageszeiten man unterwegs ist. Wir fahren recht früh, nur gerade wenn Baustellen sind oder die typische Rush-Hour, dann dauert es natürlich länger, aber es ist immer noch sehr viel bequemer, nicht umsteigen zu müssen und von Tür zu Tür. Das sind so Benefits, wo ich sage, das nehme ich gerne so mit.“

Als negative Erfahrung wird lediglich von kürzeren Wartezeiten berichtet (zum Beispiel, weil der Fahrer im Stau stand oder nicht pünktlich von der Arbeit aufbrechen konnte).

Die Erfahrungen mit **Wimdu** werden von den Befragten als positiv geschildert. Von Seiten der Gäste wurden dabei folgende Aspekte besonders hervorgehoben: ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, eine hohe Qualität der gemieteten Wohnung sowie besondere „Zusatzleistungen“, die klassische Anbieter/innen nicht bieten können, zum Beispiel Insider-Tipps des Wimdu-Gastgebers.

„Qualität war super. Es war eine sehr schöne Ferienwohnung, eigentlich ein ganzes Ferienhaus, alles modern eingerichtet, sauber, so wie man es sich wünscht.“

„Der Vorteil war, es ist ein guter Gastgeber, sehr nett und der hat uns auch viele Tipps gegeben, was man alles machen kann, weil es eben ein Einheimischer ist. Der hat uns alles gezeigt, wirklich sehr nett und das ist schon ein bisschen ein Mehrwert im Vergleich zum Hotel wo man bloß die Rezeptionsdame hat.“

Ein Gastgeber berichtet von zwei negativen Erlebnissen, die jedoch bei der hohen Zahl an Vermietungen (295 insgesamt) seiner Meinung nach nicht wirklich ins Gewicht fielen. In einem Fall wurde Mobiliar in der Wohnung zerstört, die Versicherungspolice von Wimdu habe hier allerdings nicht gegriffen. In dem anderen Fall wurde der W-Lan-Zugang der Wohnung von einem Gast dazu genutzt, einen lizenzierten Film auf eine Filesharing-Plattform hochzuladen, was zu einer Abmahnung durch einen Rechtsanwalt führte. Als negative Erfahrung wurde in einem anderen Interview geäußert, dass die persönliche Gastgeberbetreuung durch Wimdu in der letzten Zeit nachgelassen habe.

3.4.2 Erfahrungen mit Versicherungsangeboten und Bewertungssystemen

Während die Nutzung und Einschätzung von Versicherungsangeboten der Plattformen gezielt im Interview abgefragt wurde, wurde die Bedeutung der Bewertungssysteme nicht systematisch erhoben, der Aspekt wurde jedoch von vielen Befragten aktiv angesprochen. Es zeigt sich, dass die Einschätzung der Bedeutung einer Versicherung beziehungsweise eines Bewertungssystems je nach Plattform sehr unterschiedlich ausfällt. Während bei Kleiderkreisel und flinc Bewertungssysteme eine zentrale Rolle spielen, um sich als Nutzer/innen abzusichern, wird bei Drivy und Wimdu das Vorhandensein einer Versicherung von den Nutzer/innen als zentrales Instrument zur Schaffung von Sicherheit gesehen. Die Ergebnisse im Einzelnen:

Den Nutzer/innen von **Kleiderkreisel** ist das Bewertungssystem sehr wichtig und sie orientieren sich bei ihren Kauf- und Verkaufsentscheidungen stark daran.

„[Bezüglich der Zuverlässigkeit] muss man schon sehr aufpassen. Die Bewertungen sind sehr wichtig. Wenn ein Mitglied null Bewertungen hat, dann gehe ich eigentlich immer erst mal davon aus, dass das Geld nicht kommt, wenn ich etwas verkaufe. Aber ich verschicke meine Ware erst nach Geldeingang, habe ja im Endeffekt keinen Verlust. [...]“

Wenn eine Kreislerin 200 positive Bewertungen hat und ich da ein Kleid für 100 Euro kaufen möchte, dann gehe ich das Risiko auch ein, weil ich glaube, dass die auch weiterverkaufen möchte.“

Dem gegenüber ist das Versicherungsangebot (Kreisel-Sicher-Service⁵) zwar dem Namen nach bekannt, die Befragten haben es aber noch nicht genutzt. Es besteht ein geteiltes Bild bezüglich der Frage, ob diese Versicherung für sinnvoll gehalten wird und ob die Befragten sie nutzen würden. Zwei Personen sagen, dass sie die Versicherung – wenn überhaupt – nur für hochpreisige Artikel nutzen würden, die anderen halten sie für unnötig und erachten das vorhandene Bewertungssystem als Sicherheitsmechanismus für ausreichend.

fliinc bietet keine Versicherung an, es ist aber ein Bewertungssystem vorhanden, mit dem sich Fahrer und Mitfahrer gegenseitig bewerten können. Die Befragten orientieren sich daran bei der Entscheidung, ob sie jemanden mitnehmen oder nicht. Neben dem Bewertungssystem gibt auch die Regelung Sicherheit, dass sich alle Nutzer/innen mit ihren persönlichen Daten bei flinc registrieren müssen.

„Diese Bewertungssache finde ich eine nette Sache. Das spielt schon eine Rolle, denn wenn man einen User sehen würde, der nur negative Bewertungen hat, dann würde man den erst gar nicht anfragen oder den vielleicht nicht mitnehmen. Anhand der positiven Bewertungen sieht man natürlich auch wie aktiv ist denn diese Person. Wenn ich sehe, der hat Null Bewertungen, ist aber schon seit einem halben Jahr angemeldet, dann denkt man sich, ok der ist nicht wirklich aktiv.“

Ein Befragter hält das derzeitige Bewertungssystem für „gut aber ausbaufähig“. Problematisch sei, dass man nur mit „würde ich mitnehmen“ oder „würde ich nicht mitnehmen“ bewerten könne und keine weitere Differenzierung möglich ist. Auch ist nicht zu ersehen, ob die Bewertungen immer von der gleichen Person abgegeben wurden oder von verschiedenen.

Für alle befragten **Drivy**-Nutzer/innen spielt die Versicherung eine ganz zentrale Rolle für die Schaffung von Sicherheit und Vertrauen. Zwei Personen sagen, dass sie Drivy ohne das Versicherungsangebot gar nicht nutzen würden.

„Wenn das jetzt nicht über Drivy versichert wäre, würde ich das Auto auch nicht vermieten. [...] Weil ich sowieso auch als Alleinfahrer bei meiner Versicherung eingetragen bin. Ansonsten könnte ich es ja gar nicht machen, würde es auch nicht machen.“

Auf das Bewertungssystem von Drivy kam nur eine Person zu sprechen. Für sie spielen die Bewertungen der Nutzer/innen durchaus eine Rolle, sie würde aber auch an Nutzer/innen vermieten, die noch keine Bewertungen haben.

Die befragten **Wimdu**-Nutzer/innen halten das Versicherungsangebot durch die Plattform für wichtig. Mehrere Befragte gaben an, dass sie noch keinen Anlass hatten, darauf zurückzugreifen und darum nicht genauer informiert seien. Einer der befragten Gastgeber berichtet von einem Negativ-Erlebnis, bei dem von einem Gast in der vermieteten Wohnung Mobiliar zerstört worden sei. Da die Versicherung aber erst ab einer gewissen Schadenshöhe greift, konnte der Vermieter sie nicht in Anspruch nehmen. Trotzdem hält er die Versicherung über Wimdu für ausreichend.

⁵ Wird der Kauf über das Kleiderkreisel-Bezahlsystem abgewickelt, dann wird das überwiesene Geld solange von Kleiderkreisel zurückgehalten, bis der Käufer den Empfang des Produktes bestätigt. Wird das Kleiderkreisel-Bezahlsystem nicht genutzt, deckt die Versicherung in Abhängigkeit der Versand- und Bezahlmethode einen Wert von maximal 20 Euro bei Nichterhalt eines gekauften Produktes ab. Zusätzliche Kosten entstehen durch die Versicherung nicht; jedoch fallen bei jedem Verkauf Gebühren in Höhe von 10 Prozent des Verkaufspreises an.

Auf das Bewertungssystem geht nur ein Befragter ein. An sich sei dies ein sinnvolles Instrument – insbesondere für Gäste, um einen besseren und objektiveren Eindruck der angebotenen Wohnung zu erhalten. Problematisch sei allerdings, dass ein Missbrauch (beispielsweise bei einer ungerechtfertigten negativen Bewertung einer Wohnung), weitreichende Konsequenzen für den/die Vermieter/in hat. Für Vermieter/innen ist eine negative Bewertung gravierend, da dies für viele Gäste ein ausschlaggebender Faktor ist, ein Objekt zu mieten oder nicht. Hier müsse es eine bessere Kontroll- oder Regulierungsfunktion von Seiten der Plattform geben.

3.4.3 Erfahrungen mit Community-Angeboten

In den Interviews wurde auch danach gefragt, welche Rolle Community-Angebote für die Nutzer/innen spielen und welche Erfahrungen sie mit ihnen gemacht haben. Alle Plattformen kommunizieren über Social-Media-Kanäle. Weitere Online-Community-Formate bieten Kleiderkreisel (Forum, Blog, Mitgliederliste) und Drivy (Blog) an. Von Drivy und flinc werden sporadisch Offline-Events organisiert, bei denen sich die Nutzer/innen untereinander und mit den Plattform-Mitarbeiter/innen austauschen können.

Die Bedeutung der Community-Angebote von **Kleiderkreisel** wird unterschiedlich eingeschätzt: Während einige Interviewpartnerinnen berichten, dass ihnen das Forum sehr wichtig sei und sie es häufig nutzen (vor allem um sich mit anderen Nutzer/innen auszutauschen und um Tipps und Ratschläge einzuholen), nutzen andere die Community-Angebote nur gelegentlich.

„Das ist auf jeden Fall noch so ein schönes Extra, was es noch attraktiver macht, auf der Seite aktiv zu sein.“

Eine Person kritisiert, dass teilweise sehr kritische Beiträge im Forum von den Betreibern gelöscht werden, ohne dass transparent über solche Schritte berichtet würde.

Für die befragten **Drivy**-Nutzer/innen spielen Austauschmöglichkeiten mit anderen Usern nur eine untergeordnete Rolle. Für sie steht klar die Bedarfsdeckung (Auto) im Vordergrund. So finden außerhalb der Autoübergabe auch keine weiteren sozialen Begegnungen statt. Auch wenn keiner der Befragten bisher an einem der Offline-Austauschtreffen teilgenommen hat, wird das Angebot prinzipiell begrüßt.

Bei **finc** werden die Kommunikationskanäle (App, Chat, Telefon) in der Regel dazu genutzt, die Einzelheiten der Mitfahrt zu regeln. Hier geht es weniger um einen Online-Austausch von Erfahrungen, da der direkte Erfahrungsaustausch bei Bedarf – und darüber hinaus soziale Begegnungen und Kommunikation – während der Mitfahrgelegenheit stattfinden kann. Eine Person berichtet von seiner Teilnahme an einem Nutzer/innentreffen, bei dem Nutzer/innen und flinc-Mitarbeiter/innen im Rahmen eines Stammtisches zusammentrafen. Dabei ging es vor allem darum, Fragen und Verbesserungsvorschläge von Seiten der Nutzer/innen zu diskutieren. Dieses Angebot wurde als sehr positiv wahrgenommen.

Eine Online-Community, in der man Probleme oder Erfahrungen mit anderen Nutzer/innen austauschen kann, gibt es derzeit bei **Wimdu** nicht, die Befragten sehen hierfür aber auch keinen Bedarf. Ein Teilnehmer schlägt vor, Wimdu solle regelmäßige Treffen zwischen Gastgeber/innen und Plattform-Mitarbeiter/innen organisieren, um Probleme mit der Plattform diskutieren und Verbesserungsvorschläge einbringen zu können.

3.4.4 Auswirkungen auf Verhalten und Konsum

Alle befragten Nutzer/innen von **Kleiderkreisel** stellen Veränderungen in ihrem Konsumverhalten beziehungsweise im Alltag fest, seitdem sie die Plattform nutzen. Von folgenden Veränderungen wird berichtet:

- Es wird sehr viel häufiger online gekauft als vorher.
- Es wird deutlich mehr Second Hand-Kleidung gekauft.
- Teilweise wird mehr Zeit im Internet verbracht.
- Teilweise verändert sich die Art des Einkaufens (*„Es ist auf jeden Fall so, dass ich anders durch die Stadt laufe, dass ich nicht direkt was kaufe, sondern überlege, das ungefähr gefällt mir und dann merke ich mir das und kaufe das in der Regel eher über Kleiderkreisel. [...] So generell auf die Kaufmenge bezogen glaube ich nicht, dass sich das großartig verändert hat, aber halt eben der Ort, wo ich es einkaufe, sich geändert hat.“*).
- Teilweise achten die Befragten stärker auf ökologische Aspekte.
- Eine Befragte berichtet, dass sich ihr Kleidungsstil geändert habe.

Bezüglich der Frage, ob sich durch die Nutzung von Kleiderkreisel die Menge der gekauften Kleidungsstücke ändert, zeigt sich ein geteiltes Bild: Mehrere Befragte geben als wichtigen positiven Effekt von Kleiderkreisel an, dass sie sich durch die günstigen Preise mehr Kleidungsstücke leisten können. Andere erklären, die Kaufmenge sei gleichgeblieben.

Auch bei den **Drivy**-Nutzer/innen zeigen sich sehr unterschiedliche Effekte bezogen auf das Konsum- und Alltagsverhalten:

- Eine Person ist komplett auf die Nutzung von Drivy umgestiegen und hat ihr eigenes Auto abgegeben: *„Auf Grund dieser Angebote habe ich mein eigenes Auto abgegeben. [...] Das ist praktisch eine ganz bewusste Entscheidung gewesen und das hätte ich nicht gemacht, wenn ich von diesen Angeboten nicht Kenntnis bekommen hätte. Also hat das mein Konsumverhalten geändert, das heißt mein Streben jetzt noch mal Geld für ein eigenes Auto auszugeben ist eher geringfügiger Art. Allerdings lebe ich auch in einer Stadt, das hat natürlich mit dem urbanen Lebensaufenthalt zu tun. Wenn ich auf dem Land leben würde, bräuchte ich wahrscheinlich immer ein Auto.“*
- Eine andere Person berichtet, ihr Alltag sei seitdem sie kein eigenes Auto mehr habe, komplizierter geworden, da die gemieteten Autos abgeholt und zurückgebracht werden müssen.
- Eine Person fährt, seitdem sie Drivy nutzt, insgesamt weniger mit dem Auto.

Die **fliinc**-Nutzer/innen geben Veränderungen im Alltag an, die sich durch den Umstieg auf eine Mitfahr-Lösung (vor allem auf dem Weg zur Arbeit) ergeben: Zeitersparnis beim Arbeitsweg (zum Beispiel gegenüber der Bahnfahrt) und mehr Bequemlichkeit, da man nicht umsteigen muss. Darüber hinaus stellen sie keine Veränderungen des eigenen Konsumverhaltens oder im Alltag fest.

Die befragten **Wimdu**-Nutzer/innen nennen nur wenige Veränderungen:

- Das Reisen wird durch Wimdu angenehmer und einfacher.
- Es wird kurzfristiger gebucht/spontaner gereist.

- Ein Vermieter berichtet von starken Veränderungen durch hohen organisatorischen und zeitlichen Aufwand und überlegt daher, eine seiner zwei Wohnungen nicht mehr zu vermieten.

3.5 Nutzungsmotive und -hemmnisse

3.5.1 Motive für die Nutzung

Die Motive der Anbietenden unterscheiden sich zum Teil von denen der Nachfragenden. Daher werden die beiden Gruppen in der folgenden Auswertung getrennt betrachtet.

Auf Seiten der **Anbietenden** wird als häufigstes Motiv für die Nutzung einer Peer-to-Peer Sharing Plattform der Aspekt „Geld verdienen“ genannt. Dabei geht es mehreren Befragten (Nutzer/innen von Drivy, flinc und Wimdu) um einen Beitrag zum Unterhalt des Autos oder der Wohnung. Für eine Interviewpartnerin stellt die Nutzung von Wimdu allerdings eine Einkommensquelle dar, die zum regelmäßigen monatlichen Einkommen beiträgt.

„[Ich nutze Drivy] erstens mal, weil ich zu wenig fahre und ich hab jetzt schon so viel reinstecken müssen in Reparaturen, weil das Auto eben so viel steht und dann war ich am überlegen, ob ich es verkaufe. Dann hab ich mal im Internet geguckt und da bin ich eben auf Drivy beziehungsweise den Vorgänger gekommen.“

„Ich nutze Wimdu, weil die Wohnung einfach da ist, von mir nicht privat genutzt wird und tatsächlich aus den Einnahmen zum finanziellen Monatsunterhalt beiträgt.“

Bei den Nutzer/innen von Kleiderkreisel stehen ebenfalls finanzielle Motive im Vordergrund. Oft ergänzen die Verkäufe über Kleiderkreisel das Budget für Konsumausgaben. Einnahmen werden häufig direkt auf Kleiderkreisel in den Kauf von Kleidung reinvestiert.

„Wenn ich noch ein bisschen Geld dafür [für die abgelegte Kleidung] bekomme, kann ich mir ja dann neue Kleidung kaufen. Ich könnte mir dieses Shopping von neuen Kleidungsstücken gar nicht leisten, wenn ich nicht diesen Austausch hätte.“

An zweiter Stelle stehen auf der Anbieterseite soziale Motive, wobei die Möglichkeit, mit anderen Menschen in Kontakt zu treten und sich mit ihnen auszutauschen, am häufigsten angegeben wurde. Auch der Aspekt, anderen zu helfen, wurde von mehreren Befragten genannt.

„Mir macht es Spaß, ich mache das gerne. Man macht den Leuten wirklich eine Freude damit; das merkt man einfach, weil es unkompliziert geht, auch günstiger als bei den großen Autovermietern.“

Ökologische Motive, wie beispielsweise die Vermeidung von Neuproduktion oder das Einsparen von Ressourcen, spielen nur für wenige Befragte eine Rolle. Eine Nutzerin berichtet, dass sie über die Kleiderkreisel-Plattform auf ökologische Aspekte des Sharing aufmerksam gemacht wurde.

„Jetzt aber dadurch, dass ich ja nicht nur verkaufe und kaufe, sondern auch im Forum aktiv bin, habe ich den Umweltaspekt natürlich auch mitbekommen, bin da immer mehr mitreingekommen. Und jetzt ist das auch ein großes Thema, Umwelt. Dass für mich nichts Neues produziert werden muss, weil ich es so kaufen kann.“

Eine andere Nutzerin hebt im Interview praktische Motive hervor und betont, ihr gehe es auch darum, Dinge, die sie selbst nicht mehr nutzt, weitergeben zu können.

„Ich schmeiße zum Beispiel sowieso nichts weg, bei Kleidung, bei mir zum Beispiel. Wenn ich es nicht mehr trage, wüsste ich sonst gar nicht, was ich damit machen soll.“

Auch auf Seiten der **Nachfragenden** werden an erster Stelle finanzielle Motive angegeben, vor allem „Geld sparen“ sowie „den eigenen Bedarf kostengünstig decken“. Mehrere Befragte nennen auch den Aspekt, ein gutes, hochwertiges Angebot (zum Beispiel, hochwertige Kleidung, eine Ferienwohnung in guter Lage) zu niedrigen Preisen zu bekommen.

„Im Prinzip geht es auch hier darum, die eigenen Kosten zu minimieren, quasi das eigene Auto so oft wie möglich stehen lassen zu können. Das ist eigentlich der Hauptgrund [für die Nutzung von flinc].“

An zweiter Stelle werden praktische Motive genannt, vor allem die schnelle, komfortable oder unkomplizierte Deckung eigener Bedarfe.

„Ich besitze kein Fahrzeug und nutze Drivy im Prinzip in dem Moment, wenn ich kurzfristig irgendwelche Belange habe, irgendwas transportieren muss oder ein Auto halt mal brauche.“

Des Weiteren beziehen sich Nachfrager/innen häufig auf die Besonderheiten der Peer-to-Peer Sharing-Angebote, die klassische Unternehmen in dieser Form nicht bereitstellen (können), insbesondere:

- Waren, die im klassischen Handel nicht mehr verfügbar sind (*„Oder man hat auch die größere Auswahl auch auf Produkte, die so im Handel nicht mehr vorhanden sind, weil sie ausverkauft sind oder weil die Kollektion nicht mehr aktuell ist.“* (Kleiderkreisel)),
- Angebote mit attraktiven Ausstattungsmerkmalen oder besonderen „Zusatz-Services“ (*„Es ist aber auch der Aspekt, wie kann ich mich in den Räumlichkeiten aufhalten, wie wohl fühle ich mich da drin, bin ich auf einem Hotelzimmer mit einem Doppelbett beschränkt oder habe ich auch eine Küche, kann ich mich selbst verpflegen.“* (Wimdu)),
- Flexiblere Anbieterzeiten als klassische Autovermietung (Drivy).

Die Nutzer/innen von flinc betonen den hohen persönlichen Nutzen gegenüber anderen Mobilitätsvarianten (*„stressfreier zur Arbeit kommen“, „Zeitersparnis gegenüber ÖPNV oder Bahn“, „Austausch mit Kolleg/innen auf dem Weg zur Arbeit“*).

Die Nachfragenden nennen ähnliche soziale Motive wie die Anbietenden: den Aspekt, mit unterschiedlichen Menschen in Kontakt zu treten und sich auszutauschen sowie neue Menschen kennenzulernen. *„Das ist auch sympathisch, die Frauen sind in der gleichen Altersklasse ungefähr, dann guckt man mal ins Forum rein oder sieht was andere tragen und verkaufen, anbieten. Ist auch interessant sich da aufzuhalten, weil es eine angenehme Atmosphäre da ist.“* (Kleiderkreisel)

Ökologische Motive beziehen sich auch bei den Nachfragenden auf das Einsparen von Ressourcen und die Vermeidung von Neuproduktion; werden aber nur von wenigen Befragten genannt.

3.5.2 Auslöser für die Nutzung

Des Weiteren wurde die Frage gestellt, was die erstmalige Nutzung der Peer-to-Peer Plattform auslöste und wie die Befragten auf die Plattform aufmerksam wurden. Auffällig ist hierbei, dass sich die Antworten plattform- und rollenübergreifend ähneln. Große Unterschiede gibt es weder zwischen Anbietenden und Nachfragenden, noch beim Vergleich der Plattformen – mit Ausnahme

von Kleiderkreisel, da die Plattform nach Aussage der Nutzenden stark von Mundpropaganda profitiert.

Art der Kenntnisnahme von der Plattform

Eine häufige Antwort auf die Frage, wie die Nutzenden auf die jeweilige Plattform aufmerksam wurden, ist die **persönliche Weiterempfehlung** im Freundes- und Bekanntenkreis. Hier sticht vor allem Kleiderkreisel heraus.

„Meine Schwester hat mir dann Kleiderkreisel empfohlen.“ (Kleiderkreisel)

„Dann hat [eine Freundin] mir davon erzählt gehabt, daraufhin habe ich mich angemeldet.“ (Kleiderkreisel)

„Das war Mundpropaganda.“ (flinc)

Die aktive **Online-Suche** nach einer Plattform, die den Bedürfnissen der Nutzenden entspricht, spielt ebenso eine Rolle.

„Ich habe letztes Jahr geguckt bei Google und da habe ich eingegeben „Autovermietung privat“, die waren da ja noch neu in Deutschland.“ (Drivy)

„Ich habe Google angeschmissen und habe nach Mitfahrzentralen gesucht.“ (flinc)

Ebenfalls erwähnt wird **Werbung** in TV und Internet, bei letzterem vor allem Anzeigen in sozialen Netzwerken und auf Websites.

„[...] ich glaube damals war das durch die sozialen Netzwerke, durch Facebook, dass da eine Anzeige auf der Seite war und ich dann einfach drauf geklickt habe.“ (Kleiderkreisel)

„Ich habe es in der Werbung gesehen und es ist eigentlich das geläufigste.“ (Wimdu)

„[...] ich glaube durchs Fernsehen.“ (Drivy)

Auslöser für die erstmalige Nutzung

Praktische Erwägungen werden häufig als Auslöser aufgeführt. Dies bezieht sich auf die Deckung eines spontan anfallenden Bedarfs, auf erleichterte Abläufe im Alltag sowie auf Zeitersparnis durch die Nutzung einer Plattform.

„Ich habe einfach geschaut, was es gibt, weil ich mein Auto nicht mehr so oft brauche für den Zweck, für den ich es eigentlich mal gekauft habe. Ich wollte es aber auch nicht hergeben und bin dann eben auf die Seite gestoßen, habe mir das dann durchgelesen, ausprobiert und es hat dann gleich geklappt.“ (Drivy)

„Ja, das Auto habe ich verkauft dann. Dann habe ich ja keins mehr gehabt, dann musste man nach Alternativen gucken.“ (Drivy)

„Ich glaube da war ich irgendwie urlaubsmäßig unterwegs oder wollte buchen und habe dann festgestellt die Hotels sind alle ausgebucht. Dann haben wir von Couchsurfing schon mal gehört gehabt und ich glaube durch Zufall, also wie ich direkt drauf gestoßen bin, wir sind eben auf das Wimdu-Portal gestoßen und dort dann als Gast gebucht.“ (Wimdu)

Ein mehrfach genannter Auslöser ist der **finanzielle Anreiz**. So werden die Peer-to-Peer-Angebote gegenüber den konventionellen Angeboten als günstiger wahrgenommen.

„Ich bin darauf gekommen über irgendeine Internetseite, weil man sich viel Geld sparen konnte.“ (Kleiderkreisel)

„[...] und dann sind wir auf Wimdu gegangen und haben geschaut, ob es da eine günstige Ferienwohnung gibt und dann sind wir fündig geworden.“ (Wimdu)

Ebenfalls erwähnt wird **Neugierde** als ausschlaggebender Faktor für die erstmalige Nutzung.

„Das war einfach, dass ich die Seite entdeckt habe und das spannend fand und sehen wollte wie das funktioniert.“ (Kleiderkreisel)

„Es war tatsächlich dieses Gespräch, mir die Plattform anzugucken und zu sagen, gute Methode und die Bedingungen waren auch gut und Wimdu als junges Start Up-Unternehmen damals war spannend. Es war auch spannend zu gucken, wie benehmen die sich auf dem Markt und wird das überhaupt etwas.“ (Wimdu)

Eine Person äußert explizit **umweltpolitische Gründe** als Auslöser für die Nutzung.

„Die Gründe für mich sind erst mal die politische Sache. Das heißt, ich habe jahrelang alleine gependelt von Wiesbaden nach Frankfurt und dann gab es so einen Knackpunkt, das war vor drei Jahren, da war in Wiesbaden die Bürgermeisterwahl, da hatte ich mich ein bisschen engagiert, weil ich einen der Kandidaten kannte persönlich und da habe ich zum ersten Mal von diesem Konzept gehört, auch von flinc, und habe das als Benefit aus der Sache mitgenommen, dass ich das mal ausprobiert habe. Aus dem Gedanken heraus, davon wegzukommen, dass man ganz alleine immer fährt, sondern bewusst für die Umwelt was tut. Das ist der Hauptgrund.“ (flinc)

3.5.3 Hemmnisse für die Nutzung

Die Hemmnisse, die einer Nutzung von Peer-to-Peer-Angeboten entgegenstehen, unterscheiden sich in Bezug auf die Möglichkeit des Anbietens oder Nachfragens. Bezogen auf das **Anbieten** von Objekten beziehungsweise Services wurden von den Befragten am häufigsten Zweifel bezüglich der Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit der Nachfragenden beziehungsweise Mieter/innen genannt. Unsicherheiten bestehen vor allem bezüglich des Aspektes, ob Nachfragerde/Mieter/innen das Mietobjekt (Auto/Wohnung) gut und pfleglich behandeln und ob die Personen, mit denen man teilt, tatsächlich vertrauenswürdig sind.

„Ich weiß ja nicht, wie die anderen dann damit [mit dem Auto] fahren, wie die damit umgehen, was die da so machen.“ (Drivy)

„Ich bin eine Frau, ich hätte ein bisschen Bedenken, einen Mann, den ich nicht kenne, im Auto mitzunehmen. Bei einem Mann würde ich auch anhand von guter Bewertung, wenn ich ihn nicht kenne, würde ich ein bisschen Vorbehalte haben. Klar, flinc ist schon eine geschützte Plattform und die Personen geben ihre Daten und alles, aber das Internet ist doch nicht so ganz durchschaubar. Da kann man sich auch mit falschen Daten einloggen und falsche Daten angeben. Es ist nicht jeder ehrlich.“ (flinc)

Einige Interviewpartner/innen können sich das Teilen (insbesondere der eigenen Wohnung) nicht vorstellen, da sie ihre Privatsphäre Fremden gegenüber nicht öffnen möchten.

„Jetzt direkt meine erste Wohnung würde ich nicht vermieten, weil so viele private Dinge darin sind.“ (Kleiderkreisel)

Als weiteres Hemmnis für eine (verstärkte) Nutzung von Peer-to-Peer Plattformen wird der hohe zeitliche Aufwand, der mit der Bereitstellung der Angebote verbunden ist, genannt (insbesondere bei der Vermietung von Wohnungen). Auch wird von einigen Interviewpartner/innen bezweifelt, ob sich eine Angebotsbereitstellung über eine Peer-to-Peer Plattform tatsächlich rentiert

„Aber ob das [Vermieten des eigenen Autos bei Drivy] einem jetzt wirklich Entlastung bringt? Es geht ja darum, dass man sich auch die Versicherungskosten und den Unterhalt einspart; ob das dann was bringt, kann ich mir jetzt gar nicht vorstellen.“ (Drivy)

Einige Teilnehmer/innen sehen darüber hinaus auch keinen finanziellen Bedarf, über das Teilen oder Vermieten von Dingen Geld hinzuzuverdienen.

Einen weiteren hemmenden Faktor stellt die Unsicherheit bezüglich der Rechtslage (insbesondere im Bereich Übernachten) dar.

„[Mit Plattformen wie Airbnb] habe ich jetzt noch keine Erfahrungen. Ich kenne zwar jemanden, der seine Wohnung untervermietet, aber ich habe auch schon gehört, dass es in manchen Städten schon verboten ist, beziehungsweise, dass man es privat nicht weitervermieten darf wegen dem Wohnungsmangel. Da muss man dann natürlich schon schauen, das ist schwierig.“

Auf Seiten der **Nachfragenden** wurde als häufigstes Hemmnis der fehlende Bedarf genannt, beziehungsweise geäußert, dass Bedarfe (zum Beispiel das Auto für den Weg zur Arbeit, Ferienwohnung im Urlaub, benötigte Dienstleistungen) auf anderem Wege abgedeckt werden (zum Beispiel durch eigenen Auto-Besitz, gewerbliche Anbieter).

Daneben wurden auch von den Nachfragenden Unsicherheiten bezüglich der Sicherheit der Angebote und der Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit der Anbietenden genannt. *„Es gibt viele Leute, die sagen, die da einfach nichts teilen wollen. Für die ist das einfach nichts, irgendwo bei einem Fremden mitzufahren oder einen Fremden mitzunehmen.“ (flinc)*

Als weiteres Hemmnis wurde der organisatorische beziehungsweise zeitliche Aufwand (insbesondere in den Bereichen Mobilität und Übernachten) gesehen.

„Man muss sich auch so überall hinbewegen können, um die Autos zu holen. Man muss sich dann mit den Leuten unterhalten, mit denen schreiben, abklären. Ist dann halt aufwändiger, als wenn man sein eigenes Auto hat. Da steigt man dann einfach ein und kann losfahren.“ (Drivy)

Weitere nutzerseitige Hemmnisse:

- Fehlende Flexibilität (zum Beispiel bei Mitfahrgelegenheiten, bei denen Mitfahrende von der Planung des/der Fahrer/in abhängig sind)
- Fehlende Erwartungssicherheit (Übernachten, Mobilität): Bekommt man tatsächlich die gewünschte Qualität (Übernachten)? Gibt es an meinem Wohnort tatsächlich ein entsprechendes Angebot für meinen Bedarf (Mietauto, Mitfahrgelegenheit)? *„Und die größeren Strecken, da verwende ich mein Auto, weil wofür habe ich es. Und da kann ich mir auch vorstellen, dass da der Userkreis nicht so groß ist, dass gerade diese Fahrt die ich da suche, angeboten wird im System.“ (flinc)*

- Qualität/Hygiene (Kleidung)
- Fehlende Bekanntheit der Angebote (allgemein)
- Konsumgewohnheiten und festgelegte Alltagsorganisation (allgemein)

3.6 Nutzungspotenziale

Wie in Kapitel 2 dargelegt, wurden die Interviewpartner/innen der Gruppe Erfahrene über die Praxispartner ausgewählt, das heißt zentrales Rekrutierungsmerkmal war die Erfahrung mit einer der Peer-to-Peer Sharing Plattformen Kleiderkreisel, Drivy, flinc oder Wimdu. Einen Interviewschwerpunkt bildete die Frage nach den Erfahrungen mit der jeweiligen Plattform. Darüber hinaus wurden die Interviewpartner/innen auch gefragt, welche weiteren Peer-to-Peer Sharing-Dienste sie kennen, ob beziehungsweise welche Erfahrungen sie mit anderen Plattformen gemacht haben und ob sie sich vorstellen können, diese zukünftig zu nutzen.

Die Hälfte der befragten Erfahrenen nutzt nur eine Peer-to-Peer Sharing-Plattform. Das heißt, obwohl (wie im vorangegangenen Kapitel gezeigt wurde) die Erfahrungen mit dieser Plattform insgesamt positiv sind, haben sie die Nutzung von Peer-to-Peer Sharing bisher nicht auf andere Lebensbereiche ausgeweitet. Als häufigster Grund dafür wird von den Befragten der fehlende Bedarf genannt. Einigen Interviewpartner/innen waren keine anderen Peer-to-Peer Sharing-Plattformen bekannt. Dennoch stehen die meisten Befragten der Idee des Sharing aufgeschlossen gegenüber und können sich vorstellen, in Zukunft auch andere Peer-to-Peer Sharing-Angebote auszuprobieren und zu nutzen.

Die andere Hälfte der befragten Erfahrenen nutzt mindestens zwei Peer-to-Peer Sharing-Plattformen. Am häufigsten wurden Dienste aus den Bereichen Übernachten (Airbnb) und Mobilität (Mitfahrgelegenheit) genannt. Innerhalb dieser Gruppen können einige Personen identifiziert werden, die sich dadurch auszeichnen, dass sie drei oder mehr Peer-to-Peer Sharing-Plattformen intensiv nutzen. Darüber hinaus kennen sie weitere Sharing-Dienste und können sich gut vorstellen, die Praktik des Sharing auch auf weitere Konsum- und Lebensbereiche auszudehnen.

4 Befunde der Interviews mit „Unerfahrenen“

Die Gruppe der Unerfahrenen umfasst Personen, die über private Kontakte des Projektteams für die Interviews angefragt wurden, und Personen, die über das Internetportal Utopia rekrutiert wurden (siehe Kapitel 2). Die Auswertungen zeigen, dass insbesondere die über Utopia rekrutierten Teilnehmer/innen eine vergleichsweise hohe Affinität zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen aufweisen. Insofern muss teilweise eine besondere Sicht auf die Sharing Economy beziehungsweise das Peer-to-Peer Sharing angenommen werden.

Einen Schwerpunkt der Befragung mit Unerfahrenen bildeten die Nutzungspotenziale und in diesem Zusammenhang auch potenzielle Motive und Hemmnisse. Darüber hinaus wurde auch nach den allgemeinen Einstellungen und Einschätzungen des ökologischen und sozialen Mehrwerts von Peer-to-Peer Sharing gefragt.

4.1 Begriffsverständnis und bekannte Beispiele der Sharing Economy

Die Mehrheit der befragten Unerfahrenen hat den Begriff „Sharing Economy“ (ungestützt) schon einmal gehört und eine **Vorstellung** davon, was er bedeutet. Meistens werden damit Konsumpraktiken wie Teilen und Verkaufen in Verbindung gebracht oder Anwendungsbeispiele wie Tauschbörsen oder Carsharing beschrieben.

„Dass man sich verschiedene Dinge des Alltags teilen kann.“

„Ich verbinde damit, dass man Gegenstände nicht für den eigenen persönlichen Bedarf kauft, sondern dass man sie in einer kleinen oder größeren Gemeinschaft teilt.“

„Ja, vor allem in Verbindung mit Carsharing. Vorher war es mir noch nicht so bewusst, aber seit es Carsharing gibt und man auch die Autos auf den Straßen sieht, ist mir auch Sharing an sich ein Begriff.“

Einige wenige bringen die Sharing Economy auch mit dem (informellen oder organisierten) Teilen von persönlichen Kompetenzen und Fertigkeiten in Verbindung.

„Da ich viele Jahre bei der Kirche arbeite, ist das ein bisschen das, was wir mit diesen Tauschringen haben, dass Leute im Grunde ihre Talente gegen andere Talente eintauschen oder Gegenstände gegen andere Gegenstände eintauschen.“

Mit Blick auf die Zuordnung konkreter Praktiken zur Sharing Economy haben die Befragten teils unterschiedliche Ansichten. Am geläufigsten ist das „Teilen“ (siehe oben). Vereinzelt werden aber auch Praktiken ohne Gegenleistung wie das „Verschenken“ zur Sharing Economy gezählt oder eine eher kritische Perspektive auf die Sharing Economy und die fehlende Abgrenzung des „Teilens“ zu herkömmlichen Mietangeboten eingenommen.

„Ich muss ehrlich sagen, dass ich noch nicht so ganz verstehe was der Teilen-Aspekt daran ist, weil man für die meisten Sachen Geld zahlt. Für mich sind das eher Mietangebote.“

Einzelne Befragte sind mit den internetgestützten Angeboten wenig vertraut und beziehen sich eher auf klassische, stationäre Angebote, wie etwa Second-Hand-Läden oder Bibliotheken, beziehungsweise sehen die neueren Angebote als Weiterentwicklung etablierter Leih- und Mietkonzepte.

„Was wirklich so unter diesem Fachbegriff Sharing Economy verstanden wird, weiß ich nicht. Was mir einfällt, das ist der Bereich Kleidung, quasi im Second Hand-Markt, wo du ähnlich wie in einer Leihbibliothek Bücher ausleihst.“

„Mir ist dazu noch eingefallen, dass ja im Prinzip auch meine ganz normale Stadtbücherei, wo das eben kostenlos erfolgt oder mit einem kleinen Mitgliedsbeitrag, im Prinzip auch schon ein ganz altes Angebot in diese Richtung ist.“

Lediglich zwei Teilnehmer/innen gehen in der ersten und explorativen Interviewphase auf den Zusammenhang zwischen Sharing beziehungsweise der Sharing Economy und Nachhaltigkeitsaspekten ein. Neben der direkten Nennung des Begriffs „Nachhaltigkeit“ weisen sie auf die Möglichkeiten der Ressourcenschonung und Sparsamkeit hin.

„Dass man aus Gründen der Nachhaltigkeit oder um Ressourcen zu schonen, eben zunehmend Dinge miteinander teilt oder verkauft auf bestimmten Plattformen, dass man tauscht, verschenkt, eventuell repariert in Repair Cafés oder Autos mietet für eine bestimmte Zeit um kein eigenes Auto anschaffen zu müssen.“

„Eine Art Sparsamkeit und Nachhaltigkeit – also ich finde, es macht auch aus diesen Gründen Sinn.“

Unter den Personen, denen der Begriff der Sharing Economy bekannt ist, nennen auf die Frage nach konkreten **Beispielen** und bekannten Angeboten viele Carsharing. Einigen sind Tauschbörsen, Foodsharing oder die Plattformen Airbnb und Kleiderkreisel bekannt. Seltener werden als Beispiele Werkzeug-Sharing, Mitfahrgelegenheiten, Bike-Sharing, Repair Cafés und konkrete Angebote wie Uber, Ebay oder Couchsurfing angeführt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten:

- Die meisten verstehen unter Sharing das Teilen von Dingen.
- Das mit Abstand bekannteste Angebot der Sharing Economy ist Carsharing. Ansonsten decken die bekannten Praxisbeispiele ein recht breites und heterogenes Feld ab, zu denen sowohl Angebote für die verlängerte als auch die intensivere Nutzung zählen.
- Nur ein geringer Anteil der befragten Unerfahrenen verbindet den Begriff der Sharing Economy auf Anhieb mit Nachhaltigkeit.

Die ungestützten Aussagen vermitteln ganz allgemein den Eindruck, dass die Sharing Economy überwiegend positiv eingeschätzt wird – ausführlichere Analysen zu den Einstellungen erfolgen im nächsten Kapitel.

4.2 Einschätzungen und Einstellungen gegenüber Peer-to-Peer Sharing

Die Interviewteilnehmer/innen wurden gebeten, ihre Einstellungen gegenüber dem Prinzip des internetgestützten und über Dritte vermittelten Peer-to-Peer Sharing beziehungsweise konkreten Angeboten für Peer-to-Peer Sharing darzulegen. Zuvor wurden sie durch den Interviewer über das im Projekt zu Grunde gelegte Verständnis von Peer-to-Peer Sharing beziehungsweise den Untersuchungsgegenstand informiert.⁶ In diesem Zusammenhang wurde explizit nach Einstellungen und Einschätzungen zu den ökologischen und sozialen Auswirkungen von Peer-to-Peer Sharing gefragt. Die Befunde sind in den folgenden Abschnitten dargestellt.

4.2.1 Allgemeine Einschätzungen zu Peer-to-Peer Sharing

Nach ihrer allgemeinen Einschätzung gefragt, bezeichnen alle Befragten die Idee des Peer-to-Peer Sharing grundsätzlich als **positiv**. Die Beurteilungen variieren leicht – von „sehr gut“ bis „prinzipiell gut“ oder „interessant“.

⁶ Allerdings ist nicht auszuschließen, dass die Befragten auch andere Angebote und Konzepte der Sharing Economy als Peer-to-Peer Sharing im Sinn haben, wenn sie sich zu positiven und negativen Aspekten äußern.

Diese zustimmende Haltung wird durch vielfältige Nutzensvorteile begründet. Zunächst ist die bessere Auslastung vorhandener Ressourcen in Folge von Peer-to-Peer Sharing für einige Befragte überzeugend. An dieser Stelle werden häufig auch positive Effekte für die Umwelt angeführt, beispielsweise durch Müllvermeidung oder Ressourcenschonung. Ferner wird Peer-to-Peer Sharing von manchen als attraktiver Gegenentwurf zu Massenkonsum und Verschwendung gesehen.

„Ich finde die Idee des Teilens, also dass man einem Gebrauchsgut einen längeren Lebenszyklus dadurch verschafft, dass es mehr Leute nutzen, sehr gut. Weil man dadurch auch vermeidet, dass einfach zu viel von allem produziert wird.“

Ebenfalls von Bedeutung ist der Aufbau persönlicher Kontakte und die Gelegenheit neue Menschen kennenzulernen. Einzelne geben an, dass sie mit der Weitergabe von Dingen, die für sie selbst keinen Wert mehr besitzen, anderen eine Freude machen können.

„Wenn man an den sozialen Aspekt denkt, es bringt Menschen zusammen, es können neue Netzwerke entstehen, neue Kontakte oder Gemeinschaften, eventuell ein synergetischer Effekt auch für andere sozialökologische Themen noch daraus erwachsen.“

„Ja, der nächste positive Aspekt ist natürlich der Kontakt zu den Leuten. Man lernt Leute kennen, man vernetzt sich, es geht raus aus der Anonymität ins Persönliche.“

„(...) meistens ist man ja seiner eigenen Sachen überdrüssig, dann gibt man sie dahin und jemand anderes freut sich noch.“

Auch die möglichen finanziellen Einsparungen durch Peer-to-Peer Sharing werden positiv gesehen. Insbesondere bei Dingen, die in der Anschaffung verhältnismäßig teuer sind, wie beispielsweise Autos, ist der Kostenpunkt überzeugend. Ferner bringen einzelne Befragte praktische Vorteile von Peer-to-Peer Sharing an, wie etwa Platzersparnis und Entlastung von Eigentumspflichten. Auch der Zugewinn an Unabhängigkeit in der Alltagsorganisation, die Bedarfsgerechtigkeit und die Vielfalt der Nutzungsmöglichkeiten spielen in diesem Zusammenhang eine Rolle.

Die Befragten bewerten die Entwicklungen und Auswirkungen des Peer-to-Peer Sharing jedoch nicht ausschließlich positiv, vereinzelt fallen auch **kritische Äußerungen**. Als allgemein bedenkenswerte Entwicklung wird von einer Person die zunehmende Kommerzialisierung des Peer-to-Peer Sharing und die mangelnde Abgrenzung zu herkömmlichen Mietangeboten bewertet, die sich in einem abnehmenden sozialen Mehrwert manifestieren. Ferner wird die Gefahr gesehen, dass sich bestehende Arbeits- und Sozialstandards im Zuge der Verbreitung des Peer-to-Peer Sharing auflösen und notwendige Kontrollen ausbleiben.

„Es sollte da nicht ein rechtsfreier Raum entstehen, sondern das muss in irgendeiner Form kontrolliert werden (...) Und dafür ist es eben wichtig, dass man sich mit diesen Themen auseinandersetzt, um dann eben da auch den notwendigen Gesetzesrahmen schafft.“

„In vielen Fällen gibt's dann auch negative Entwicklungen, dass eben bestehenden Geschäftsfeldern Konkurrenz gemacht wird. Das ist ja im Prinzip nicht schlecht, nur finde ich das eben wichtig, dass bestehende Errungenschaften was Arbeitsrechte angeht, dass die geschützt bleiben, also dass da jetzt nicht praktisch eine zweite Wirtschaftsform entsteht, die über solche Dinge hinweg geht. Einfach, weil keiner da ist, der das kontrolliert. Es sollte da nicht ein rechtsfreier Raum entstehen (...)“

Vereinzelt wird die Befürchtung formuliert, dass die geteilten Güter Schaden nehmen und folglich Konflikte und Komplikationen entstehen könnten

Als spezifische Risiken oder kritische Aspekte einzelner Angebote werden zum Beispiel mögliche Qualitätseinbußen der etwa bei Kleiderkreisel getauschten oder gekauften Kleidung gesehen oder die – im Vergleich zu konventionellen E-Commerce-Angeboten – eingeschränkten Verbraucherrechte (zum Beispiel keine Rückgabegarantien). Bei der Nutzung von Vermittlungsplattformen für Unterkünfte wie Wimdu oder Airbnb werden vor allem Eingriffe in die Privatsphäre und der große Vertrauensvorschuss angesprochen. Angebote im Bereich der Mobilität versprechen nach Einschätzung einiger Befragter nicht dieselbe Praktikabilität und Flexibilität im Alltag wie die Nutzung des privaten Fahrzeugs.

4.2.2 Einschätzungen der ökologischen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing

Grundsätzlich scheint sich die Mehrheit der befragten Unerfahrenen der negativen Auswirkungen gegenwärtiger Produktions- und Konsummuster auf die Umwelt bewusst zu sein. Ressourcenübernutzung und Wegwerfkultur scheinen grundsätzlich im Problembewusstsein der Befragten verankert zu sein.

Einzelne hinterfragen diese Praktiken in ihren Interview-Aussagen zum Teil sehr deutlich.

„Weil ich das schon durchaus kritisch sehe, wenn sozusagen von Allem so ein gewisser Überfluss produziert wird, der dann vielleicht überhaupt nicht benötigt wird und am Ende dann relativ ungebraucht auf dem Müll landet und eigentlich ein ziemlicher Leerlauf entsteht an Produkten und auch an Ressourcen, also aus der Perspektive effizienterer Ressourcennutzung.“

Demgegenüber überwiegen die positiven Einstellungen zum Peer-to-Peer Sharing, etwa als gegenläufige Entwicklung zu den als problematisch eingestuften bestehenden Verhältnissen. Alle Unerfahrenen können sich vorstellen, dass Peer-to-Peer Sharing (grundsätzlich) positive Auswirkungen auf die Umwelt hat. Am häufigsten wird der Aspekt der **Ressourcenschonung** beziehungsweise Ressourceneffizienz genannt. Konkret werden in diesem Zusammenhang von Einzelnen Einsparungen von Energie, Wasser, Abfällen, Emissionen und Transportwegen als positive Wirkungen von Sharing genannt.

„Wenn man es erst mal von der positiven Seite beleuchtet, dann würde ich schon denken, dass es in vielfacher Hinsicht umweltschonend ist, weil man natürlich nicht so verschwenderisch mit Ressourcen umgeht, (...)“

„(...) dass es in vielen Sachen ressourcensparend ist, weil dann nicht unbedingt in drei Haushalten drei Bohrmaschinen rumstehen müssten, stattdessen nur eine.“

Weitere Annahmen positiver Umwelteffekte durch Peer-to-Peer Sharing sind zudem **Überflussvermeidung** und Produktionsrückgang. Mehrere Befragte gehen davon aus, dass Peer-to-Peer Sharing zu weniger Neuanschaffungen führt, indem vorhandene (insbesondere selten gebrauchte) Ressourcen intensiver und/oder gemeinschaftlich genutzt werden. Als konkretes Beispiel nennt ein/e Befragte/r die Weitergabe von Kinderkleidung im Bekanntenkreis. Ein/e andere/r Befragte/r thematisiert (ungestützt) das Problem der **geplanten Obsoleszenz**.

„Wenn ich zum Beispiel Werkzeug-Sharing nehme hat das Einfluss auf die Produktion. Es wird eben weniger Material gebraucht, weil bestehende Produktionen intensiver genutzt werden, geteilt werden und im Endeffekt weniger produziert werden muss, so dass es im besten Fall zu Rohstoffeinsparungen kommen kann.“

„Vor allem weil dann auch viele Sachen nicht mehr produziert werden, die preislich so gestaltet sind, dass eine hohe Lebenserwartung von dem Gegenstand gar nicht erst erwartet wird.“

Etwa die Hälfte der Befragten kommt bei der Frage nach den ökologischen Wirkungen von sich aus auf das Thema Carsharing zu sprechen und vermutet – wenn auch eher unspezifisch – **Umweltentlastungseffekte** durch die geteilte Fahrzeugnutzung sowie vereinzelt auch eine Reduktion der Fahrten durch einen Rückgang des Pkw-Besitzes.

„Dann ist das ja natürlich wieder ein positiver Effekt, wenn fünf Leute in einem Auto fahren und nicht fünf Leute in fünf Autos fahren.“

„Wenn wir das Beispiel Carsharing nehmen, kann ich mir vorstellen, wenn es sich etabliert, breit genutzt wird, dann kann ich mir vorstellen, dass es einen positiven Einfluss auf die Umwelt hat. Klar, wenn weniger Autos gefahren werden, mehr Leute die kleinere Anzahl an Autos benutzen, dann hat es einen positiven Effekt auf die Umwelt. Weniger Umweltbelastung bei gleichbleibender Frequentierung.“

Nur wenige verbinden negative ökologische Wirkungen mit Peer-to-Peer Sharing im Sinne von Rebound-Effekten. Eine Person kritisiert beispielsweise den Versand von getauschten Gütern sowie indirekt Transport- und Lieferwege am Beispiel des Praxispartners Kleiderkreisel. Eine weitere Person gibt zu bedenken, dass eine aus dem Peer-to-Peer Sharing resultierende Nutzungsintensivierung von Gütern auch deren Verschleiß erhöhen kann, was wiederum häufigeres Nachkaufen erforderlich macht.

„Aber nachteilig ist ja generell, wenn man auch in Internetplattformen bestellt und so weiter, die Sachen müssen ja geliefert werden, je nachdem woher man die Sachen bestellt, ist das natürlich dann eher negativ für die Umwelt zu bewerten.“

„Auf der anderen Seite weiß ich auch nicht, wie der Verschleiß dann ist, ob dann, wenn das öfters benutzt wird, der Verschleiß vielleicht auch höher ist und man wieder was Neues besorgen müsste.“

Ein/e Befragte/r skizziert auf die Frage nach den ökologischen Auswirkungen (ungestützt) die Problematik von **additivem Konsum** als Folge von Peer-to-Peer Sharing.

„Die Frage ist, was machen die Leute, wenn sie sich so ein Produkt irgendwo ausleihen? Leihen sie es sich aus, weil sie zum Beispiel sparen wollen und dann was Anderes kaufen. (...) Man hat sicherlich noch Güter, die man dann trotzdem exklusiv besitzen möchte und teilt dann zum Beispiel Sachen damit man sich dafür von was Anderem mehr kaufen kann. Dann erübrigt sich dieser Nutzen eigentlich so ein bisschen.“

4.2.3 Einschätzungen der sozialen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing

Auch bei den sozialen Auswirkungen von Peer-to-Peer Sharing überwiegen eindeutig die positiven Einschätzungen. Nahezu alle befragten Unerfahrenen gehen davon aus, dass Peer-to-Peer Sharing grundsätzlich positive soziale Effekte hat. Lediglich eine Person sieht gar keine positiven sozialen Auswirkungen und unterstellt ausschließlich ökonomische Nutzungsmotive (*„Nein, weil schon der Gedanke davon ökonomisch ist.“*). Kontakte pflegen, neue Leute kennenlernen, Netzwerk- und **Gemeinschaftsbildung** werden von den Befragten am häufigsten als erwartete soziale Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing genannt. Damit verbunden werden insbesondere Merkmale

wie gegenseitiger Austausch und Kommunikation. Auch „gutes Miteinander“ („(...) *das ist dieses Miteinander, der Eine denkt an den Anderen*“), „Gleichgesinnte treffen“ und „Synergiebildung“ sind aus Sicht der Befragten positive Auswirkungen der Sharing-Praxis. Attribute wie „persönlich“ und „nicht anonym“ werden in diesem Zusammenhang häufig erwähnt.

„Na klar. Es entsteht ja ein ganz neues soziales Netzwerk und da können Freundschaften und ein gutes Miteinander entstehen. Es sind ganz neue Kreise, in die man unter Umständen reinkommt.“

„Ich halte davon grundsätzlich sehr viel, weil gerade in den Städten, wo es sonst ja immer anonym wird, dadurch teilweise Kontakte entstehen, die sonst nicht zustande kommen würden.“

Vereinzelt wird in der Sharing-Praxis eine soziale wie **persönliche Bereicherung** gesehen und davon ausgegangen, dass durch Gemeinschaftserfahrung ein neues Bewusstsein und Verhalten im Umgang mit den Mitmenschen, aber auch mit Ressourcen, entstehen kann.

„(...) dass es gemeinschaftsbildend wirkt und sich das Bewusstsein dahingehend ändert... also dass sich eine gewisse Eigendynamik entwickelt hinsichtlich des Umgangs mit den Sachen, dass man auf einmal guckt, dass die instand gehalten werden (...).“

„Ich kann mir schon vorstellen, dass das sehr interessant ist, wenn man da ein bisschen über den Tellerrand guckt, auch von der Kommunikation und Interaktion her, dass man da schon bereichert wird. Weil man sich nicht mehr so um sich selbst dreht, sondern auch andere Leute wahrnimmt und deren Hilfe in Anspruch nimmt. Das finde ich eigentlich einen ganz guten Gedanken.“

Auch **soziale Inklusion** wird vereinzelt mit dem Peer-to-Peer Sharing-Begriff in Verbindung gebracht. So werden als weitere soziale Effekte Familienfreundlichkeit (z. B. das Tauschen und die Weitergabe von Kinderkleidung – kostenlos oder zu günstigen Preisen) und der Zugang zu Gütern und Ressourcen für Personen mit begrenzten finanziellen Möglichkeiten genannt. Vereinzelt geht ein Teil der Befragten auch von Vorteilen für ältere Menschen aus, die durch Peer-to-Peer Sharing Kontakte knüpfen und idealerweise von der Einbindung in eine Gemeinschaft profitieren können. Eine Person sieht insbesondere in der Erweiterung des Sharing-Begriffs um die Komponente „Schenken“ einen möglichen sozialen Mehrwert für benachteiligte Gruppen (zum Beispiel Flüchtlinge).

„Wenn man das Sharing vielleicht noch erweitern würde um den Punkt „schenken“, dass man da nicht nur leihen, tauschen, teilen, verkaufen, sondern auch schenken mit dazu nehmen würde. Denn da denke ich auch vor allem an Fertigkeiten, an Kompetenzen, an Zeit, in den sozialen Bereich hinein, zum Beispiel Zeit schenken, jemandem, gerade Ältere, Kranke oder eben Flüchtlinge, die zu uns ins Land kommen (...).“

Einige wenige Befragte äußern sich auch kritisch bezüglich der sozialen Auswirkungen von Sharing. Eine Person empfindet beispielsweise den beim Peer-to-Peer Sharing erforderlichen Kontakt mit Fremden als „anstrengend“. Vereinzelt wird der Sharing-Praxis eher ein pragmatischer denn ein sozialer Mehrwert zugesprochen, etwa wenn es um Kleidertausch geht:

„Also, ich glaube, dass das für mich eher ein Nebeneffekt wäre. Wenn ich losgehe und nach Kleidung suche, dann suche ich ja in erster Linie nach Kleidung und nicht nach sozialen Kontakten.“

4.3 Nutzungspotenziale

Entsprechend der Rekrutierungsvoraussetzungen verfügen die Unerfahrenen über keine oder erst wenige Erfahrungen mit Peer-to-Peer Sharing. Gleichwohl zeigt die Befragung, dass es vielfältige Anknüpfungspunkte zu Peer-to-Peer Sharing im Alltag der Befragten gibt. So sind sie mehrheitlich in der Lage, die Grundidee des Peer-to-Peer Sharing wiederzugeben und Beispiele aus der Praxis zu nennen (siehe Kapitel 4.1). Einige verweisen auch auf Erfahrungsberichte durch Freunde und Bekannte.

Aufgeschlossenheit und Neugier gegenüber Sharing-Angeboten sind bei der großen Mehrheit der Befragten gegeben. Eine Nutzung entsprechender Angebote können sich viele (perspektivisch) vorstellen. Für einige wenige kommt Sharing gegenwärtig (noch) nicht infrage – vorwiegend begründet in einem derzeit eingeschränkten Zugang zu entsprechenden Angeboten oder fehlendem Bedarf. Deutliche Unterschiede in der Nutzungsbereitschaft unter den Befragten lassen sich zwischen den Bewohner/innen ländlicher Regionen und denen aus Städten feststellen. Zudem zeigt sich, dass sich die Mehrheit der Befragten potenziell eher in der Nachfrager/innen-Rolle, denn in der Anbieter/innen-Rolle sieht. Weiterhin würden die meisten Befragten die Angebote professioneller Anbieter/innen gegenüber denen privater vorziehen, sobald es um höherwertige Güter geht.

4.3.1 Nutzungsbereitschaft

Nutzungsbereitschaft als Anbieter/in beziehungsweise Nachfrager/in: Für etwa die Hälfte der Befragten ist die zukünftige Nutzung in der Rolle des/der Anbietenden wie auch des/der Nachfragenden vorstellbar. Einzelne sehen sich – zumindest für den Nutzungseinstieg – zunächst eher als Nachfragende.

„Beides. Ich würde wahrscheinlich erst mal als Nachfrager gucken wie das so läuft.“

„Wahrscheinlich eher als Nachfrager. Wenn ich dann denke, dass es sinnvoll ist, wahrscheinlich auch als Anbieter.“

Eine Kausalität besteht zwischen der Nutzungsbereitschaft und dem Wert des geteilten Gutes. Die Mehrheit der Befragten kann sich das Teilen von Alltagsgegenständen im Allgemeinen (zum Beispiel Werkzeuge, Haushaltsgeräte, Kleidung, Bücher) gut vorstellen. Bei höherwertigen Gütern, etwa dem eigenen Pkw oder der eigenen Wohnung, fällt die Bereitschaft zum Teilen deutlich geringer aus.

„Ich könnte mir vorstellen, dass ich zum Beispiel Kleidung anbiete oder verschiedene Handwerkssachen, nützliche Dinge des Alltags, wie ein Mixer. Bei meiner Wohnung könnte ich es mir aber gar nicht vorstellen.“

Vor- und Nachteile professioneller und privater Anbieter/innen: Um die spezifischen Vor- und Nachteile von Peer-to-Peer Sharing gegenüber professionellen Angeboten von Unternehmen an Privatpersonen zu ermitteln (B2C), wurden die Teilnehmenden nach ihrer Meinung zu Vor- beziehungsweise Nachteilen der beiden Sharing-Ausprägungen befragt. Die Mehrheit der Befragten vertraut professionellen Anbietern tendenziell mehr als privaten, insbesondere wenn es sich um höherwertige Sharing-Güter wie Fahrzeuge handelt. Als Vorteil von B2C-Angeboten nennen die Befragten den Aspekt der Absicherung an erster Stelle. Professionelle Angebote scheinen Sicherheitsbedürfnisse in der Wahrnehmung der Befragten grundsätzlich besser zu erfüllen. Ferner sprechen aus ihrer Sicht klare Vertragsverhältnisse und Versicherungsregelungen, Lizenzen und Ga-

rantien, eine vermeintlich höhere Produktqualität sowie regelmäßige Wartung und Reinigung für die Wahl eines professionellen Angebots.

„(...) und ich dann auch gleichzeitig aufgrund des geschäftlichen Vertragsverhältnisses die Möglichkeit habe meine Rechte durchzusetzen, wenn es zum Schadensfall, zum Konfliktfall kommen sollte. Das ist ein Stück Vertrauen in die Institution ‚Gewerbe‘ (...).“

„Bei einem Auto würde ich wahrscheinlich eher auf einen professionellen Anbieter zurückgreifen, weil mir sehr wahrscheinlich wichtig wäre, dass gewährleistet ist, dass das Auto regelmäßig gewartet wird, dass es auch funktioniert und so. Da hätte ich den Eindruck, dass sozusagen im kommerziellen Rahmen mehr Sorge getragen wird (...).“

„Das mag einfach nur ein Trugschluss sein, aber man denkt halt die Firmen warten und pflegen die Autos besser als ein Privater.“

Weitere wahrgenommene Vorteile von B2C-Angeboten sind Verfügbarkeit, hohe Serviceorientierung, Gesetzeskonformität und Unkompliziertheit. Eine Person nennt darüber hinaus Unabhängigkeit als Kriterium.

Für eine andere Person spricht der „Gemeinschaftscharakter“ zwar aus idealistischen Gründen für die Nutzung privater Sharing-Angebote, das professionelle Angebot sei aber dennoch *„einfacher verfügbar und unkomplizierter zu handhaben“* und daher zu bevorzugen. Vereinzelt wird davon ausgegangen, dass private Angebote günstiger als gewerbliche Angebote sind. Allerdings sind die Mehrkosten vertretbar, wenn – wie angenommen – damit mehr Sicherheit verbunden ist. Bei geringwertigen Gütern (genannt werden zum Beispiel Bücher oder Kleidung) ist das Vertrauen in private Anbieter hingegen schon eher gegeben.

Als Vorteile von Peer-to-Peer Sharing im Vergleich zu professionellen Sharing-Angeboten werden von den Befragten geringere Kosten, größere Flexibilität (unter anderem durch persönliche Absprachen), und die freie Wahl der Sharing-Partner angeführt. Auch die Entstehung von Gemeinschaftsgefühl und sozialem Austausch sowie die Möglichkeit als Gegenleistung Gefälligkeiten anzubieten (zum Beispiel Beratungsleistung im Austausch mit einer Massage) sprechen eher für private Angebote.

„Mit Privatpersonen kann ich natürlich sagen, ich suche mir die Leute aus, ich kenne die Leute, die mein Auto dann mitnutzen oder wir teilen uns das, vielleicht sind dann auch die notwendigen Absprachen leichter.“

Nur ein kleiner Teil der Befragten benennt mögliche Nachteile von B2C-Angeboten. Als nachteilig empfindet ein/e Befragte/r etwa die geringe Angebotsverfügbarkeit von gewerblichen Carsharing-Angeboten im ländlichen Raum.

„Ich würde wahrscheinlich von privat, einfach weil das hier näher wäre, weil ich weiß, diese ganzen car2go, Drivy und so weiter, die sind ja alle in der Stadt, das heißt, ich müsste erst mal 15 Kilometer fahren um überhaupt da ein Auto in Empfang nehmen zu können (...).“

Im Vergleich zu professionellen Sharing-Angeboten werden als Nachteile von Peer-to-Peer Sharing an erster Stelle Sicherheits- und Qualitätsbedenken sowie Intransparenz in Bezug auf Verbraucherschutz genannt. Kritisiert wird zudem das Nichtvorhandensein einheitlicher Standards (zum Beispiel Hygiene, Sauberkeit) und Unklarheit im Falle von Reklamationen. Zudem werden beim Peer-to-Peer Sharing eher zwischenmenschliche Konflikte erwartet, zum Beispiel im Schadensfall.

„(...) wenn man sich ein defektes Gerät ausleiht, kann man ja auch schlecht nachweisen, dass man das nicht selber war. Das sind so Kriterien wo ich denke, dass das auch schwierig sein könnte.“

Einschätzung zur Verbreitung von Peer-to-Peer Sharing auf dem Land: Die Nutzungsbereitschaft der Befragten variiert in Abhängigkeit des Wohnorts. Etwa die Hälfte der befragten Unerfahrenen äußert sich (ungestützt) zum Thema Stadt-Land-Gefälle in Bezug auf die Verfügbarkeit und Akzeptanz von Sharing-Angeboten. Die diesbezüglichen Äußerungen stammen von Personen, die auf dem Land beziehungsweise in Kleinstädten wohnen. Fast einhellig schätzen sie Peer-to-Peer Sharing-Angebote insgesamt als primär „stadtauglich“ ein, beziehungsweise sehen sie (noch) keinen Bedarf oder keine relevante Nachfrage im ländlichen Raum.

„Das war halt schon immer so, dass die Städte progressiver sind, dass die Leute da eher für Neues weltoffener sind und ein bisschen schneller die Entwicklung voran geht.“

Zudem sehen sie die praktische Umsetzung auf dem Land als schwierig an. Angezweifelt wird von einigen Befragten insbesondere die Akzeptanz bei der „Landbevölkerung“ aufgrund mentaler Barrieren und besitzorientierter Denkweisen.

„Ja, das liegt dann an den Leuten selbst. Also hier auf dem Land aber auch allgemein ist das so, wenn wir mal bei dem Carsharing bleiben, wenn man selbst Besitzer von einem Auto ist, ist das Auto wie ein kleines Heiligtum.“

Die Idee des Peer-to-Peer Sharing an sich wird von der überwiegenden Mehrheit dennoch als positiv wahrgenommen. Es herrscht aber weitestgehend Konsens darüber, dass es Zeit braucht, bis sich entsprechende Konzepte auf dem Land durchsetzen.

„Ich glaube schon, dass sich das auf Dauer durchsetzen wird, auch im Ländlichen, also dass es irgendwann normal sein wird. Aber im Moment sind wir eher die Nachzügler, während es in den Städten ja schon normal ist.“

„Das [Peer-to-Peer Sharing] betrifft viele Bereiche, das kann man dann nicht nur so auf die Stadt beziehen, ich fände das auch fürs Land interessant.“

Im Großen und Ganzen weckt das Thema Peer-to-Peer Sharing bei den Bewohner/innen ländlicher Regionen Interesse. Auch Nutzungsbereitschaft ist erkennbar. Gravierende Nutzungshemmnisse werden von den meisten in Form schlechter Erreichbarkeit und Verfügbarkeit von entsprechenden Angeboten wahrgenommen.

Befragte aus größeren Städten äußern sich zu diesem Thema nicht.

4.3.2 Motive für potenzielle Nutzung

Die befragten Unerfahrenen nennen eine Vielzahl unterschiedlicher Motive, die für eine Nutzung von Sharing-Angeboten sprechen. Sie unterscheiden darüber hinaus spezifische Anlässe und Lebenssituationen, in denen sie sich Sharing – ganz allgemein sowie bezogen auf die einzelnen Konsumbereiche Mobilität, Übernachten und Kleidung – potenziell vorstellen können. Als **Nutzungsmotive** werden genannt⁷:

- „Geld sparen“ und/oder „Neukäufe (von selten genutzten Gegenständen) vermeiden“

⁷ Die Reihenfolge der Motive entspricht der Häufigkeit der Nennungen.

- Kontakt mit anderen Menschen/neue Kontakte und soziales Miteinander
- Umweltbewusstsein und Ressourcenschonung
- Bedarfs- beziehungsweise bedürfnisgerechte Allokation von materiellen und immateriellen Ressourcen wird als sinnvoll empfunden
- Teilen wird als sinnvoll und praktisch empfunden
- Karitative Motive (zum Beispiel Hilfe für ältere Mitmenschen)
- Generationengerechtigkeit
- Kritik an kapitalistischen Konsumweisen
- Internetaffinität (erleichtert Zugang)
- Absicherung im Alter durch Eingebunden sein in eine teilende Gemeinschaft

Neben den zuvor genannten Motiven nennen die Befragten **Anlässe und Situationen**, in denen sie sich die Nutzung von Peer-to-Peer Sharing-Angeboten vorstellen können, beziehungsweise durch welche (kurzfristig) Bedarf zum Teilen entstehen könnte:

- Entstehen einer konkreten Bedarfssituation oder Notwendigkeit
- Eine Tausch- oder Sharing-Partnerschaft besteht ohnehin, zum Beispiel aufgrund einer gemeinschaftlichen Wohnsituation
- Das Eintreten einer finanziellen Notsituation

Für den Bereich **Mobilität/Carsharing** werden darüber hinaus spezifische Motive und Situationen genannt, die aus Sicht der unerfahrenen Befragten für eine Nutzung entsprechender Angebote sprechen. Bedarfssituationen sehen sie demnach vor allem im Freizeitbereich beziehungsweise bei Non-Routine-Fahrten, etwa für Wochenendausflüge oder spontane Fahrten am Urlaubsort.

„Ich denke, es könnte jederzeit die Gelegenheit entstehen, dass wir solche Angebote auch nutzen würden. Angenommen, man fährt mal irgendwo öffentlich mit dem Zug in eine andere Urlaubsregion und leiht sich dann dort vor Ort ein Auto über so eine Plattform.“

Auch die Vermeidung von Anschaffungs- und Haltungskosten sowie häufige Stehzeiten von Privatfahrzeugen werden als Motive für die Carsharing-Nutzung genannt.

„Es kann ja sein, dass ich nur zweimal die Woche ein Auto brauche und mir das finanziell vielleicht nicht leisten kann oder es einfach auch unsinnig finde, die restliche Zeit auch ein Auto mir dann nur hinzustellen und man ja auch Kosten sich dann teilt. Also die Grundidee dahinter finde ich gut.“

Als weiteren Anlass nennt eine Person die Bildung von Arbeitsfahrgemeinschaften zur Bündelung von Arbeitswegen.

Spezifische Aussagen über Nutzungsmotive und -anlässe werden auch für den Bereich **Übernachten/Vermittlung von privatem Wohnraum** gemacht. Ein möglicher Anlass für die potenzielle Nutzung eines entsprechenden Angebots wird von einzelnen Befragten beispielsweise in der Notwendigkeit gesehen, vorübergehend oder regelmäßig in anderen Städten oder im Ausland arbeiten und übernachten zu müssen. Aber auch Reisen und Wochenendtrips werden als Situationen beschrieben, in denen sich manche Befragte die Nutzung entsprechender Angebote vorstellen können.

„Wenn ich jetzt vor hätte längere Zeit mich in einem anderen Teil Deutschlands oder der Welt aufzuhalten, dann wäre das so eine Variante, wo ich mir denken könnte, das könnte man in dem Bereich ausprobieren, dass man mal guckt wo man woanders unterkommt, also eventuell eine Wohnung nutzen.“

„Was mich persönlich mal interessieren würde, das wär eine Wohnung zu mieten. Irgendwie in einer größeren Stadt, dass man das mal mit jemandem teilt. Ich weiß nicht genau wie das aussieht, ich hab mich damit noch nicht so sehr beschäftigt, aber ich stell mir das so vor, dass man halt dann auch mal eine Woche woanders sein kann, dafür die Wohnung hütet, Blumen gießt, und dann aber dort auch mal Urlaub machen kann. Aber so was fände ich eigentlich ganz cool.“

Die eigene Abwesenheit beziehungsweise den Leerstand der eigenen Wohnung (und dem zeitgleichen Entstehen von Bedarf bei Anderen) werden ebenfalls als denkbare Anlässe für die Nutzung von Vermittlungsplattformen für private Unterkünfte aus Anbietersicht gesehen.

Für den Bereich **Kleidung** werden als spezifische Motive Lebensumbrüche (zum Beispiel die Geburt eines Kindes) genannt. Auch Überdruß mit der eigenen Kleiderausstattung oder der Wegfall von Bedarf ist ein Motiv für die Weitergabe von Kleidungsstücken, insbesondere dann, wenn Andere sie besser gebrauchen können.

4.3.3 Hemmnisse für potenzielle Nutzung

Den Motiven und Anlässen, die aus Wahrnehmung der Befragten für eine potenzielle Nutzung von Sharing-Angeboten sprechen, stehen spezifische Nutzungshemmnisse gegenüber. Das mit Abstand größte Hemmnis stellt aus Sicht der Mehrheit der Befragten **mangelnder oder nicht vorhandener Bedarf** dar. So gaben manche Befragten an, bislang keine Notwendigkeit zum Teilen der eigenen Wohnung, des Privatautos oder anderer teilbarer Güter gesehen, beziehungsweise (noch) keine Gelegenheit dazu gehabt zu haben. Eine Person erklärt, grundsätzlich noch kein Interesse an gemeinschaftlichem Teilen gehabt zu haben.

„Und vielleicht war die Notwendigkeit noch nicht gegeben, dass ich jetzt gesagt habe, eine Sache brauche ich ganz dringend, die ich mir zum Beispiel nicht im Freundeskreis oder Familienkreis hätte leihen können.“

„Es ist in erster Linie ein Mangel an Gelegenheiten, dass ich noch nicht wirklich praktisch Erfahrungen gesammelt habe.“

Weitere häufig genannte Hindernisse stellen die Aspekte **Sicherheit und Privatsphäre** dar. So empfinden einige Befragte insbesondere das Teilen der eigenen Wohnung sowie des Privatautos als Eingriff in ihre Privat- und Intimsphäre. Die Nutzung entsprechender Angebote ist für sie daher gegenwärtig nur schwer vorstellbar. Tendenziell würden die Befragten eher in einer fremden Wohnung übernachten als ihre eigene Wohnung an Fremde zu vermieten.

„Ich schätze meine Privatsphäre. Ich würde auch lieber ins Hotel gehen als in eine fremde Wohnung.“

„Wenn jemand privat seine Wohnung teilt, finde ich das unangenehm bei jemand in das Eigentum so einzudringen oder ich wollte das auch nicht bei mir.“

„Das Einzige, wofür ich mich im Moment noch nicht so erwärmen könnte, wäre, mein Haus jemand anderem zu überlassen für eine bestimmte Zeit. Aber das braucht vielleicht

auch Zeit oder käme auch auf die Leute an. (...) Das ist was Intimeres eben. Das ist einem ans Herz gewachsen, das möchte man nicht unbedingt teilen mit Fremden.“

Auch empfinden es einige Teilnehmer/innen der Befragung als riskant, Fremden **Vertrauen** entgegen bringen zu müssen. Einzelnen behagt die Vorstellung, ihr Eigentum mit Fremden zu teilen, nicht oder sie nennen grundsätzlich mangelnde Erfahrungswerte mit (online) Sharing-Konzepten als Grund für ihre Bedenken. Eine Person sieht den aus der Sharing-Praxis resultierenden Kontakt mit Fremden sogar als Stressfaktor.

„(...) aber dann habe ich ja dauernd wieder Kontakt mit Leuten von außerhalb. Das würde mich auch wieder stressen.“

Einige äußern zudem Sicherheitsbedenken mit Blick auf die Abwicklung von Tauschgeschäften oder Sharing-Vereinbarungen über Internetplattformen. Generell scheint bei den Befragten noch Unklarheit darüber zu bestehen, wie Intermediäre die Qualität der geteilten Güter sicherstellen und deren Unversehrtheit garantieren können. Diese Unwissenheit wird als hemmender Faktor beschrieben.

„Für mich wäre wichtig zu wissen, dass alles, was ich in Anspruch nehme, sicher ist. Wenn ich so ein Geschäft eingehe, dass ich keinerlei Risiken habe. Beim Reisen buche ich ein Hotel, da habe ich alles, was ich brauche, da gibt es Standards, ich habe Rückgewährrechte und das alles sehe ich nicht so ganz bei der Sharing Economy.“

Eine Person gibt an, gebrauchte Waren (insbesondere Kleidung) lieber zu verschenken. Für eine Person ist ungeteiltes Eigentum eine notwendige Voraussetzung für die Ausübung des Berufs und zugleich ein Wohlfühlkriterium.

„Da brauche ich mein eigenes Büro, ich brauche mein eigenes Haus, meinen eigenen Garten um mich dann zu erholen und um auch alleine arbeiten zu können, weil das mein Business ist.“

Für den Großteil der Befragten stellen der in ihrer Wahrnehmung **geringe Bekanntheitsgrad** von und die **fehlenden Informationen** über Sharing-Angebote ebenfalls eine Nutzungsbarriere dar. So geben einige ihr Unwissen über bestehende Angebote sowie allgemein mangelnde Informiertheit über entsprechende (Online-) Angebote zu Protokoll. Andere halten den Bekanntheitsgrad und die Präsenz in der öffentlichen Wahrnehmung entsprechender Angebote für zu gering.

„Aber um das flächendeckend bekannter zu machen, müsste man vielleicht auch mal im Tagesblatt werben oder so. Einfach um die Anderen anzusprechen.“

„Die Idee ist natürlich sehr gut, sehr wünschenswert, dass die auch in der Zukunft noch viel mehr Verbreitung findet und aus der Nische rauskommt, denn sie ist ja oftmals noch gar nicht so bekannt. Da wäre es sehr, sehr wichtig, dass es noch viel mehr in die Öffentlichkeit gerückt wird durch die Medien, durch Plakataktionen.“

„Ich denke bei dem Sharing muss sich ein Netzwerk aufbauen wie Facebook oder Google oder sonst was, was es so populär macht. Es müsste einfach populärer werden. (...) dass es einfach transparent wird und dass es wirklich in den verschiedenen Netzwerken publik gemacht wird.“

Die unzureichende **Praktikabilität** und **Nutzer/innenfreundlichkeit** sind aus Sicht einiger Befragter weitere Hemmnisse der Nutzung. Sie bezeichnen den (zeitlichen) Aufwand, die Umständlichkeit und Komplexität der Abläufe sowie die eigene Bequemlichkeit als hinderlich. Eine Person nennt die

Komplexität der Anmeldung bei Online-Plattformen sowie den Registrierungsprozess als persönliche Hürde.

„Ich finde den Aufwand zum Beispiel Dinge irgendwo online zu stellen und die dann zu verkaufen für mich zu groß.“

„Das kam mir zumindest bei den zwei- bis dreimal, wo ich mir sowas angeschaut habe, ein bisschen undurchsichtig vor. Die haben dann manchmal so Coins-Prinzipien oder Stundenguthaben oder sowas. Bis man da mal durchgestiegen ist, hat man meistens die Lust verloren.“

Vereinzelt werden unzureichende PC-Kenntnisse oder der nicht vorhandene Internetzugang als hemmende Faktoren für die Online-Nutzung genannt – insbesondere für ältere Menschen. Eine Person ist der Meinung, die vermeintlich vorausgesetzte Regelmäßigkeit der Partizipation innerhalb einer Sharing-Community nicht erfüllen zu können.

„(...) ich sehe da immer so eine Regelmäßigkeit bei so einer Community wahrscheinlich auch vorausgesetzt. Da weiß ich nicht ob das irgendwie... das wäre jetzt bei mir bei der Wohnung nicht der Fall, weil ich die meistens selber bewohne.“

Spezifische Nutzungshemmnisse werden von den befragten Unerfahrenen insbesondere für das Praxisbeispiel **Carsharing** genannt. Für einzelne Befragte ist der Besitz des eigenen Fahrzeugs ein Grund alternative Mobilitätsangebote wie Carsharing nicht zu nutzen. Hinzu kommt der Bedarf nach uneingeschränkter Verfügbarkeit und Flexibilität des Fahrzeugs (zum Beispiel Familien mit Kindern), vor dessen Hintergrund Carsharing keine alltagstaugliche Option darstellt. Hoher Mobilitätsbedarf (insbesondere beruflich bedingt) hält nach eigener Aussage eine weitere Gruppe an Befragten von der Carsharing-Nutzung ab.

„Da wir geschäftlich das Auto nutzen und ich es tagtäglich eigentlich brauche, könnte ich darauf auch nicht verzichten.“

„Wobei ich da ehrlich gesagt dann lieber mein eigenes [Auto] hab, was ich wirklich einfach nutzen kann, wie ich es gerade brauche. Weil auch durch die Kinder und so, muss man total flexibel sein (...).“

Eine weitere Person sieht aufgrund einer langjährigen Arbeitsfahrgemeinschaft keine Notwendigkeit für die Nutzung von Carsharing-Angeboten, eine andere nutzt öffentliche Verkehrsmittel. Ferner werden explizite Sicherheitsbedenken in Bezug auf die Carsharing-Nutzung geäußert. Insbesondere das Verleihen des eigenen Pkw von privat zu privat wird aufgrund des hohen Sachwerts tendenziell als Risiko wahrgenommen.

„Andererseits kann ich mir natürlich auch vorstellen, wenn dann beispielsweise eine Person einen Autounfall hat oder sonst wie das Auto zu Schaden kommt, dass es dann vielleicht auch schwieriger ist das auf einer sachlichen Ebene zu regeln, als wenn ich das mit einem ‚unbekannten‘ Anbieter zu regeln habe.“

5 Zusammenfassung

Das Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, Einstellungen und Einschätzungen gegenüber Peer-to-Peer Sharing qualitativ zu erheben. Dabei wurde zwischen Personen mit und ohne Erfahrungen mit Peer-to-Peer Sharing unterschieden. Die Ergebnisse werden im Folgenden zusammenfassend dargestellt und besondere Auffälligkeiten der Gegenüberstellung von Erfahrenen und Unerfahrenen in Form von theseartigen Schlussfolgerungen festgehalten.

Auch wenn mehrere Befragte den Begriff „Sharing Economy“ vorher noch nicht gehört hatten, so haben doch alle eine Vorstellung davon, was sich dahinter verbirgt, da sich gerade der Begriff Sharing für die Befragten selbst erschließt.

Der Begriff der Sharing Economy ist der Mehrheit der befragten Erfahrenen und Unerfahrenen geläufig beziehungsweise sie haben eine Vorstellung davon, was sich dahinter verbirgt. Meistens wird darunter – im Sinne der Übersetzung des englischen Wortes „sharing“ – das Teilen von Gegenständen verstanden. Die bekanntesten Beispiele sind Carsharing und konkrete Angebote wie Kleiderkreisel und Airbnb. Die Erfahrenen kennen darüber hinaus mindestens auch eines der kooperierenden Angebote des Projekts Wimdu, Kleiderkreisel, flinc und Drivy.

Die Idee des Peer-to-Peer Sharing wird allgemein positiv eingeschätzt.

Das Erkenntnisinteresse des Projekts liegt auf zwischen Privatpersonen praktizierten Formen des Sharing, dem so genannten Peer-to-Peer Sharing. In der Untersuchungsgruppe bestehen vorrangig als positiv einzuordnende Einstellungen gegenüber der Idee des Peer-to-Peer Sharing. Als besonders überzeugend werden die Ressourceneinsparpotenziale, finanzielle Vorteile und soziale Wirkungen eingeschätzt. Einzelne äußern Bedenken hinsichtlich der Vertrauensfrage und Rechtsicherheit von Peer-to-Peer Sharing beziehungsweise zeigen sich kritisch gegenüber der als zunehmend kommerziell wahrgenommenen Entwicklungen.

Ökologische Vorteile von Peer-to-Peer Sharing sind für die meisten Befragten offensichtlich.

Die ökologischen Wirkungen von Peer-to-Peer Sharing werden überwiegend positiv eingeschätzt. Vorteile für die Umwelt treten vor allem durch Ressourcenschonung in Folge der effizienteren Auslastung oder Mehrfachnutzung von Gegenständen auf. Diese Wirkungen werden vor allem im Bereich der Mobilität und durch den Handel mit gebrauchter Kleidung erwartet, im Bereich Übernachtungen sind die Umweltvorteile weniger offensichtlich. Einzelne bringen Rebound-Effekte mit Peer-to-Peer Sharing in Verbindung, etwa durch die zunehmende Notwendigkeit für Transporte und Lieferungen im Falle von Kleiderkreisel, wenngleich die positiven Effekte überwiegen.

Grundsätzlich werden positive soziale Wirkungen erwartet. Im konkreten Fall fallen die Erwartungen jedoch recht unterschiedlich aus.

Auch die sozialen Wirkungen werden grundsätzlich als positiv eingeordnet. Sie entstehen nach Einschätzung der Befragten insbesondere durch die zunehmenden Gelegenheiten, sich mit anderen Nutzer/innen zu vernetzen und auszutauschen sowie fremde Menschen kennenzulernen. Soziale Inklusion, Offenheit und Toleranz gegenüber Fremden werden ebenfalls vereinzelt erwartet. Ein deutlicher Unterschied zwischen den Erfahrenen und den Unerfahrenen zeigt sich im Hinblick auf gemeinschaftsbildende Effekte. Während Gemeinschaftsbildung (im Sinne von engeren, dauerhaften Kontakten) von den Unerfahrenen mit am häufigsten genannt wird, werden solche Wirkungen von den Erfahrenen auf der Basis ihrer Erfahrungen mit den spezifischen Plattformen nicht erwar-

tet. Die Aussagen der Erfahrenen lassen auch darauf schließen, dass die tatsächlichen durch Peer-to-Peer Sharing entstehenden sozialen Beziehungen je nach Plattform unterschiedlich ausfallen.

Erfahrene machen überwiegend positive Erfahrungen und Unerfahrene zeigen hohe Nutzungsbereitschaft.

Die befragten Erfahrenen verfügen über fast ausschließlich positive Erfahrungen mit Peer-to-Peer Sharing. Als Gründe werden vor allem die hohe Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit der Peers und die hohe Qualität des Angebots angeführt. Dies und die zufriedenstellende Organisation der Transaktion können auch auf das professionelle Angebot der Plattformen (zum Beispiel Vermittlungsleistung, Versicherungs- und Bewertungssysteme) zurückgeführt werden. Unter den befragten Unerfahrenen können sich viele die zukünftige Nutzung grundsätzlich vorstellen, und zwar eher als Nachfragende und im Bereich von Alltagsgegenständen. Auch die Erfahrenen können sich vorstellen in Zukunft weitere Peer-to-Peer Sharing-Angebote auszuprobieren und zu nutzen. Die Hälfte der Erfahrenen nutzt derzeit nur eine Peer-to-Peer Sharing Plattform. Positive Erfahrungen und die intensive Nutzung einer Plattform führen jedoch nur bei einem Teil der Erfahrenen dazu, Sharing auch auf andere Bedürfnisfelder zu übertragen.

Der kollaborative Konsument, der in vielen Konsumbereichen (Peer-to-Peer) Sharing praktiziert, ist eine Seltenheit. Es überwiegt das Bild einer pragmatischen und punktuellen Sharing-Praxis.

Für Erfahrene spielen Versicherungsleistungen insbesondere bei höherwertigen Gütern eine große Rolle. Unerfahrene können sich aus Sicherheitsgründen vor allem das Sharing von kostengünstigeren Gütern vorstellen.

Die befragten Erfahrenen schätzen bei kostengünstigen Gütern ein Bewertungssystem zur Absicherung als ausreichend ein. Bei höherwertigen Gütern und damit verbunden auch höheren finanziellen Risiken im Schadensfalle ist eine bessere Absicherung in Form einer Versicherung erforderlich. Für die Unerfahrenen sind beim Sharing von höherwertigen Gütern die entsprechend höheren Schadensrisiken abschreckend. Der größere ökonomische Nutzen des Sharing von kostenintensiven Gütern kann dies nicht ausgleichen.

Erfahrene nennen am häufigsten finanzielle Nutzungsmotive und auch Unerfahrene erwarten vor allem finanzielle Vorteile durch Peer-to-Peer-Sharing.

Für die Erfahrenen stellen das Verdienen beziehungsweise Sparen von Geld die stärksten Nutzungsmotive dar. An zweiter Stelle werden soziale Motive (Anbietende) und praktische Motive (Nachfragende) genannt. Ökologische Motive sind nachrangig. Die Unerfahrenen können sich die Nutzung von Peer-to-Peer Sharing aus vielfältigen Gründen zukünftig vorstellen; die häufigsten Nennungen beziehen sich auf finanzielle Einsparungen, soziale Motive und ökologische Vorteile. Zentrale Voraussetzung ist das Eintreten eines konkreten Bedarfs oder Anlasses, der aktuell für die meisten noch nicht gegeben ist. Insbesondere die Befragungsteilnehmer/innen aus ländlichen Regionen können sich die Verbreitung und Akzeptanz von Peer-to-Peer Sharing in ihrer Gegend nur schwer vorstellen.

Wenngleich den Angeboten für Peer-to-Peer Sharing durchaus Umweltschutzpotenziale zugesprochen werden (siehe oben), haben die ökologischen Vorteile als handlungsleitendes Nutzungsmotiv nur eine geringe Bedeutung.

Als Nutzungshemmnisse dominieren in beiden Gruppen Bedenken in Hinblick auf Sicherheit und Privatsphäre und Unsicherheiten bezüglich der Rechtslage.

Auf Seiten der Erfahrenen besteht als größtes Hemmnis für die ausgeweitete Nutzung von Peer-to-Peer Sharing-Angeboten die Unsicherheit bezüglich der Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit der Peers. Ferner stehen der organisatorische und zeitliche Aufwand und – insbesondere im Bereich Übernachten – rechtliche Unklarheiten im Wege. Auch für die Unerfahrenen sind diverse Sicherheits- und Vertrauensbedenken und der mögliche Verlust ihrer Privatsphäre hemmende Aspekte. In dieser Gruppe fehlen zudem vereinzelt Informationen über konkrete Angebote, ihre Verbreitung und Funktionsweisen.

Positive Erfahrungen mit spezifischen Peer-to-Peer Sharing-Angeboten (siehe oben) können Zweifel und Bedenken hinsichtlich der Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit der Peers nicht vollständig auflösen.

Die Ergebnisse belegen die hohe soziale Akzeptanz von Peer-to-Peer Sharing. Sie dienen als Grundlage für die Entwicklung einer standardisierten Befragung, welche quantifizierte Einblicke in die Praxis und Wahrnehmung von Peer-to-Peer Sharing in Deutschland liefern wird, sowie einer umfassenden Befragung der Nutzer/innen von Wimdu, Drivy, flinc und Kleiderkreisel.

6 Anhang: Interviewleitfäden

6.1 Leitfaden für Interviews mit Erfahrenen

I. Begriffsverständnis Sharing Economy

Die *Plattform* wird zu der so genannten „Sharing Economy“ gezählt.

Haben Sie diesen Begriff schon einmal gehört? Was verstehen Sie darunter?

Wenn ja: Was verbinden Sie damit? Welche Beispiele für die „Sharing Economy“ kennen Sie? Was halten sie von der „Sharing Economy“?

Wenn nein: Haben Sie eine Idee, was der Begriff bedeuten könnte?

Wir verstehen unter der „Sharing Economy“ das Folgende:

Beim **Sharing** geht es darum, Dinge des Alltags wie Werkzeuge, Autos oder Wohnungen mit anderen Menschen zu **teilen**. So können Güter genutzt werden, die man selbst nicht besitzt, beziehungsweise man kann eigene Sachen, die man gerade nicht braucht, anderen Menschen anbieten. Seit ein paar Jahren vermitteln **Internetplattformen** solche Dienste. Dadurch wird das Teilen auch zwischen Fremden möglich.

Beispiele sind Online-Plattformen für die Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten oder das private Autoteilen. Zudem gibt es Marktplätze im Internet für die Vermittlung privater Unterkünfte oder den Tausch und Handel von Second Hand-Kleidung.

Wie finden Sie diese Idee? Was gefällt Ihnen daran? Was gefällt Ihnen weniger?

II. Nutzungsmotive

Überleitung: Jetzt würde ich gerne auf *Plattform* zu sprechen kommen.

Wie nutzen Sie *Plattform*? Bieten Sie selber primär *Dinge* an (INT: = Anbieter) oder nutzen Sie die angebotenen *Produkte oder Dienstleistungen* (INT: = Nutzer)? Oder beides?

Wenn Nutzer: Können Sie sich auch vorstellen, selber *Dinge* anzubieten? Wenn nein: Was hält Sie davon ab?

Wenn Anbieter: Können Sie sich auch vorstellen, selber das Angebot zu nutzen? Wenn nein: Was hält Sie davon ab?

Wenn beides: Was davon machen Sie häufiger? Und warum?

Warum nutzen Sie *Plattform*?

Wenn Nutzer und Anbieter: Unterscheiden sich die Gründe, je nachdem, ob sie selber *Dinge* anbieten oder das Angebot nutzen?

Ggf. nachfragen: Warum ist Ihnen das wichtig?

Wie haben Sie erfahren, dass es so etwas wie *Plattform* gibt? Wann und wo haben Sie das erste Mal davon gehört?

Ggf. nachfragen: Hat Ihnen eine bestimmte Person davon erzählt. Wie würden Sie diese Person beschreiben?

Und wann kam der Punkt, an dem Sie beschlossen haben *Plattform* auszuprobieren.

Ggf. nachfragen: Gab es einen konkreten Auslöser dafür?

Ggf. nachfragen: Was genau hat Sie damals daran überzeugt?

III. Nutzungserfahrungen

Überleitung: Nun würde ich gerne ein paar Fragen zu Ihren Erfahrungen mit *Plattform* stellen.

Wann haben Sie das letzte Mal *Plattform* genutzt? Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?

Wie häufig nutzen Sie im Durchschnitt *Plattform* (z. B. pro Jahr)?

Welche Rolle spielt die von *Plattform* angebotene Versicherung für Sie persönlich? (INT: Hier jeweils Versicherungs- beziehungsweise Vertrauensmechanismus konkret benennen)

Ggf. nachfragen: Wie beurteilen Sie dieses Angebot? Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Auf *Plattform* gibt es ja die Möglichkeit, mit den anderen Nutzer/innen in Kontakt zu treten und sich auszutauschen. (INT: Hier jeweils Community-Angebot konkret benennen) Wie wichtig sind Ihnen diese Angebote?

Ggf. nachfragen: Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Was ist in Ihrem Alltag anders geworden, seitdem Sie *Plattform* nutzen? Hat sich Ihr sonstiges Konsumverhalten verändert?

Wenn ja: in welcher Weise?

IV. Nutzungsperspektiven

Überleitung: Das Prinzip des Sharing ist ja in vielen Bereichen denkbar. Über diese Möglichkeiten und Ihre Erfahrungen damit würde ich gerne abschließend mit Ihnen sprechen.

Welche anderen Angebote der Sharing Economy sind Ihnen bekannt?

Wenn andere Angebote bekannt: Welche davon haben Sie schon ausprobiert?

Ggf. nachfragen, wenn Erfahrungen mit anderen Plattformen: Wie häufig nutzen Sie diese? Zu welchen Anlässen und aus welchen Gründen?

Ggf. nachfragen, wenn keine Erfahrungen mit anderen Plattformen: Was hat Sie bisher davon abgehalten?

Wenn andere Angebote nicht bekannt: In welchen Bereichen würden Sie ein entsprechendes Angebot nutzen? Warum?

In den Medien werden in letzter Zeit neben den positiven Seiten zunehmend auch mögliche negative Begleiterscheinungen von Sharing thematisiert (INT: z.B. Kommerzialisierungs- und Monopolisierungstendenzen, Umgehen von Arbeitnehmerschutz, Verschärfung Wohnraumangel in Städten). Haben Sie das mitbekommen? Wenn ja, was denken Sie darüber?

Worin liegen Ihrer Erfahrung nach die Auswirkungen des Sharing auf die Umwelt? Würden sie diese als eher positiv oder eher negativ einschätzen? Warum?

Ggf. nachfragen: Würden Sie Sharing eher nutzen, wenn Sie wüssten, dass es positive Auswirkungen auf die Umwelt hat?

Hat Sharing ihrer Erfahrung nach Auswirkungen auf das soziale Miteinander der involvierten Personen?

Wenn ja: Welche? Würden sie diese als eher positiv oder eher negativ einschätzen?

Haben Sie Angebote für Sharing schon einmal in Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis weiterempfohlen? Wie waren die Reaktionen darauf?

Ggf. nachfragen: Und speziell *Plattform*?

Ggf. nachfragen: Wie würden Sie die Personen aus Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis beschreiben, die Sharing praktizieren?

Glauben Sie, dass *Plattform* und andere Angebote auch in der Zukunft wichtig für Sie sein wird?

Wenn ja: Aus welchen Gründen?

Ggf. nachfragen: Können Sie sich vorstellen, *Plattform* noch häufiger als heute schon zu nutzen?

Wenn nein: Warum nicht?

V. Angaben zur Person, Dank, Verabschiedung

Gibt es abschließend etwas, dass Sie mir zu den Themen des Interviews noch mit auf den Weg geben möchten? Haben wir einen aus Ihrer Sicht wichtigen Aspekt vergessen?

Überleitung: Zuallerletzt habe ich noch ein paar Fragen zu Ihrer Person. Mit Ihren Angaben helfen Sie uns, die Hintergründe der Nutzung von Sharing noch besser nachvollziehen zu können.

Wie alt sind Sie?

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

<input type="checkbox"/>	keiner
<input type="checkbox"/>	Haupt-/ Volksschulabschluss
<input type="checkbox"/>	Mittlere Reife
<input type="checkbox"/>	Abitur/ Fachabitur
<input type="checkbox"/>	Hochschulabschluss

Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltseinkommen (netto)?

<input type="checkbox"/>	bis unter 1.000 Euro	<input type="checkbox"/>	4.000 bis unter 5.000 Euro
<input type="checkbox"/>	1.000 bis unter 2.000 Euro	<input type="checkbox"/>	5.000 bis unter 6.000 Euro
<input type="checkbox"/>	2.000 bis unter 3.000 Euro	<input type="checkbox"/>	6.000 bis unter 7.000 Euro
<input type="checkbox"/>	3.000 bis unter 4.000 Euro	<input type="checkbox"/>	über 7.000 Euro

Wie leben Sie in Ihrem Haushalt?

<input type="checkbox"/> Allein, ohne Kinder	<input type="checkbox"/> Allein, mit Kindern im Haushalt
<input type="checkbox"/> Mit einem/einer Partner/in, ohne Kinder im Haushalt	
<input type="checkbox"/> Mit einem/einer Partner/in, mit einem oder mehreren Kindern im Haushalt	
<input type="checkbox"/> Bei den Eltern	<input type="checkbox"/> In einer Wohnge- meinschaft
<input type="checkbox"/> Anderes	

Über wie viele Einwohner verfügt Ihr Wohnort?

<input type="checkbox"/> unter 5.000 Einwohnern	<input type="checkbox"/> 5.000 bis 20.000 Einwohner
<input type="checkbox"/> 20.000 bis unter 100.000 Einwohnern	
<input type="checkbox"/> 100.000 bis unter 500.000 Einwohnern	<input type="checkbox"/> 500.000 Einwohner und mehr

Geschlecht

<input type="checkbox"/> männlich	<input type="checkbox"/> weiblich
-----------------------------------	-----------------------------------

Abschluss: Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für dieses ausführliche und sehr informative Gespräch genommen haben. Als kleines Dankeschön für Ihre Mitarbeit wird Ihnen von *Plattform* in den nächsten Tagen eine Gutscheinkarte zugestellt.

6.2 Leitfaden für Interviews mit Unerfahrenen

I. Bekanntheit „Sharing (Economy)“

Es gibt eine recht neue Entwicklung im Bereich des Konsums, die mit dem Begriff „Sharing“ beziehungsweise „Sharing Economy“ gekennzeichnet wird. Haben Sie diesen Begriff schon einmal gehört?

Wenn ja: Was verbinden Sie damit? Welche Beispiele für die „Sharing Economy“ kennen Sie?

Wenn nein: Haben Sie eine Idee, was der Begriff bedeuten könnte?

II. Sharing – allgemeine Einschätzung

Überleitung: Wir verstehen unter der „Sharing Economy“ das Folgende:

Beim **Sharing** geht es darum, Dinge des Alltags wie Werkzeuge, Autos oder Wohnungen mit anderen Menschen zu **teilen**. So können Güter genutzt werden, die man selbst nicht besitzt, beziehungsweise man kann eigene Sachen, die man gerade nicht braucht, anderen Menschen anbieten. Seit ein paar Jahren vermitteln **Internetplattformen** solche Dienste zwischen Privatpersonen. Dadurch wird das Teilen auch zwischen Fremden möglich.

Beispiele sind Online-Plattformen für die Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten oder das private Autoteilen. Zudem gibt es Marktplätze im Internet für die Vermittlung privater Unterkünfte oder den Tausch und Handel von Second Hand-Kleidung.

Wie finden Sie diese Idee? Was gefällt Ihnen daran? Was gefällt Ihnen weniger?

Können Sie sich vorstellen, dass Sharing Auswirkungen auf die Umwelt hat? Wenn ja, welche?

Können Sie sich vorstellen, dass Sharing Auswirkungen auf das soziale Miteinander hat? Wenn ja, welche?

III. Sharing – Aufgeschlossenheit gegenüber Nutzung

Haben Sie Sharing schon einmal ausprobiert?

Wenn ja: In welchem Bereich? Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Wenn nein: weiter

Können Sie sich vorstellen, so etwas auszuprobieren?

Wenn ja: In welchen Bereichen wäre das für Sie vorstellbar? Warum gerade hier? Eher als Anbieter oder Nachfrager oder beides? Was hält Sie bisher davon ab? Was müsste passieren, damit Sie Sharing-Angebote tatsächlich nutzen würden?

Wenn nein: Warum nicht? Was hält Sie davon ab? Gibt es noch weitere Hemmnisse, die Sie davon abhalten? Was müsste passieren, damit Sie sich eine Nutzung vorstellen könnten? Wenn Nutzung, dann eher als Anbieter oder Nachfrager oder beides?

Wie sieht Ihrer Meinung oder Erfahrung nach eine typische Person aus, die Sharing nutzt?

IV. Sharing – private und professionelle Anbieter

Überleitung: Bis hierhin haben wir vor allem über das private Sharing gesprochen. Wenn man Dinge teilen, leihen, mieten oder gebraucht kaufen will, kann man sich aber auch an einen professionellen Anbieter wenden (z.B. Car2Go).

Würden Sie Dinge eher von Privatpersonen leihen, oder mieten oder gebraucht kaufen oder von professionellen Anbietern?

Was spricht ihrer Meinung nach für die eine (Privat) oder andere Variante (professionelle Anbieter) und was dagegen?

www.peer-sharing.de

