



ÜBUNGS-NL 10. MÄRZ 2016 DAS PRINZIP DES TEILEN – DIE VIELEN GESICHTER DER SHARING ECONOMY

Lösungsblatt zur Aufgabe 1

Anhand von 14 aktuellen Zeitungsartikeln zu unterschiedlichen Sharing-Modellen gilt es folgende Fragen zu klären:

- Wie heißt das Sharing-Modell in eurem Artikel?
- Wer steht einander gegenüber (Verbraucher/Unternehmer, Verbraucher/Verbraucher, Einschaltung einer Vermittlungsplattform)?
- Wie funktioniert das Konzept?
- Wer hat einen in Geld messbaren Gewinn?
- Wo liegen die Vorteile für beide Seiten bzw. die Motivation des Unternehmens, das Konzept anzubieten bzw. des Verbrauchers zu nutzen?
- Kritikpunkte an dem Modell?

Hinweis! Die Ausführungen in diesem Lösungsblatt sind Vorschläge und sollen zur Diskussion anregen und als Hilfestellung bei der Erstellung des Mindmaps behilflich sein. Das Lösungsblatt erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit.

Airbnb

Airbnb ist ein 2008 im kalifornischen Silicon Valley gegründeter Community-Marktplatz für Buchung und Vermietung von Unterkünften, ähnlich einem Computerreservierungssystem. Private Vermieter/innen vermieten ihr Zuhause oder einen Teil davon unter Vermittlung des Unternehmens, jedoch ohne dass Airbnb rechtliche Verpflichtungen übernimmt.

(Quelle: Wikipedia).

3-Personen-Verhältnis: Hier stehen Verbraucher und Verbraucher gegenüber, die Abwicklung erfolgt über eine Plattform. A sucht (meist zeitlich beschränkt) Unterkunft, B bietet eine Unterkunft an und AirBnB vermittelt die Unterkunft zwischen A und B.

Gewinn machen alle 3: A erspart sich Geld im Verhältnis zu Preisen bei Hotelzimmer, B bekommt Geld für die Vermietung seiner Wohnung, und AirBnB kassiert Vermittlungsgebühr.

Vorteil/Motivation für die mietenden Verbraucher/innen: Günstig reisen, Unterkunft günstiger als in Hotels, Verbraucher/innen legen keinen Wert auf Service, Erweiterung des

touristischen Angebots („Wohnung“ auch im Ausland, es soll wie zuhause sein, Stadt besser/anders kennenlernen „wie dort leben“).

Vorteil/Motivation für vermietende Verbraucher/innen: Einkunftsquelle, Wohnung steht nicht leer, sondern wird genutzt. Kennenlernen von Menschen aus verschiedenen Ländern.

Vorteil/Motivation für AirBnB: Vermittlung von vorhandenen Gütern, Provision als Einnahmequelle.

Kritikpunkte: Umgehen von Steuern, rechtliche Aspekte, wie z.B. Gewerbeberechtigungen bei Privatzimmervermietung werden ignoriert, Belastung für den Wohnungsmarkt (Wohnraum wird entzogen, wenn dieser gewerbsmäßig vermietet wird).

Uber

Uber ist ein Online-Vermittlungsdienst für Fahrdienstleistungen des gleichnamigen amerikanischen Unternehmens. Er vermittelt Fahrgäste an Mietwagen mit Fahrer (Eigenbezeichnung UberX und UberBlack) sowie auch private Fahrer (UberPop) mit eigenem Auto (!). Ferner werden auch reguläre Taxis vermittelt (UberTaxi). Die Vermittlung erfolgt über eine Smartphone-App oder eine Website. Das Unternehmen erhebt dabei eine Provision von bis zu 20 Prozent des Fahrpreises. Uber versteht sein Angebot UberPop als Bestandteil der Share Economy, wo jede/r sich und ihre/seine Fähigkeiten der Allgemeinheit zur Verfügung stellt. Was mit der Idee einer Mitfahrgelegenheit zum Selbstkostenpreis begonnen hat, hat sich zur gewinnträchtigen Geschäftsidee entwickelt.

(Quelle: Wikipedia)

Ähnlich wie bei AirBnB gibt es ein 3-Personen-Verhältnis: A sucht Fahrt mit dem Auto nach Y, B bietet sein Auto an und Uber vermittelt die Fahrt nach Y.

Gewinn machen alle 3: A erspart sich Geld im Verhältnis zu Preisen bei regulären Taxis, B bekommt Geld für die Mitnahme im eigenen Auto, und Uber kassiert Vermittlungsgebühr.

Vorteil/Motivation für Verbraucher/innen: Günstiger fahren als bei offiziellen Anbieter/innen, einfache Nutzbarkeit und jederzeitige Verfügbarkeit über App (Stichwort „smarte Mobilität“).

Vorteil/Motivation Unternehmen: Vermittlung von vorhandenen Gütern, geringe Fixkosten (z.B. keine Taxifunkzentrale), daher bessere Wettbewerbschancen.

Kritik: Umgehen von Steuern, rechtliche Aspekte werden ignoriert, mangelnder Schutz im Schadensfall – wer haftet bei einem Autounfall; [Exkurs: Lohndumping (d.h. Lohn wird dauerhaft niedrig gehalten), und keine rechtliche Absicherung bei den offiziellen Fahrer/innen von Uber – betrifft nicht das Sharing-Modell UberPop].

Shpock (steht für Shop in your pocket)

Shpock ist eine Online-Marktplatz-Plattform, die mittels Nutzung einer App das private Kaufen und Verkaufen von Dingen in der Umgebung ermöglicht. Ähnlich wie auf willhaben oder auch Ebay können Konsument/innen jene Dinge zum Verkauf anbieten, die sie selbst nicht mehr brauchen, aber noch gut brauchbar sind und unter Umständen noch Abnehmer/innen finden.

Hier stehen Verbraucher – Verbraucher einander gegenüber. Auch hier erfolgt die Abwicklung über die Plattform. In der Basisvariante ist die Vermittlungsdienstleistung für beide kostenlos. In der „Premium“-Variante, die zusätzliche Serviceleistungen für die Anbieter/innen beinhaltet, zahlen anbietende VerbraucherInnen Entgelt für die Nutzung der Plattform.

Gewinn: Die Einen werden ihre Sachen los und bekommen dafür etwas Geld, die Anderen freuen sich über ein Schnäppchen. Auch wenn private Verkäufer/innen nicht davon leben können, handelt es sich zumindest um eine finanzielle Aufbesserung.

Vorteil/Motivation: Nachhaltigkeit, Gebrauchtes wird wieder verwendet, Verkäufer/in erspart sich die Entsorgung.

Kritik: In einem Verbraucher-Verbrauchergeschäft darf die sogenannte Gewährleistung vertraglich ausgeschlossen werden, d.h. wenn die Sache nicht funktioniert, hat man in aller Regel kein Recht, den Verkäufer zu verpflichten, die Ware zu reparieren bzw. das Geld zurückzubekommen, wenn keine Reparatur möglich ist bzw. ermöglicht wird.

Karlsplatz wird zum Urban Garden

Mit dem "Karls Garten" stellte die Stadt Wien im Jahr 2014 2.000 Quadratmeter für "Urban Gardening" im Stadtzentrum zur Verfügung. Der öffentliche Schau- und Forschungsgarten rund um die Kunsthalle soll zeigen, wie "Urban Gardening" in einer zentralen Stadtlage aussehen und funktionieren kann. Planung und Umsetzung erfolgte durch ein Team des gemeinnützigen Vereins „Karls Garten“. Mit dem Garten und einem umfassenden Rahmenprogramm will der Verein das Wissen über den landwirtschaftlichen Pflanzenanbau in der Stadt fördern. Über 50 Obst-, Gemüse- und Getreidesorten werden biologisch angebaut. Insbesondere für Schulen und Kindergärten werden Veranstaltungen, Workshops und Führungen vor Ort organisiert. Für Interessierte gibt es zudem Informations- und Lehrmaterialien. Um festzustellen, welche Anbaumethoden und Pflanzen sich für exponierte Stadtlagen wie den Karlsplatz besonders gut eignen, wurde unter anderem überprüft, welcher Boden in den Hochbeeten für den Gemüseanbau optimal ist. Der "Karls Garten" ist ein besonders spannendes Forschungsobjekt, weil es bislang wenig Erkenntnisse über Urban Gardening in einer derart exponierten Lage gibt.

(Quelle: <https://www.wien.gv.at/umwelt-klimaschutz/karls-garten.html>)

Vorteil/Motivation: Wiederentdeckung der Gemeingüter, gemeinsames Nutzen von brach liegender Fläche, alte Sorten wiederbeleben Nutzung, Gemeinde nimmt Verantwortung wahr

Kritik: Grundsätzlich abhängig von Förderung der Stadt Wien.

Kost-Nix-Laden in Friesach

Hier sind sowohl die Anbieter/innen als auch die Nachfragenden VerbraucherInnen.

In vielen Städten gibt es Initiativen wie der hier als Beispiel heraus gegriffene Kostnix-Laden in Friesach. Der Kostnix-Laden ist kein klassisches Geschäft. Hier können Gegenstände des täglichen Gebrauchs, Textilien, Spiele, Wintersportartikel, Schuhe, Bücher etc. mitbringen und etwas anderes mitnehmen. Es funktioniert nach dem Prinzip des Gebens und Nehmens: Leute kommen und bringen in den Kost-Nix-Laden, was sie nicht mehr brauchen, andere holen sich davon, was sie brauchen.

Kosten-Nix-Laden in anderen Städten: www.umsonstladen.at .

Hier gibt es nicht die klassische Kaufsituation wie im Geschäft - mal gibt man, mal nimmt man.

Gewinn: Für Erwerber/innen: je nachdem, ob man fündig wird. Für die, die die Ware hinbringen: eine sinnvolle Art Dinge los zu werden.

Motivation: Wiederverwertung, Umweltgedanke, Nachhaltigkeit.

LETS-Tauschkreis (<http://www.waffeltausch.at/>)

Hier handelt sich um einen Austausch von Leistungen und Waren ausschließlich zwischen Verbraucher/innen.

LETS steht für Local Exchange Trading System und ist ein gemeinnütziger Verein zur Errichtung eines bargeldlosen Tausch- und Verrechnungssystems, das Mitgliedern den Tausch von Leistungen und Waren ohne Verwendung von Bargeld ermöglicht. Die Währung ist Zeit. Für Personen ohne Computer oder zum Handel mit Tauschkreisen außerhalb des Verbunds gibt es zudem gedruckte Zeit-Wert-Scheine. Die eignen sich auch für Nicht-Mitglieder. So können auch sie die Angebote des Tauschkreises in Anspruch nehmen.

Ein Beispiel wäre die Reparatur einer Waschmaschine gegen Leistung einer Massagestunde.

Ganz ohne Geld geht es aber doch nicht. Teilnahmeberechtigt sind alle natürlichen Personen und Organisationen. Die Beitrittsgebühr beträgt 4,- € und der Mitgliedsbeitrag für das laufende Jahr wird aliquot mit 1,- € pro angefangenen Monat ab Vereinsbeitrittserklärung

verrechnet. Für die folgenden Jahre sind dann jeweils 36,- € oder 3,60 Stunden (wahlweise in € oder Stunden) zu bezahlen. Wer kann, kann mehr leisten! (Stand 2014 – laut Website).

Coachsurfing

Hier sind Anbieter/innen und Nachfragende ausschließlich Verbraucher/innen.

Coachsurfing ist ein kommerzielles und internetbasiertes Gastfreundschaftsnetzwerk. Die MitgliederInnen nutzen die Website, um eine kostenlose Unterkunft auf Reisen zu finden, selbst eine Unterkunft oder auch anderes anzubieten, wie beispielsweise einem Reisenden die Stadt zu zeigen. Den Kern des Angebotes bildet der Austausch von Gastfreundschaft. Beherbergungen beruhen auf Absprachen zwischen den Beteiligten. Dauer, Art und Beendigungen des Aufenthaltes werden in der Regel im Vorhinein vereinbart.

Es ist untersagt, für die vermittelten Übernachtungen Geld zu verlangen oder zu bezahlen, da dies dem CouchSurfing-Prinzip widerspricht. Gäste können jedoch einen Betrag an die Kosten für Mahlzeiten oder Wäsche bezahlen, falls dies von den Gastgeber/innen offeriert und vom Gast in Anspruch genommen wird.

Oft organisieren Freiwillige unter den Mitglieder mehrtägige Treffen oder Lager, um Menschen einander näher zu bringen.

(Quelle: Wikipedia)

Gewinn: Kein Geld fürs Übernachten.

Vorteil: Gastfreundschaft, Kennenlernen neuer Menschen und Kulturen, günstig Reisen, kostenlos Nächtigen.

BlaBlaCar (www.blablacar.de)

BlablaCar ist eine internationale Online-Mitfahrzentrale. An sich erfolgt der Einstieg über die deutsche Website www.blablacar.de. Mittlerweile ist die größte österreichische Plattform www.mitfahrgelegenheit.at ein Teil von BlaBlaCar.

Hier stehen Verbraucher – Verbraucher einander gegenüber. Auch hier erfolgt die Abwicklung über die Plattform.

Das Funktionsprinzip einer Mitgliedschaft besteht darin, dass Fahrer/innen, die eine Autofahrt planen, ihre freien Plätze unter Angabe der Wegstrecke und des Preises anderen Mitgliedern anbieten können. Interessierte Mitfahrer/innen kontaktieren den/die entsprechende Fahrer/in. Sie reisen dann zusammen und der bzw. die Mitfahrer/in zahlt dem Fahrer eine Kostenbeteiligung. BlaBlaCar schlägt dabei für alle Mitfahrenden einen Preis vor, den die Fahrer/innen je nach Fahrkomfort des Autos, auch für Teilstrecken,

anpassen können. Damit die Fahrer/innen keine Gewinne durch ihren Dienst erzielen können, sind die Preise pro Fahrt gedeckelt.

(Quelle: Wikipedia)

Gewinn: Kosten, wie z.B. Benzin, werden geteilt, Fahrtkosten für die Mitfahrenden geringer als mit der Bahn oder mit dem eigenen Auto.

Vorteil: Umweltgedanke, Vorhandenes wird geteilt und genützt, man muss nicht selbst ein Auto besitzen, neue Kontakte.

Kritik: Haftungsfragen z.B. wer zahlt bei einem Autounfall?

FoodCoop Klappertopf (www.klappertopf.at)

FoodCoop (Food Cooperative, zu Deutsch: Lebensmittelkooperative) ist der Zusammenschluss von Personen und Haushalten, die selbstorganisiert biologische Produkte direkt von lokalen Bauernhöfen, Gärtnereien, Imkereien etc. beziehen. Historischer Vorläufer sind die Konsumgenossenschaften des neunzehnten Jahrhunderts oder auch Erzeuger/innen-Verbraucher/innen-Gemeinschaften.

(Quelle: <http://foodcoops.at>)

Wie das im Einzelnen funktioniert, ist von Fall zu Fall unterschiedlich. Die Foodcoops funktionieren in der Regel mittels verteilter Arbeit und kollektiver Verwaltung. Oft unterscheidet man zwischen Bestellfoodcoops, bei denen nur gemeinsam bestellt wird, Lagerfoodcoops, die ein gemeinsames Warenlager unterhalten, und Mitgliederläden, bei denen eingestelltes Personal für den Unterhalt eines gemeinsamen Ladens sorgt.

(Quelle: Wikipedia)

Hier treffen Verbraucher/innen auf erzeugende und herstellende Unternehmen von Produkten, wie z.B. Landwirte/innen. Damit werden die Verträge zwischen einem Unternehmen (in der Regel der Landwirt) und Verbraucher/innen abgeschlossen. Die Abwicklung, wie z.B. das Abholen, Lagern, Verwalten und Verteilen der Ware, übernehmen ehrenamtlich, d.h. ohne Geld zu verlangen, Verbraucher/innen.

Gewinn: Bsp. Der Landwirt erhält Geld, der Verbraucher Ware direkt günstig vom Erzeuger.

Vorteil für Verbraucher/innen: Lebensmittel aus ökologischem Anbau zu günstigeren Preisen, Förderung der ökologischen Landwirtschaft (Verzicht auf Pestizide und Gentechnik), Unterstützung von Bauern aus dem Umland, Förderung des fairen Handels, Wissen um die Herkunft des eigenen Essens.

Vorteil für Unternehmen: Direktvermarktung, kurze Transportwege, keine Zwischenhändler.

Usetwice:

Hier stehen Verbraucher – Verbraucher einander gegenüber. Auch hier erfolgt die Abwicklung über die Plattform.

Hinter usetwice (www.usetwice.at) steckt eine Website, auf der Gegenstände, die sie selbst kaum nutzen, an andere vermieten können.

Der **Gewinn** liegt weniger im Geld (Vermieter/innen bekommt ein geringfügiges Entgelt) als in der Idee Vorhandenes zu teilen: Die Mieter/innen ersparen sich den Kauf oder eine lange Suche, die Vermieter/innen können ihre Sachen teilen und damit nebenher was verdienen. Die dahinter stehende Idee ist die Nachbarschaftshilfe.

Vorteil: Verfügbarkeit statt Eigentum, soziale Kontakte in der Umgebung, „einander helfen und unterstützen“

Kritik: Das Angebot auf der Website ist beschränkt und lebt von der Bekanntheit der Website. Unter Umständen bietet usetwice gerade nicht das an, was man sucht. Die Abholung der Ware kann unter Umständen einen gewissen Aufwand nach sich ziehen, z.B. befindet sich das gewünschte Partyzelt in einer entfernten Stadt.

Eatwith (www.eatwith.com)

Social Dining nennt sich der Trend, bei dem sich völlig unbekannte Menschen bei lokalen Hobby-Köchen zum gemeinsamen Essen treffen. So bringen Online-Dienste wie unter anderem Eatwith, in verschiedenen Ländern wildfremde Menschen zusammen, um miteinander zu essen. Alle Gastgeber/innen beschreiben sich und ihre Küche auf der Website und geben praktische Zusatzinfos wie Lage der Wohnung, die maximale oder minimale Anzahl der Gäste, die bekocht werden, sowie die erwartete Dauer des Essens. Die Gäste zahlen einen vorab vereinbarten Preis für ein Menü, was die Kosten für die Zutaten und den Arbeitsaufwand der Köche/innen abdecken soll.

Hier stehen Verbraucher – Verbraucher einander gegenüber.

Gewinn: Die einen teilen ihre Wohnung und ihre Kochkünste. Die anderen genießen und lernen Neues kennen.

Vorteil: Billiger als in Restaurants, Kennenlernen neuer Leute und fremder Küchen und somit auch Kulturen.

Kritik: Wenn etwas in der Abwicklung des Vertrags schiefgeht, dann hat man in diesen Fällen keine realistische Chance, sein Geld zurückzubekommen. Preis ist Vereinbarungssache – ob man wirklich immer billiger als bei einem Restaurantbesuch aussteigt, bleibt dahingestellt.

Conda

Dabei handelt es sich um eine Crowdfunding/Crowdinvesting-Plattform. Hier stehen Verbraucher – Unternehmen einander gegenüber, die Plattform ist als Finanzierer dazwischen geschaltet.

Eine Finanzierungsvariante, bei der viele Personen mit vorwiegend kleinen Beträgen via Internet jungen Firmen beim Start helfen. Auf der Plattform werden Unternehmen bzw. deren Projekte vorgestellt, interessierte Geldgeber/innen können so genannte Substanzgenussscheine im Betrag zwischen 100,- und 3000,- € zeichnen.

Gewinn: Das Unternehmen erhält das nötige Startkapital, um sein Unternehmen bzw. sein Projekt zu finanzieren. Zusätzlich erhält es über die Plattform eine Finanzierungsberatung sowie ein entsprechendes Marketing und sonstige Serviceleistungen. VerbraucherInnen werden am Unternehmenswert und am möglichen Erfolg beteiligt. Conda als Vermittlungsplattform erhält zum einen eine Provision für die Finanzierungsberatung der Unternehmen, zum anderen einen Anteil an der erreichten Summe.

Vorteil: Als Verbraucher/in bekomme ich die Rolle des Finanzierers. Mein Beitrag kann mitentscheidend sein, dass ein Projekt realisiert wird. Identifikation mit dem Produkt.

Nachteil: Totalverlust des Gelds.

„Es geht!“ Crowdfunding-Initiative der BAWAG PSK am Beispiel von Macondo

Hier steht beim Crowdfunding der gute Zweck im Vordergrund und der Beitrag des Einzelnen stellt eine Spende für entweder ein bestehendes oder für ein eigenes Projekt dar. Die BAWAG P.S.K. stellt eine Plattform www.crowdfunding.at zur Verfügung. Hier finden sich alle möglichen Projekte, die Finanzspritzen brauchen, so auch das „Gardening Projekt – Macondo“. Die Bewohner/innen der Siedlung Macondo, von denen viele aus Krisengebieten gekommen sind, betreuen gemeinsam ein Gartengrundstück. Die 30 Familien sind Drittstaatsangehörige, Asylberechtigte, subsidiär Schutzberechtigte, die Nationalitäten – wie Afghanistan, Nepal, Pakistan, Syrien – vielfältig. In den Monaten Mai bis September werden verschiedene Workshops und Veranstaltungen zu den Themen Gesundheit, Umwelt, Mülltrennung, Ernährung und Sport angeboten. Im Rahmen eines Gardening-Projektes werden Nachbarschaftsgärten bepflanzt, Obst und Gemüse geerntet und in gemeinsamen Kochworkshops die Vielfalt der internationalen Küche entdeckt. Zum Abschluss des Projektes soll ein interkulturelles Kochbuch gedruckt werden.

Zur Durchführung dieser Workshops und des Gardening Projektes fehlte es an grundlegenden Materialien: Werkzeuge, Erde, Pflanzen, Sportgeräte, Mülltrennungsstartersets und vieles

mehr, aber auch Personalressourcen, um die Workshops abzuhalten. Dafür wurde finanzielle Unterstützung gesucht und gefunden.

Gewinn: Ein erfolgreiches Crowdfunding - ein Gewinn für alle - Projekt wurde zu 100% über die Plattform finanziert, ein „Miteinander“- unabhängig von Kultur, Nationalität und Religion, soziale Inklusion interkulturelles Miteinander iSv „Wurzeln schlagen“ – gelebte Integration, Obst, Gemüse und vielfältige Gewürze werden gemeinsam geerntet und in gemeinsamen Kochworkshops die Vielfalt der internationalen Küche entdeckt.

Nachteil: Auf Förderungen und finanzielle Zuschüsse angewiesen.

Gea

Heini Staudinger, Waldviertler Schuhhersteller hat einige Millionen € von Kund/innen, Freund/innen und Sympathisant/innen entgegengenommen, um seinen Betrieb zu finanzieren. Sie bekommen dafür vier Prozent Zinsen.

Gewinn und Vorteil für Staudinger: Staudinger hat bei der Bank keinen Kredit bekommen und hat daher nach einer alternativen Finanzierung gesucht. Durch das Geld der Kleinanleger/innen war es ihm möglich, den Betrieb aufrecht zu halten. Es war einer der ersten Crowdfunding-Modelle und hat auch eine Politdebatte über alternative Finanzierungsformen für Klein- und Mittelbetriebe in Gang gebracht.

Gewinn/Motivation für anlegende Verbraucher/innen: Sie hatten persönliches Vertrauen in Heini Staudinger, seine Produkte und in die erfolgreichen Fortführung seines Betriebs – Identifikation mit der Sache selbst.

Kritik: Beim Finanzierungsmodell Staudingers handelt es sich nach Rechtsmeinung der Finanzmarktaufsicht um ein unzulässiges Bankgeschäft, wofür er eine Konzession gebraucht hätte, die er allerdings nicht hatte. Deshalb gingen sowohl die Behörde wie Gericht gegen ihn vor (siehe dazu Zeitungsartikel und Lösungsblatt).