

Zeitung/Magazin

brand eins

Erscheinungs-Datum

05/2013 | Freitag, 3. Mai 2013

Inhalt

Schwerpunktthema **Besitz** | Interview mit André
Reichel

zeppelin universität

zwischen

Wirtschaft Kultur Politik

„Der Geist ist aus der Flasche“

Die Industrie hat die Menschen mit Gütern versorgt – nun wollen sie lieber tauschen statt kaufen. Was wird dann aus der Ökonomie? Fragen an André Reichel, Dozent an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen.

Interview: *Christiane Sommer* Foto: *Anne Morgenstern*



*„Vielleicht werden wir alle deutlich entspannter werden,
weil die Dinge, die wir können, wichtiger sind als die, die wir haben.“*

brand eins: Dinge zu tauschen oder gemeinsam zu nutzen ist nicht neu. Genossenschaften gibt es seit 150 Jahren und Tauschringe auch schon seit einiger Zeit. Was ist neu an der Sharing Economy?

Reichel: Dass sie jetzt den Massenmarkt erreicht. Genossenschaften und Tauschringe waren gewöhnlich lokal und auf Nischen begrenzt. Nun wird die Dimension größer. Nehmen Sie das Carsharing: Automobilkonzerne oder die Deutsche Bahn bieten ihre Services mittlerweile in ganz Deutschland und sogar international an.

Internet und Smartphones machen's möglich.

Tatsächlich sind es die wirklich niedrighschwelligeren Zugänge, die uns die Benutzung solcher Systeme leicht und bequem machen und damit ihre Akzeptanz und Verbreitung erheblich erhöhen.

Was sind die wirtschaftlichen Folgen? Wird die Zahl der hergestellten Produkte abnehmen? Müssen die Unternehmen auf komplett neue Geschäftsmodelle umstellen?

Ursprünglich fokussierten sich Unternehmen sehr stark auf das Produkt, seine Eigenschaften und seine Fertigung. Mit den Sharing-Modellen bewegt sich der Fokus hin zu mehr Service. Die Wertschöpfung wird künftig immer weniger in der Produktion liegen, sondern durch die Art des Zugangs entstehen. Wie unkompliziert und vor allem flexibel kann ein Kunde das Produkt nutzen? Unternehmen werden erfolgreich sein, wenn sie es verstehen, die Nutzungsmöglichkeiten geschickt zu gestalten. Das können sie allerdings nicht mehr allein – sie brauchen Partner, die dabei helfen. Und Kunden, die bereit sind, sich die erforderlichen Kompetenzen anzueignen und helfen, die neuen Services gegebenenfalls auch mit zu entwickeln.

Das wird nicht ohne Einfluss auf die Beschäftigung sein.

Wir werden weniger Mitarbeiter in der Fertigung haben, dafür mehr im Service. Die Belegschaften werden Wartungen übernehmen, schnelle Reparaturen. Vielleicht auch die Kunden schulen. Das muss weder für die Unternehmen noch für die Mitarbeiter von Nachteil sein. Die Produktion bindet enorme finanzielle Mittel und verursacht hohe Fixkosten. Gerade auf Märkten, die nicht mehr stark wachsen, kann es positiv sein, davon wegzukommen.

Bislang haben die Unternehmen ihre Produkte entwickelt, verkauft und hatten eines Tages das Geld dafür in der Kasse. Die Höhe des Erlöses war klar umrissen.

In der Tat, der Mittelrückfluss verlagert sich jetzt auf die gesamte Nutzungsphase.

Was heißt das für die Erforschung und Entwicklung neuer Produkte?

Die Sharing Economy wird darauf ganz sicher Auswirkungen haben. Wie die genau aussehen, lässt sich jetzt allerdings noch nicht genau sagen. Eine Möglichkeit wäre ein Trend hin zu mehr Langlebigkeit und besonders wartungsfreundlichen Produkten. Denkbar wäre aber auch, dass bei bestimmten Produkten die Erneuerungsrate durch die intensivere Nutzung höher liegt. Dabei wird es dann darum gehen, den Ersatz geschickt so mit Innovationen zu verknüpfen, dass sich der Kunde nicht ständig an ein vollkommen neues Produkt mit neuen Funktionen gewöhnen muss und gleichzeitig Ressourcen geschont werden.

Setzt das nicht voraus, dass der Kunde bereit ist, für die Dienstleistungen zu zahlen? Bislang tut er sich in Deutschland damit schwer. Daran werden sich die Kunden gewöhnen. Natürlich kostet Service. Wir zahlen ja auch für die Benutzung unserer Smartphones und anderer Dienstleistungen im Internet. Und: Der Kunde in der Sharing Economy spart enorm viel Geld, weil die Anschaffung und der Unterhalt etwa für ein Auto wegfällt.

Diese neue Wirtschaft scheint bisher vor allem ein Modell für Ballungsgebiete zu sein, wo die Wege kurz sind und das Teilen damit relativ einfach und zeitsparend zu organisieren ist.

Die massenhafte Anwendung ist natürlich in Ballungsräumen sehr viel leichter. Das sehen wir im Moment beim Carsharing, Couchsurfing oder bei Angeboten wie dem von Airbnb – eine Entwicklung übrigens, die das Hotel- und Übernachtungsgewerbe vollkommen auf den Kopf stellen wird.

Aber man darf nicht unterschätzen, dass gerade die Sharing Economy auch auf dem Land immer wichtiger werden wird, einfach, weil die Bevölkerungsdichte in vielen Regionen abnimmt und sich die Unternehmen und Betriebe immer weiter aus der Fläche zurückziehen. Dadurch entstehen Lücken in der Ver- ▶

sorgung, die durch Sharing-Systeme geschlossen werden könnten. In welchem Maßstab das geschieht, wird sich noch zeigen, aber ich vertraue da auf findige Unternehmer.

Werden wir in der Zugängsökonomie weniger Dinge haben – oder einfach nur andere?

Hier ist die Entwicklung momentan uneinheitlich. Was man aber sieht, ist, dass manche Dinge nicht mehr den gleichen Status besitzen wie früher. Heute kann es sogar förderlich für die Anerkennung sein, manche Dinge nicht zu besitzen, etwa ein Auto in Ballungsräumen. Dadurch lässt sich eine Haltung demonstrieren, die vielfach als cool gilt. Ihren Status zeigen die Leute durch das neueste Smartphone oder den Tablet-Computer. Interessant ist dabei, dass es vollkommen anders geartete Produkte sind, die den Status ausmachen. Die meisten von ihnen sind im weiteren Sinne Dinge, die zu mehr sozialem Austausch führen. Das ist eine qualitative Verschiebung. Dahinter steckt wohl auch eine Konsummüdigkeit in gewissen Kreisen. Und da stößt die Sharing Economy natürlich auf einen bereiteten Boden.

Vielleicht haben die Menschen einfach nur weniger Geld?

Es ist sicherlich beides. Denn es ist ja nicht nur der Kauf eines Produktes, der Geld kostet – ein Auto muss versichert, betankt und repariert werden. Manche empfinden aber auch die Tatsache, dass sie sich um ihr Eigentum kümmern müssen, als Belastung, auf die sie gern verzichten.

Dennoch bleibt die schlichte Erkenntnis, dass ich nur teilen kann, was ich habe. Auch in einer Sharing Economy muss ich als Gegenleistung oder als Sicherheit im Gegenzug etwas bieten können.

Hier muss Sharing von Tausch unterschieden werden. Beide ökonomischen Modelle berühren sich, sind aber nicht identisch. Spannend wird es da, wo nicht monetäre Elemente, also Leistungen gemeinschaftlich, vielleicht auch genossenschaftlich, erbracht werden. Aber es geht immer um Zugang. Und es ist schon klar, dass, wenn die Sharing Economy größer wird, und so sieht es momentan aus, der absolute Absatz und Bestand an Produkten abnehmen wird – mit durchaus vorteilhaften ökologischen Nebeneffekten.

Definieren sich Menschen nicht immer noch stark über ihren Besitz?

Wir sprechen von einer Phase des Consumer Capitalism, in dem es darum geht, möglichst viele Dinge zu haben. Wie es sich auf die Psyche auswirkt, weniger zu haben, darüber kann ich als Ökonom nur Mutmaßungen anstellen. Vielleicht werden wir alle deutlich entspannter werden, weil die Dinge, die wir können, wichtiger sind als die, die wir haben. Es ist ja in Studien erwiesen, dass materieller Wohlstand ab einem gewissen Wert nicht glücklicher macht, sondern in der Tendenz unzufriedener. Insofern bietet die Sharing Economy vielleicht auch auf der persönlichen Ebene eine große Chance.

Sind die Unternehmen auf diese Entwicklungen vorbereitet?

Die Automobilunternehmen beobachten den Umbruch sehr genau. Dass das Übernachtungsgewerbe vorbereitet ist, glaube ich weniger. Wenn es unglücklich läuft, wird es vielen gehen wie den Anbietern von Nachschlagewerken: Wikipedia hat den Markt für Lexika vollkommen auf den Kopf gestellt. Die umwälzende Kraft der Entwicklung sollte kein Unternehmen unterschätzen. Sie wird nicht nur stärker werden, sie wird sich auch beschleunigen.

Lassen Sie uns beim Carsharing bleiben. Wir wissen mittlerweile, dass ein Carsharing-Auto zwischen sechs und acht andere verdrängt. Den Effekt sehen wir auf der Straße noch nicht, weil zurzeit in Deutschland gerade mal 11 200 Carsharing-Fahrzeuge rund 40 Millionen privaten Wagen gegenüberstehen. Aber unterstellen wir einen empirisch belegbaren Verdrängungseffekt von 6:1, dann genügen weniger als sieben Millionen Sharing-Pkw in Deutschland, um dieselbe Fahrleistung zu erbringen. Die Automobilindustrie wäre keine mehr. Sie muss sich dann als Mobilitätsindustrie neu erfinden.

Werden wir mit geliehenen Gütern pfleglich umgehen?

Da helfen alte gesellschaftliche Institutionen wie das Vertrauen, das künftig eine sehr viel stärkere Kraft haben wird. Und Grundsätze wie: Was ich verspreche, das halte ich auch. Das ist ein bisschen in Vergessenheit geraten, weil sich über Geld vieles einfach regeln lässt; das wird auch in der Sharing-Ökonomie so bleiben. Aber zum Beispiel beim Couchsurfing wird das schwierig. Wenn ich bei jemandem übernachte und ihm die halbe Einrichtung zerstöre, ist das mit Geld wahrscheinlich nicht mehr gutzumachen. Insofern werden wir ohne klare Regeln, aber auch wechselseitiges Vertrauen nicht auskommen. Und natürlich werden auch die Juristen eine Menge neue Fragestellungen zu beantworten haben.

Ist diese neue Art des Wirtschaftens auf das reiche Europa, die USA und ihre konsummüden Bevölkerungen begrenzt?

Momentan natürlich schon. Aber auch für Länder wie China ist es durchaus ein interessanter Ansatz, so wie überall dort, wo viele Menschen auf engem Raum leben. Es ist schlichtweg auch eine Frage ökologischer und gesundheitlicher Belastungen sowie der finanziellen Möglichkeiten. Und wenn die aufstrebenden Volkswirtschaften sich weiterhin so rasant entwickeln, dann werden sich die Prioritäten der Menschen dort eher früher als später verschieben. Dann sind Unternehmen, die bereits funktionierende und erprobte Sharing-Modelle anbieten können, ganz klar im Vorteil.

Der Trend ist im Konsumgüterbereich, aber auch in den Unternehmen selbst angekommen. Und er wird sich verstärken. Denn ein Kunde, der das Modell gewohnt ist und gut findet, erwartet es auch von anderen Anbietern und Produkten.

Der Geist ist draußen und lässt sich nicht mehr zurück in die Flasche sperren. ■