



PeerSharing

Einblicke in das Projekt und erste Ergebnisse aus
der qualitativen Nutzeranalyse

Fachgespräch „Soziale
Innovationen u. Alltag“
Berlin, 3.12.2015
Christine Henseling
IZT

PRAXISPARTNER



FORSCHUNGSPARTNER



i | ö | w

INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG



Institut für
Zukunftsstudien und
Technologiebewertung



INSTITUT FÜR ENERGIE-
UND UMWELTFORSCHUNG
HEIDELBERG

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Peer-to-Peer Sharing – Internetgestützte Geschäftsmodelle für gemeinschaftlichen Konsum als Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften



Bestandsaufnahme (AP1)

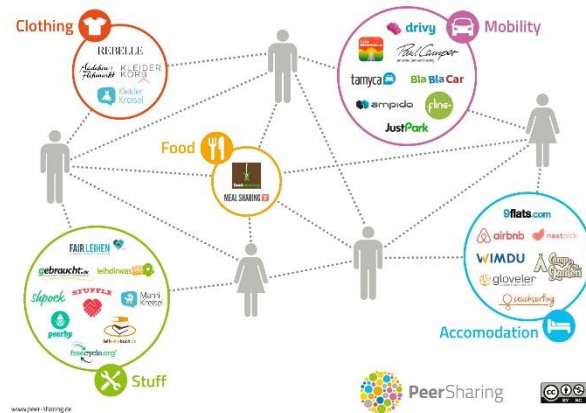
Desk Research

Reallabor mit Praxispartnern



Governance-Analysen (AP2)

Fallstudien



Praxisdialog/Ergebnistransfer (AP3)

Praxis- und Stakeholderdialoge

Nutzer/innen-Dialog via Utopia und Quishare



Analyse Nutzerverhalten (AP4)

Qualitative Vorstudie (telefonisch)

Repräsentativbefragung (online)

Nutzer/innen-Befragung (online)

Perspektiven Geschäftsmodelle (AP7)

Fokusgruppen mit Nutzer/innen

Szenario-/ Potenzialanalysen (AP6)

Szenario- & Perspektiv-Workshops

Szenario-Writing

Ökobilanzierung (AP5)

LCA am Beispiel der Praxispartner

Definition Peer-to-Peer Sharing

Zwischen Privatpersonen geteilte und von Dritten vermittelte Nutzung von materiellen Gütern.

Das Teilen findet entweder ohne Eigentumsübertragung im Sinne einer Nutzungsintensivierung statt (Co-Using, Verleihen, Vermieten) oder mit Eigentumsübertragung im Sinne einer Nutzungsdauerverlängerung (Verschenken, Tauschen, Weiterverkaufen).



- **Telefonische Interviews mit Sharing-Erfahrenen sowie mit Unerfahrenen (32 Interviews insgesamt)**
- **Erfahrene: Nutzer von Kleiderkreisel, Drivy, flinc und Wimdu**
- **Fragen u.a. zu:**
 - Motiven und Hemmnissen für die Nutzung
 - Erfahrungen mit Peer-Sharing-Angeboten
 - Auswirkungen auf Konsumverhalten u. Alltag
 - Einschätzung ökologischer, sozialer und ökonomischer Effekte
 - Potenziale für die Nutzung

- **Finanzielle Motive spielen die größte Rolle:**
 - durch Vermietung/ Verkauf Geld verdienen
 - Beitrag zum Unterhalt des Autos/ der Wohnung
 - Vereinzelt: maßgeblicher Beitrag zum monatl. Einkommen
- **An zweiter Stelle werden soziale Motive genannt:**
 - Mit unterschiedlichen Menschen in Kontakt treten / Austausch mit anderen
 - Es macht Spaß, anderen zu helfen/ anderen eine Freude zu machen
- **Ökologische Motive wurden nur von wenigen genannt:**
 - Ressourcen sparen
 - Neuproduktion vermeiden
- **Praktische Motive:**
 - Dinge, die ich nicht mehr nutze, sinnvoll weiter geben

- **Auch die Nachfrager nennen am häufigsten finanzielle Motive:**
 - Geld sparen/ den eigenen Bedarf kostengünstig decken
 - Ein gutes, hochwertiges Angebot (z.B. hochwertige Kleidung, eine Ferienwohnung in zentraler Lage) zu niedrigen Preisen
- **Verschiedene Motive, die die Besonderheit des Angebotes betreffen:**
 - Einfache u. unkomplizierte Beschaffung im Bedarfsfall (Auto, Unterkunft beim Reisen)
 - Große Auswahl im Angebot (Drivy, Wimdu, Kleiderkreisel)
 - Stressfreier zur Arbeit kommen/ Zeitersparnis gegenüber ÖPNV
 - Man findet Dinge, die es im Laden nicht mehr gibt (KK)
 - Insider-Tipps vom Vermieter (Wimdu)
 - Flexiblere Anbieterzeiten als klassische Autovermietung und besondere Services (Drivy)

- **Soziale Motive:**
 - Mit unterschiedlichen Menschen in Kontakt treten/ neue Menschen kennenlernen
 - Es macht Spaß, sich mit anderen auszutauschen
- **Ökologische Motive:**
 - Ressourcen sparen
 - Neuproduktion vermeiden

- **Zweifel bezüglich der Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit der Nachfrager/ Mieter:**
 - Unsicherheit, ob Mieter das Mietobjekt (Auto/ Wohnung) gut und pfleglich behandeln
 - Unsicherheit, ob die Personen, mit denen man teilt, tatsächlich vertrauenswürdig sind (flinc)

„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.“ (flinc-Nutzerin)

- **Widerstreben, private Räume (Wohnung/ Auto) mit Fremden zu teilen**
- **Aufwand-Nutzen-Kalkulation** (kein finanzieller Bedarf, zu hoher Aufwand, fehlende Rentabilität)
- **Rechtsunsicherheit (Übernachten)**

- **Auf Seiten der Nachfrager wurde als häufigstes Hemmnis der fehlende Bedarf genannt**
- **Weitere Hemmnisse:**
 - Fehlende Erwartungssicherheit (Übernachten, Mobilität)
 - Die fehlende Bekanntheit der Angebote (allgemein)
 - Unsicherheiten bezüglich der Sicherheit der Angebote und der Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit der Anbieter
 - Gewohnheit (allgemein)
 - Der organisatorische/zeitliche Aufwand (Mobilität)
 - Qualität/Hygiene (Kleidung)

Erfahrungen mit den Peer-Sharing-Angeboten der Praxispartner



- Die Erfahrungen der Befragten mit den Peer-Sharing-Angeboten der Praxispartner sind insgesamt sehr positiv.
- Hoher Grad an Zuverlässigkeit und Qualität der genutzten Angebote bzw. der Anbieter/ Vermieter sowie der Nutzer
- Als positive Erfahrungen wurden des Weiteren folgende Aspekte genannt:
 - Die Möglichkeit als Anbieter, Anderen eine Freude machen zu können
 - Das Entstehen von netten Kontakten bis hin zu Bekanntschaften
 - Erleichterung der Alltagsorganisation (insbes. Drivy/ Flinc)
 - Besondere Services, die „klassische Anbieter“ nicht bieten können: z.B. Insider-Tipps durch Wimdu-Gastgeber; Tipps zu Kleidung/ Mode im Kleiderkreisel-Forum
 - Abenteueraspekt: sich immer wieder auf etwas/ jemand neues einlassen.

- **Es wird nur von vereinzelt negativen Erfahrungen berichtet.**

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

- **Negative Erfahrungen:**
 - Schlechter Zustand des Mietobjektes (Drivy, Wimdu)
 - Fehlverhalten des Gastes/ Nutzers
 - Unzuverlässigkeit der Anbieter/ Vermieter oder Käufer/ Nachfrager

Sehr unterschiedliche Auswirkungen:

- Teilweise additiver Konsum (z.B. Kleiderkreisel)
- Teilweise Reduzierung (z.B. weniger Fahrten mit dem Auto)
- Teilweise Substitution
- Teilweise Neuorganisation (z.B. Fahrgemeinschaft statt ÖPNV)
- Es wird mehr Second Hand gekauft (Kleiderkreisel)



Fragestellungen für die quantitativen Erhebungen

Etwa die Hälfte der Befragten nutzt nur eine Peer-to-Peer Sharing Plattform

- Obwohl die Erfahrungen mit der Nutzung der Plattform insgesamt sehr positiv sind, haben sie Peer-to-Peer Sharing bisher nicht auf andere Lebensbereiche ausgeweitet.
- Die meisten Befragten stehen der Idee des Sharings 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 Gruppe auch einige „Intensiv-Nutzer“.

Zusammenfassung

- Die Befragten berichten von sehr positiven Erfahrungen bei der Nutzung „ihrer“ Plattform.
- Nur bei einem Teil hat dies bislang dazu geführt, dass sie auch in anderen Bereichen Sharing-Dienste in Anspruch nehmen.
- Motive: Finanzielle Motive stehen an erster Stelle, gefolgt von sozialen und praktischen Motiven
- Hemmnisse: Unsicherheit bezüglich Vertrauenswürdigkeit u. Zuverlässigkeit (trotz guter Erfahrungen), aber auch diverse weitere Aspekte
- Soziale Aspekte werden von vielen Befragten hervorgehoben (Motive und positive Erfahrungen)



PeerSharing

Vielen Dank!

www.peer-sharing.de

PRAXISPARTNER



Kleider
Kreisel



FORSCHUNGSPARTNER



i | ö | w

INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG



Institut für
Zukunftsstudien und
Technologiebewertung



INSTITUT FÜR ENERGIE-
UND UMWELTFORSCHUNG
HEIDELBERG

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

