

STRUKTURSTUDIE »BWSHARE«

KURZFASSUNG

GEMEINSCHAFTLICHE NUTZUNG VON RESSOURCEN – CHANCEN UND
HERAUSFORDERUNGEN DER SHARING ECONOMY FÜR DIE ETABLIERTE WIRTSCHAFT
IN BADEN-WÜRTTEMBERG



Herausgeber
Wilhelm Bauer (Hrsg.)

Autoren
Helge Spindler, Simone Martinetz, Daniel Friz

STRUKTURSTUDIE »BWSHARE«

Gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen – Chancen und Herausforderungen
der Sharing Economy für die etablierte Wirtschaft in Baden-Württemberg

GEFÖRDERT DURCH



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR FINANZEN UND WIRTSCHAFT

Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Studie überwiegend das generische Maskulinum genutzt (z. B. Mitarbeiter). Dies gibt keinerlei Auskunft über das Geschlecht und stellt keine implizierte Geschlechterdiskriminierung des weiblichen Geschlechts dar. Frauen und Männer mögen sich gleichermaßen angesprochen fühlen.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Abbildungsverzeichnis	4
1 Ausgangslage	6
2 Zielsetzung und Kernfragestellungen	6
3 Fokus der Studie	8
4 Methodische Durchführung und Vorgehensweise	9
5 Kernbefunde der Gesamtuntersuchung	11
6 Handlungsbedarf	12
6.1 Regulierung einer Sharing Economy.....	12
6.2 Optionen für die etablierte Wirtschaft.....	12
6.3 Forschungsbedarf.....	13
6.4 Übergeordnete Aspekte.....	14
7 Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung	16



Prof. Dr. Wilhelm Bauer

Vorwort

Vorwort

Die Sharing Economy boomt seit einigen Jahren. Immer mehr Konsumenten entdecken den Trend »Nutzen statt Besitzen« für sich. Die nächste Übernachtungsmöglichkeit und das nächste Auto sind nur ein paar Klicks auf dem Smartphone entfernt. Konsumenten treten auch als Leistungsanbieter in Erscheinung und werden damit zu sogenannten »Prosumenten«. Digitale Plattformen bringen private Anbieter und Nachfrager in großem Stil weltweit zusammen und entwickeln sich zum Teil zu Milliarden-Dollar-Unternehmen. Der Trend setzt sich länderübergreifend durch, vor allem in den USA sprießen Start-Ups wie Pilze aus dem Boden. Kaum ein Tag, an dem nicht eine weitere Nachricht zu dieser speziellen Form der digitalen Wirtschaft in den Medien zu finden ist.

Aber immer häufiger und lauter warnen kritische Stimmen beispielsweise vor einem »Plattformkapitalismus«, der teils unfairen Wettbewerb oder prekäre Arbeitsverhältnisse mit sich bringt. Unter dem Etikett »Sharing Economy« wird das digitale Teilen von überwiegend privaten Gütern und Dienstleistungen Gegenstand einer fortschreitenden Kommerzialisierung. Insbesondere in den Bereichen Mobilität und Tourismus können global agierende Protagonisten bemerkenswerte wirtschaftliche Zuwachsraten verzeichnen, ernten für ihr Geschäftsmodell aber auch reichlich Kritik. Dennoch erfreuen sich diese Vermittlungsplattformen großer Beliebtheit, sowohl von Seiten der Nutzer als auch in den Medien.

Welche Auswirkungen hat die Sharing Economy in all ihren Facetten auf die klassische verkaufsorientierte Wirtschaft? Wie gehen Unternehmen damit um, wenn der »Prosument« dank digitaler Technologien zum Konkurrenten werden kann? Wie sollen alteingesessene Branchen reagieren, wenn neue globale Player wie AirBnB oder Uber plötzlich die Regeln in regionalen und lokalen Märkten (mit-)bestimmen?

Sind die Umbrüche, die in jenen Branchen zu beobachten sind, nur Vorboten von ähnlichen Entwicklungen und Veränderungen in anderen Wirtschaftsbereichen? Wie stellen sich an einem Hochtechnologiestandort wie Deutschland und insbesondere in Baden-Württemberg etablierte Unternehmen auf den Trend einer digitalisierten Wirtschaft des Teilens und der gemeinschaftlichen Ressourcennutzung ein?

Die vor allem in Baden-Württemberg stark vertretene Automobilindustrie hat beispielsweise schon vor einer ganzen Weile darauf reagiert. Etablierte Unternehmen im Mobilitätssektor, in dem die Sharing Economy schon erkennbar Fuß gefasst hat,

Vorwort

haben bereits die Zeichen der Zeit erkannt und ihre Geschäftstätigkeit darauf hin ausgerichtet. Ich gehe davon aus, dass andere Unternehmen und weitere Branchen folgen werden. Viele dieser Unternehmen haben sogar nicht nur auf diesen Trend reagiert, sondern sich entschieden, die Entwicklung selber aktiv zu beeinflussen, um die Sharing Economy von morgen mitzugestalten.

Vorwort

Die Bedeutung der Entwicklung für den Wirtschaftsstandort Deutschland und vor allem für Baden-Württemberg hat die baden-württembergische Landesregierung klar erkannt. Die vorliegende Studie zu den Herausforderungen und Risiken der Sharing Economy für unsere traditionelle Wirtschaft ist daher – gefördert durch das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft – entstanden, um den Veränderungsprozess frühzeitig zu begleiten.

Ist die Sharing Economy aus Sicht traditioneller Wirtschaftsunternehmen nur ein Medienhype oder tatsächlich eine relevante Entwicklung? Bietet sie neue Marktpotenziale für klassische, produzierende Unternehmen? Wie schätzen diese Unternehmen nicht zuletzt das Wettbewerbspotenzial der Sharing Economy ein? Erste Antworten auf diese grundlegenden Fragestellungen aus Sicht der etablierten Wirtschaft legt das Fraunhofer IAO mit dieser Studie vor und möchte damit einen Beitrag leisten, unsere Wirtschaft auf ihrem möglichen Weg in die Sharing Economy von morgen zu unterstützen.



Prof. Dr. Wilhelm Bauer

Abbildungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Grundmodelle der Sharing Economy	7
Abb. 2	Wechselwirkungen von Sharing Economy und etablierter Wirtschaft im Studienfokus	8
Abb. 3	Größe der Unternehmen nach Beschäftigtenanzahl (N=107)	9
Abb. 4	Verteilung der Unternehmen auf Branchen (N=109)	10
Abb. 5	Empfohlener genereller Forschungsschwerpunkt zur Thematik »Die etablierte Wirtschaft auf dem Weg in eine Sharing Economy« als Fortführung der Strukturstudie BWShare	14
Abb. 6	Wo liegen die bisherigen Berührungspunkte der Befragten mit der Sharing Economy? (N=148)	16
Abb. 7	Einfluss der Sharing Economy auf die Organisation bzw. die Branche? (N=109)	17
Abb. 8	Welchen Einfluss hat die Sharing Economy auf die Organisation bzw. die Branche?	18
Abb. 9	Wie wird die Wettbewerberrolle der Sharing Economy gegenüber etablierten Unternehmen von den Befragten eingeschätzt? (N=163)	18
Abb. 10	Gewichtigkeit des Trends der Sharing Economy? (N=165)	19
Abb. 11	Wie wirkt sich die Sharing Economy auf die etablierte Wirtschaft aus – Transformation? (N=163)	19
Abb. 12	Wie wirkt sich die Sharing Economy auf Wirtschaft und Gesellschaft aus - Marktmacht? (N=162)	20
Abb. 13	Worin liegen Nutzen und Motivation für etablierte Unternehmen, um in der Sharing Economy als <i>Anbieter</i> aktiv zu werden? (N=126)	21
Abb. 14	In welchem aktuellen oder zukünftigen Anwendungsfeld einer Sharing Economy sieht sich das befragte Unternehmen? (N=109)	22

Abbildungsverzeichnis

Abb. 15	Wie wirkt sich die Sharing Economy auf Wirtschaft und Gesellschaft aus – Nachfrage? (N=163)	23
---------	---	----

Abbildungsverzeichnis

1 Ausgangslage

1 Ausgangslage

Ausgangslage

Unter dem Etikett »Sharing Economy« ist das Teilen von überwiegend privaten Gütern und Dienstleistungen ein aufstrebendes Geschäftsmodell. Getrieben und ermöglicht durch moderne digitale Technologien ist es Gegenstand fortschreitender Kommerzialisierung und auch ein potenzieller Wettbewerbsfaktor für etablierte Unternehmen.

Diese Studie des Fraunhofer IAO, die wir gefördert durch das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft in Baden-Württemberg durchführen konnten, soll hierzu auch einen spezifischen Beitrag leisten, indem sie das Thema »Sharing Economy« nicht in seiner ganzen globalen Breite analysiert, sondern unter dem bewusst ausgewählten Blickwinkel der etablierten Wirtschaft, die bis dato noch nicht allzu sehr mit der Sharing Economy in Berührung gekommen ist.

2 Zielsetzung und Kernfragestellungen

Die Studie soll aufzeigen, ob und inwieweit die bisherigen Konzepte und Ansätze der Sharing Economy Auswirkungen auf die etablierte Wirtschaft haben und welche heutige oder zukünftige wirtschaftliche Relevanz die Sharing Economy für etablierte Unternehmen *aus deren Perspektive* hat.

Inwieweit können Konzepte und Modelle einer gemeinschaftlichen Ressourcennutzung auch im industriellen und gewerblichen Bereich entweder als »Absatz-Projektionsfläche« für angestammte Branchen dienen? Oder können Prinzipien der Sharing Economy darüber hinaus auch als Enabler für neue Geschäftsmodelle oder das Adressieren neuer Marktsegmente fungieren?

Letzteres vor allem vor dem Hintergrund der Annahme, dass der Trend der Sharing Economy nicht zwangsläufig zu einem disruptiven Wandel in eben diesen angestammten Wirtschaftszweigen führen muss, sondern hier auch zu Diversifizierung und Erweiterungen in Form neuer Geschäftsfelder oder -modelle beitragen kann.

2 Zielsetzung und Kernfragestellungen

Zu diesem Zweck adressiert unsere Studie folgende Kernfragestellungen – mit Fokus auf etablierte klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU), die das Rückgrat der deutschen und baden-württembergischen Wirtschaft bilden:

- Sehen traditionelle Unternehmen einen Nutzen oder Antrieb bzgl. der Anwendung von Mechanismen einer »Sharing Economy« als Wirtschaftsform?
- Ist die bisherige und die prognostizierte Entwicklung der Sharing Economy – im positiven wie im negativen Sinne – eher ein überzeichnetes Trendthema oder durchaus wirtschaftliche Realität in etablierten Branchen?
- Konzentrieren sich die Potenziale und Begleiterscheinungen der Sharing Economy auf typische Kernfelder wie Mobilität, oder erwarten klassische Unternehmen ein Übergreifen dieser Konsum- und Wirtschaftsform auch auf andere Bereiche?
- Sehen diese Unternehmen die Möglichkeit, dass die Wirtschaft hier ggf. einen relevanten Trend versäumt oder gar zu spät erkennt?
- Sind B2C- oder gar B2B-Ansätze einer Sharing Economy (vgl. Abb. 1) als erstzunehmende Geschäftsfelder und Zukunftsthemen strategisch relevant?

Zielsetzung und Kernfragestellungen

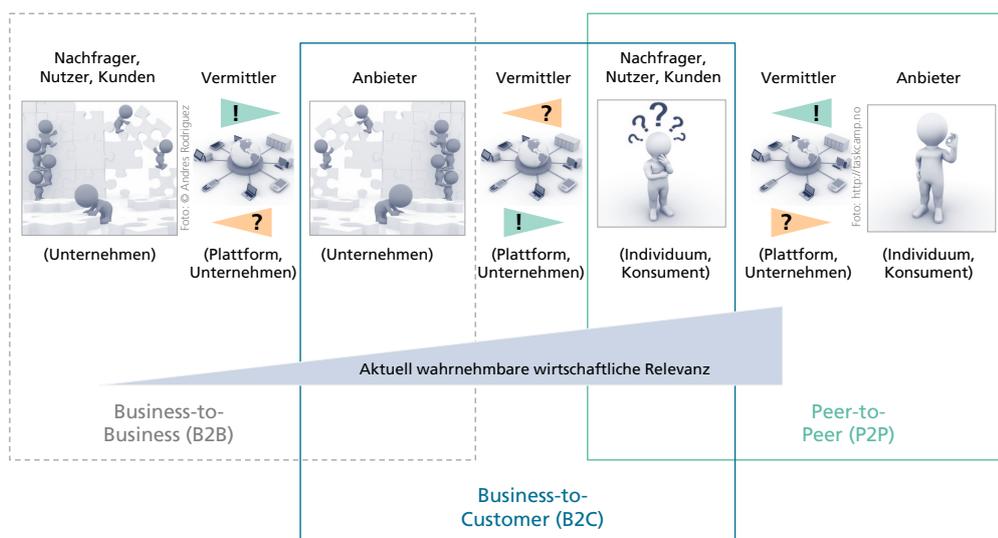


Abb. 1 Grundmodelle der Sharing Economy

3 Fokus der Studie

3 Fokus der Studie

Fokus der Studie

Die folgenden Analyseperspektiven (vgl. Abb. 2) spielten in den Befragungen eine besondere Rolle:

- Ist die Sharing Economy aus Sicht traditioneller Wirtschaftsunternehmen eine relevante Entwicklung?
- Bietet die Sharing Economy Chancen auch für etablierte (z.B. produzierende) Unternehmen?
- Wie schätzen etablierte Unternehmen die für sie eventuell entstehenden Risiken durch eine Sharing Economy ein?

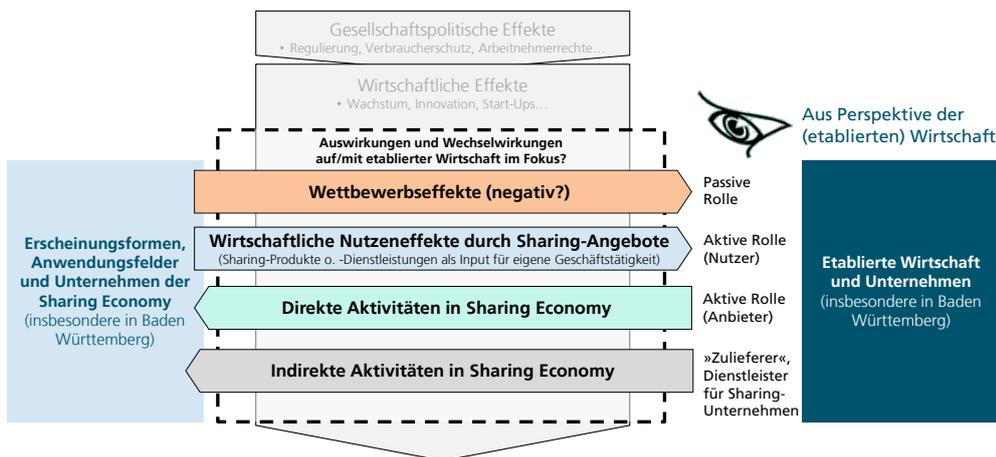


Abb. 2 Wechselwirkungen von Sharing Economy und etablierter Wirtschaft im Studienfokus

4 Methodische Durchführung und Vorgehensweise

4 Methodische Durchführung und Vorgehensweise

Methodische Durchführung und
Vorgehensweise

Zwei empirische Erhebungsverfahren wurden eingesetzt. Eine quantitative Online-Befragung wurde durch eine Reihe qualitativer Experteninterviews begleitet.

- Stichprobengröße: Expertenbefragung: N=30; Online-Befragung: N=165; Rücklaufquote: 2,4 Prozent
- Studientyp: Querschnittsuntersuchung
- Experten aus Wirtschaft, Forschung und Politik wurden für persönlich-mündliche Interviews ausgewählt.
- Die quantitative Befragung richtet sich unter Verwendung eines Mixed-Mode-Ansatzes an Unternehmensvertreter und Akteure aus Wirtschaft, Verbänden, Politik und sonstigen für den Untersuchungsgegenstand relevanten Organisationen deutschlandweit, jedoch mit einem regionalen Befragungsschwerpunkt auf Baden-Württemberg:
 - Akteure – vorrangig die Geschäftsleitung – in Baden-Württemberg ansässiger Unternehmen bzw. Niederlassungen,
 - Akteure – vorrangig Geschäftsleitung bundesweit ansässiger Unternehmen bzw. Niederlassungen,
 - Akteure aus Politik, Verbänden und sonstigen relevanten Organisationen.

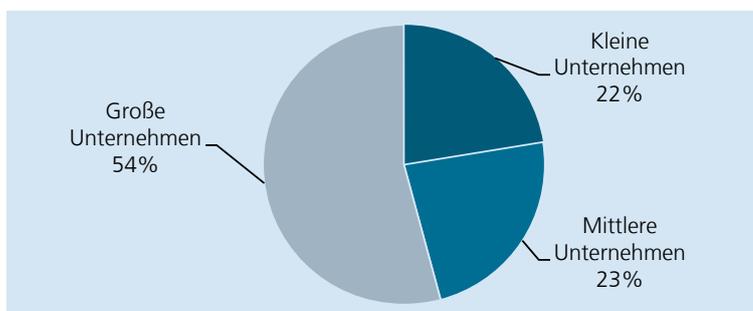


Abb. 3 Größe der Unternehmen nach Beschäftigtenanzahl (N=107)

4 Methodische Durchführung und Vorgehensweise

Die Klassifizierung der Befragungsteilnehmenden nach Unternehmensgröße (vgl. Abb. 3) orientierte sich an der gängigen Einteilung in kleine Unternehmen (ein bis 25 Mitarbeitende), mittlere Unternehmen (26 bis 250 Mitarbeitende) und große Unternehmen (ab 251 Mitarbeitende).

Methodische Durchführung und Vorgehensweise

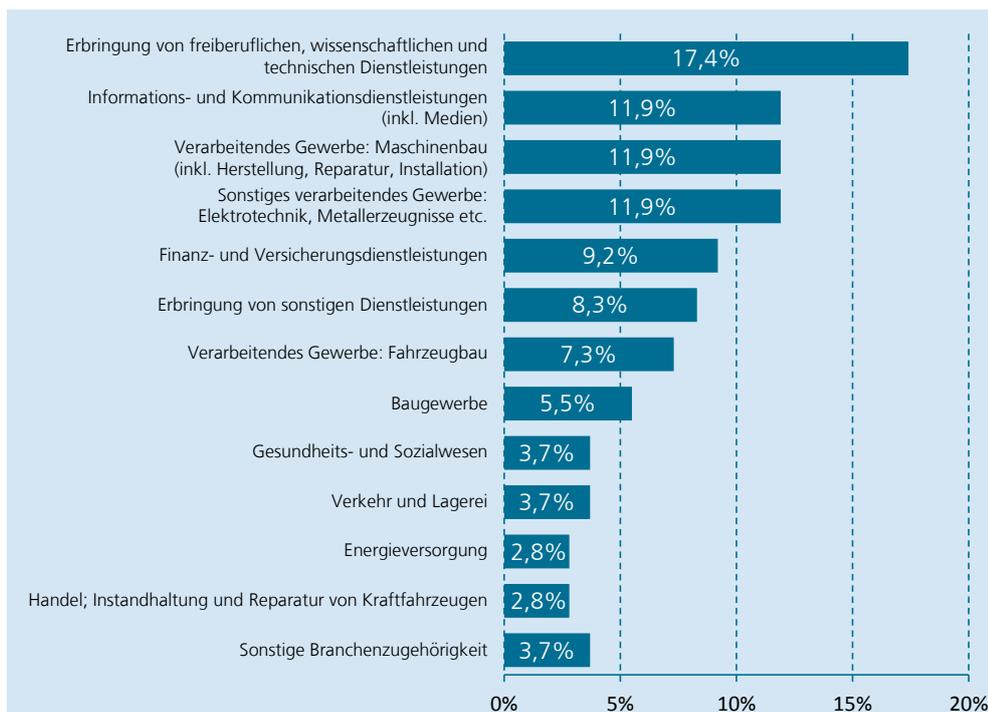


Abb. 4 Verteilung der Unternehmen auf Branchen (N=109)

Mit Hinblick auf die Branchenzugehörigkeit ist herauszustellen, dass Informationen von Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen in die Studienergebnisse eingeflossen sind. Mit 17,4 Prozent stellen hierbei Unternehmen aus dem Bereich von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen die am stärksten vertretene Gruppe dar. Unternehmen des Bereichs Informations- und Kommunikationsdienstleistungen – inklusive Medien – sowie der Maschinen- und Anlagebau aus dem Bereich des verarbeitenden Gewerbes nehmen mit einem Anteil von je 11,9 Prozent Platz zwei der am stärksten vertretenen Gruppen ein.

5 Kernbefunde der Gesamtuntersuchung

5 Kernbefunde der Gesamtuntersuchung

Kernbefunde der
Gesamtuntersuchung

- Die Wahrnehmung und Beurteilung der Sharing Economy in der etablierten Wirtschaft ist aktuell noch stark durch Medienberichterstattung und die Wahrnehmung der gegenwärtigen P2P-Sharing Economy (angloamerikanischen Zuschnitts) geprägt (vgl. Abb. 1).
- Das Wissen über den Umgang mit oder gar die Teilnahme an einer Sharing Economy ist in der etablierten Wirtschaft noch nicht sonderlich stark ausgeprägt.
- Die Sharing Economy ist bei vielen etablierten Wirtschaftszweigen noch nicht angekommen und wird dort kaum als Bedrohung wahrgenommen.
Ausnahmen: Wirtschaftsbereiche, in denen die aktuell wahrnehmbare Sharing Economy eine durchaus auch negativ wahrgenommene Wettbewerbswirkung entfaltet, z.B. das Übernachtungs- und das Personentransportgewerbe, sowie der Bereich der privaten Dienstleistungen.
- Etablierte Unternehmen stehen der Sharing Economy als ambivalentem Thema noch eher abwartend gegenüber. Ihnen ist aber mehrheitlich bewusst, dass sie - wenn nicht in schon direkter Auseinandersetzung mit der Thematik – sich über kurz oder lang über die Kernelemente und Wegbereiter »Digitalisierung von Geschäftsmodellen« und »Individualisierung von Produkten und Leistungen« mit größtenteils noch unklar umrissenen Formen einer Sharing Economy werden auseinandersetzen müssen.
- Eine Mehrheit der befragten Unternehmen sieht in der Sharing Economy einen zukünftig nicht zu vernachlässigenden Wettbewerbsfaktor für etablierte Branchen.
- Das Prinzip der gemeinschaftlichen Ressourcennutzung wird in der etablierten Wirtschaft durchaus als Option für zukünftige strategische Wettbewerbsvorteile und geschäftlichen Erfolg gesehen.
- Viele etablierte Unternehmen erwarten generell eine Verstärkung des Trends hin zu nutzungsorientierten Abrechnungsmodellen oder allgemeiner zu »Nutzen statt Besitzen« bei Privat- und auch Geschäftskunden in traditionellen Branchen.

6 Handlungsbedarf

6 Handlungsbedarf

Handlungsbedarf

6.1 Regulierung einer Sharing Economy

- Die Anforderungen an gesetzliche Rahmenbedingungen zur Sharing Economy und deren eventuell ambivalente Wirkungsweisen sind auf Seite der etablierten Wirtschaft über die Branchen hinweg noch zu heterogen und zu diffus, um darauf aufbauend klare gesetzgeberische Aktivitäten entfalten zu können:
 - Einerseits ergaben die Befragungen teilweise Forderungen, die sich auf die aktuelle P2P-Sharing Economy und ihre Wettbewerbswirkung in einigen wenigen Wirtschaftsbereichen beziehen. Diese vermischen sich aber mit Einschätzungen, die bereits zukünftige Entwicklungsstufen einer Sharing Economy auch und gerade in etablierten Wirtschaftsbereichen und anderen Anbieter-Kunden-Strukturen (B2C, B2B) im Auge haben.
 - Datenschutzregularien beispielsweise werden – nicht zuletzt aufgrund von Erfahrungen mit der bestehenden Sharing Economy – einerseits als wichtig und notwendig angesehen, gleichzeitig werden sie aber auch als potenzielle Hürde für die Wettbewerbsfähigkeit in einer globalisierten Umgebung digitalisierter Geschäftsmodelle kritisch beobachtet.
 - Experten fordern teils auch eine Abwägung von bestehenden gegenüber neu zu schaffenden Regularien, d.h. vor der Erhöhung der Regulierungsdichte sollte eine Überprüfung von Angemessenheit und Einhaltung bestehender Regularien im Kontext unterschiedlicher Sharing Economy-Märkte Vorrang haben.

6.2 Optionen für die etablierte Wirtschaft

- Um sich gegen Wettbewerb aus der aktuellen Sharing Economy zu wappnen oder mit einem eigenen »Sharing-Geschäftsmodellen« proaktiv aufzutreten, sollten etablierte Unternehmen nach Experteneinschätzungen:
 - sich gedanklich und planerisch von gängigen Mustern der existierenden P2P-Sharing Economy lösen,
 - nicht nur eine Wandlung hin zum Serviceanbieter durchlaufen und entsprechende Kompetenzen aufbauen, sondern *aktiv die Transformation hin zum*

6 Handlungsbedarf

*Softwareunternehmen vornehmen zu Gunsten ihres Wettbewerbsvorteils
»Softwaresysteme für (Sharing-)Plattformen«,*

Handlungsbedarf

- die eigenen bestehenden Geschäftsmodelle in Richtung geeigneter Sharing-Konzepte innovieren gemäß dem Motto: *»Selber den »Rulebreaker« spielen bevor es andere schmerzhaft tun«,*
- beim Einstieg in eine Sharing Economy *nicht alles auf eine Karte, sprich ein bestimmtes Sharing-Geschäftsmodell, setzen* – insbesondere wenn es sich bei ihnen um KMU mit deutlich limitierten Ressourcen handelt,
- sich in Kooperationen oder individuell dem *Aufbau digitaler Geschäftsmodelle* widmen, die auf Modellen der kundenseitigen Ressourcennutzung, »sharing-gerechten« Produkt-/Dienstleistungsbündeln, sowie erforderlichen Infrastruktur- und Technologiesystemen fußen.
- Vielmehr sollten sie *unterschiedliche Ansätze und Geschäftsmodelle im kleineren Maßstab ausprobieren*, bei erfolgreichem Einsatz ausbauen und auf andere Geschäftsbereiche übertragen (*»Schnellboot-Strategie«*).
- Beispiele aus der Praxis lassen vermuten, dass die Nutzung unternehmensexterner Optionen und Ressourcen einer P2P-Sharing Economy für die unternehmenseigene Wertschöpfungskette ein Weg sein könnte, um ggf. den *Einstieg in eine Sharing Economy über »Testballons«* zu beginnen.

6.3 Forschungsbedarf

- Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten (Wissenschaft und Wirtschaft) und Forschungsförderung (Politik) sollten zukünftig über die Ausprägungen, Auswirkungen und vermuteten Entwicklungspfade der aktuellen P2P-Sharing Economy hinausgehen und
 - die Belange etablierter Unternehmen, insbesondere in Baden-Württemberg, mit B2C- und B2B-Geschäftsmodellen bzw. –leistungsangeboten im Fokus haben,
 - den Charakter der Sharing Economy als ein Querschnittsthema bzw. ein integrierendes Anwendungsfeld berücksichtigen, d.h. zu antizipieren, dass benachbarte Forschungs-, Technologie- und Anwendungsfelder als Treiber oder »Einfallstore« für eine zukünftige Sharing Economy mit Beteiligung etablierter Unternehmen fungieren können.

6 Handlungsbedarf

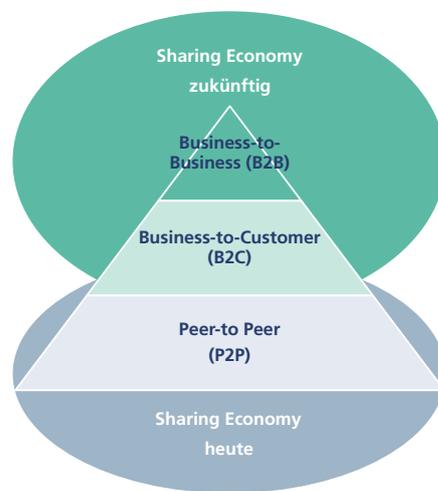


Abb. 5 Empfohlener genereller Forschungsschwerpunkt zur Thematik »Die etablierte Wirtschaft auf dem Weg in eine Sharing Economy« als Fortführung der Strukturstudie BWShare

- Wichtige (übergeordnete) Themenbereiche mit Bezug zu bzw. inhaltlichen Schnittmengen mit einer Sharing Economy, die nach Studienerkenntnissen den Rahmen für die Definition relevanter Forschungsaktivitäten bilden können, sind:
 - »Digitalisierung« (vor allem i.S.v. digitalen Geschäftsmodellen)
Ziel ist die Digitalisierung industrieller Wertschöpfungsprozesse und Ermöglichung von auf kollaborativer Ressourcennutzung basierenden Geschäftsmodellen.
 - »Industrie 4.0« (auch in Verbindung mit dem »Internet der Dinge«)
Ziel ist die Erzielung von Synergien zwischen dem konsumorientierten Forschungsfeld »Sharing Economy« und dem produktionsorientiertem Feld »Industrie 4.0«.
 - »Produkt- und Dienstleistungsentwicklung«
Ziel ist die integrative Konzeption »sharing-gerechter« Leistungsangebote durch Produkt- und Dienstleistungskombinationen.

6.4 Übergeordnete Aspekte

- Die Sharing Economy hat für die etablierte Wirtschaft noch hohen Definitions- und Klärungsbedarf. Zu heterogen in Wahrnehmung und Schlussfolgerung sind die konzeptionellen Elemente sowie die Erfolgs- und Risikofaktoren des

6 Handlungsbedarf

Wirtschaftsprinzips Sharing Economy (vor allem wenn es eher als Geschäftsmodell und weniger als spezifisches Konsumverhalten gesehen wird).

- Die Sharing Economy ist, mit Ausnahme einiger weniger Branchen, noch nicht wahrnehmbar in der etablierten Wirtschaft angekommen. Dies gilt für B2C- und vor allem für B2B-Bereiche. Dieser Befund betrifft die Sharing Economy als direkter Wettbewerber für etablierte Unternehmen, aber auch die Chancen und strategischen »Business Options«, die sich zukünftig für traditionelle Branchen aus dem Sharing-Trend und einem vermeintlich unaufhaltsamen Voranschreiten digitaler Geschäftsmodelle ergeben können.

Handlungsbedarf

7 Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

7 Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

Auszüge aus den Ergebnissen der
Online-Befragung

Die Wahrnehmung der Sharing Economy in der etablierten Wirtschaft ist stark fokussiert und medial geprägt

Das Phänomen Sharing Economy ist in der überwiegenden Wahrnehmung etablierter Unternehmen und Wirtschaftsorganisationen durch Inhalte und Wertungen medialer Berichterstattung geprägt (vgl. Abb. 6). Diese erstreckt sich vor allem auf einige prägnante Anwendungsfelder der Sharing Economy wie Mobilität und Tourismus sowie eine Handvoll »prototypischer« Anbieter, sprich Vermittlungsplattformen.

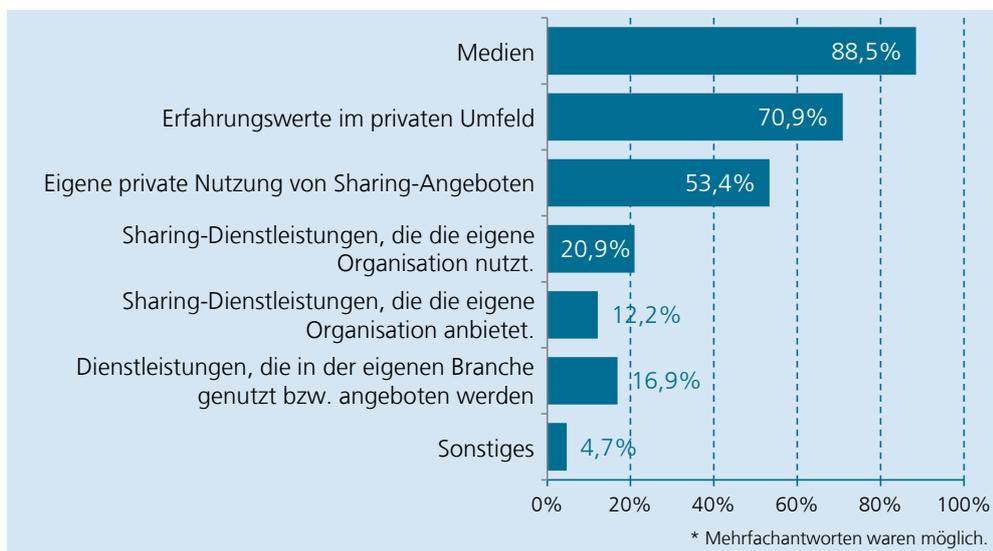


Abb. 6 Wo liegen die bisherigen Berührungspunkte der Befragten mit der Sharing Economy? (N=148)

Ein deutliches Übergewicht von Publikationsmedien und privatem Umfeld als Informationsquellen bzgl. der Sharing Economy ist zu verzeichnen. Unsere primäre Schlussfolgerung hieraus ist, dass die Sharing Economy in ihrer heutigen Form und in ihren Auswirkungen in den Branchen jenseits von Mobilität, Tourismus / Über-

7 Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

nachtungen und Finanzen im alltäglichen Geschäftsleben eine offensichtlich marginale Rolle spielt.

Auszüge aus den Ergebnissen der
Online-Befragung

Etablierte Unternehmen agieren wenig in der Sharing Economy

Fast zwei Drittel der befragten Unternehmen verneinen es, in der Sharing Economy als Nutzer oder Anbieter entsprechender Produkte und Dienstleistungen tätig zu sein (vgl. Abb. 7).

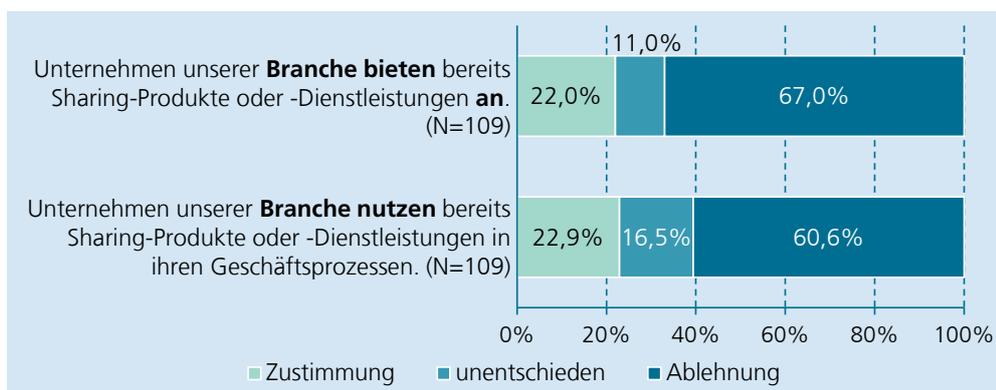


Abb. 7 Einfluss der Sharing Economy auf die Organisation bzw. die Branche? (N=109)

Die Sharing Economy wird in weiten Teilen der etablierten Wirtschaft kaum als Bedrohung wahrgenommen

Entgegen den bereits ausgeführten Wahrnehmungen in Wirtschaft und Öffentlichkeit zur teils als massiv bezeichneten Wettbewerbswirkung der Sharing Economy, ergab die Online-Befragung, dass etwa zwei Drittel der Befragten, die der Befragungsgruppe aus Unternehmen zuzuordnen ist, die Sharing Economy aktuell *nicht* als einen ernstzunehmenden Wettbewerbsfaktor für das eigene Unternehmen oder die eigene Branche wahrnehmen (vgl. Abb. 8).

7 Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

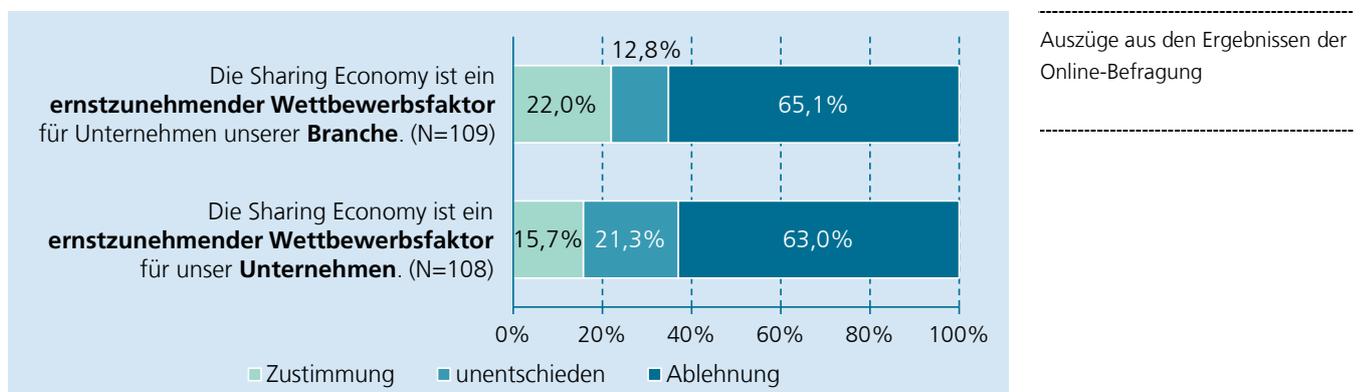


Abb. 8 Welchen Einfluss hat die Sharing Economy auf die Organisation bzw. die Branche?

Dennoch sind ebenso rund zwei Drittel der Befragten der Ansicht, dass sich zukünftig der Wettbewerbsdruck durch die Sharing Economy erhöhen wird (vgl. Abb. 9).

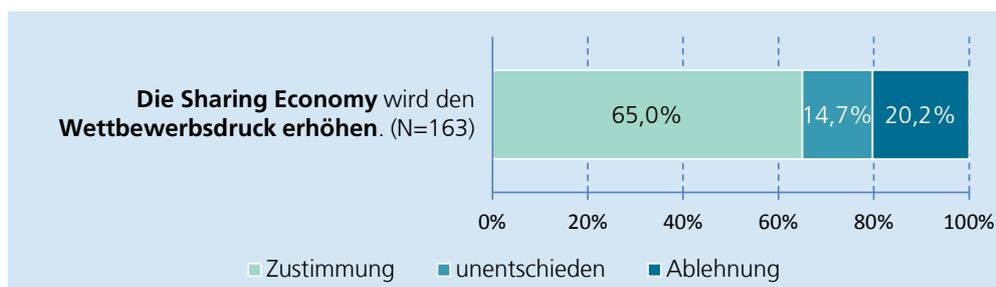


Abb. 9 Wie wird die Wettbewerberrolle der Sharing Economy gegenüber etablierten Unternehmen von den Befragten eingeschätzt? (N=163)

Etablierte Unternehmen stehen der Sharing Economy als ambivalentem Thema noch eher abwartend gegenüber

Einerseits sehen Unternehmen die Sharing Economy als vergleichsweise disruptive Wirtschaftsform auf dem Vormarsch. Andererseits findet in der betrieblichen Realität der etablierten Wirtschaft eine sehr zurückhaltende Auseinandersetzung damit statt. Befragt danach, welchen Einfluss die Sharing Economy zukünftig auf die Wirtschaft haben wird, zeigt sich ein deutlich anderes Meinungsbild (vgl. Abb. 10): Zwei Drittel der Befragten gehen davon aus, dass die Sharing Economy zukünftig einen großen

7 Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

Einfluss auf die Wirtschaft haben wird. Nur ein Zehntel der Befragten sieht in der Sharing Economy einen Trend mit zukünftig geringem Einfluss auf die Wirtschaft.

Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

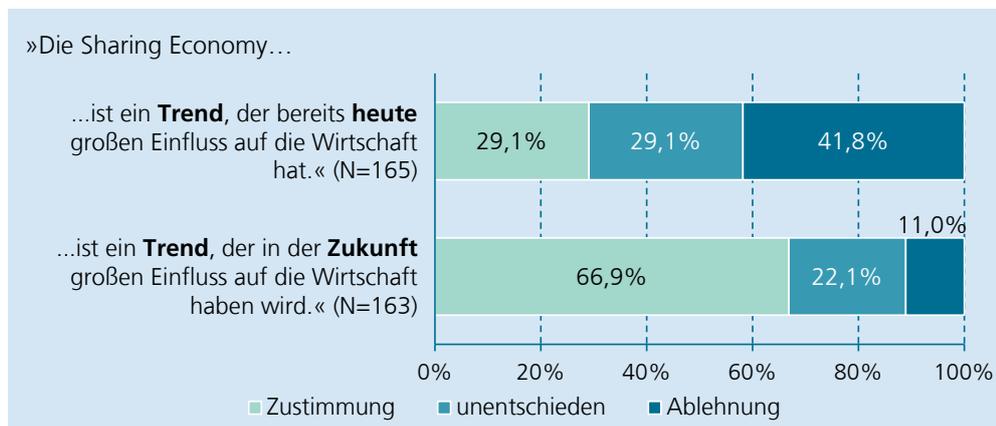


Abb. 10 Gewichtigkeit des Trends der Sharing Economy? (N=165)

Vom Produktionsbetrieb zum Serviceanbieter

In unserer Befragung wollten wir daher wissen, inwieweit Überlegungen zu einem möglichen Veränderungsdruck durch die Sharing Economy schon im Bewusstsein etablierter Unternehmen und Branchen angekommen sind, und ob der eindeutig im Vordergrund stehende Servicegedanke einer Sharing Economy für Unternehmen eine – zumindest gedankliche und planerische – Realität ist (vgl. Abb. 11).

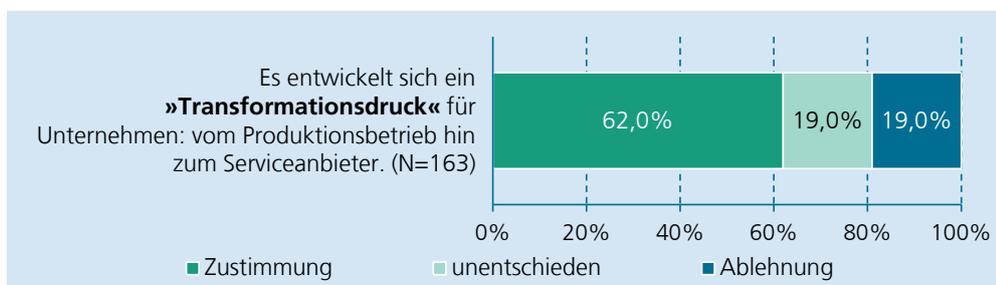


Abb. 11 Wie wirkt sich die Sharing Economy auf die etablierte Wirtschaft aus – Transformation? (N=163)

7

Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

Knapp zwei Drittel der Befragten sehen die Entwicklung eines »Transformationsdrucks« für Unternehmen von einem Produktionsbetrieb hin zu einem Serviceanbieter. Somit scheint für die Mehrheit der befragten Unternehmen ein grundlegender Kurs in Richtung Sharing Economy gesetzt zu sein.

Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

Die neue »Marktmacht« liegt in einer Sharing Economy bei den Besitzern der Kundeninformationen

Die Sharing Economy tritt gewissermaßen als »Rulebreaker« auf. Ihre erfolgreichen Geschäftsmodelle basieren auf dem Vorhandensein und der Nutzung einer allgemein verfügbaren, »kostenlosen« Infrastruktur – dem Internet. Etliche befragte Experten sehen in der Sharing Economy eine Entkopplung vom Infrastrukturbesitz eines Unternehmens für seinen Geschäftserfolg und der Macht über das Geschäft.

In anderen Worten bedeutet dies: Die Spielregeln des Geschäfts im Markt bestimmt nicht mehr der Eigentümer einer Infrastruktur sondern eher derjenige, der die Kundendaten und den damit verbundenen direkten Zugang zum Kunden besitzt.

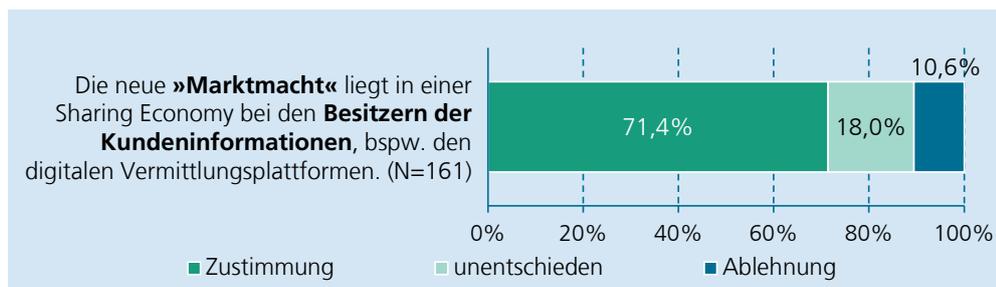


Abb. 12 Wie wirkt sich die Sharing Economy auf Wirtschaft und Gesellschaft aus - Marktmacht? (N=162)

Dass dies nicht nur eine wissenschaftlich-theoretische Überlegung zu sein scheint, belegen die Antworten aller befragten Unternehmen und Institutionen, die mit 71,4 Prozent in ihrer Mehrheit und aus ihrer betrieblichen Praxis heraus die neue »Marktmacht« in den Händen derjenigen Unternehmen oder Organisationen sehen, die den informatorischen Zugang zum Kunden bzw. Konsumenten, gewissermaßen »die letzte Meile zum Kunden«, beherrschen (vgl. Abb. 12).

7

Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

Klassische betriebswirtschaftliche Überlegungen sind Motivationsfaktoren für etablierte Unternehmen in einer Sharing Economy – Nachhaltigkeit nicht

Generelle Nachhaltigkeit bzw. Ressourceneffizienz als Grundmotivation für Unternehmen in die Sharing Economy einzusteigen, ist auch bei Sharing-Ansätzen im B2C- oder B2B-Kontext von nachrangiger Bedeutung. Dahingegen ist die wirtschaftlich im Sinne von Kostensenkungen bemerkbare Einsparung von Ressourcen vermutlich schon eher ein Thema in Zusammenhang mit einer Sharing Economy.

Bezüglich des Nutzens und der Motivation für Unternehmen in der Sharing Economy aktiv zu werden, wird vorrangig der damit verbundene Aufbau von Wachstumspotenzialen in neuen Geschäftsfeldern als »Kompensation« für gesättigte Märkte gesehen (vgl. Abb. 13).

Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

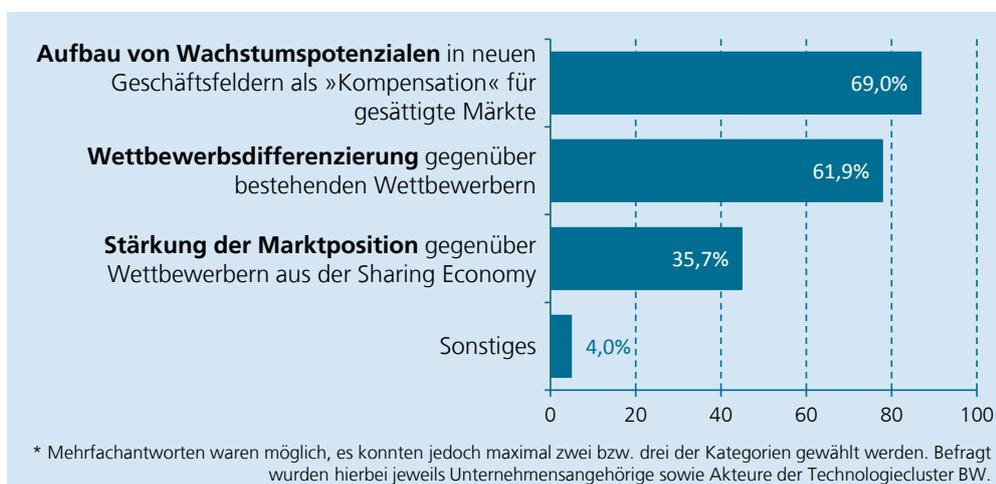


Abb. 13 Worin liegen Nutzen und Motivation für etablierte Unternehmen, um in der Sharing Economy als *Anbieter* aktiv zu werden? (N=126)

Die Mehrheit der befragten Unternehmen betrachtet (als Anbieter) die Sharing Economy als *eine* Chance zur Absicherung der eigenen wirtschaftlichen Zukunft.

Aus diesem Grund stellten wir auch die Frage nach dem Anwendungsfeld in einer (zukünftigen) Sharing Economy, in dem die jeweiligen Unternehmen nach eigener Einschätzung eingeordnet werden könnten, wenn es denn in einer Sharing Economy aktiv wäre bzw. werden würde. Diese Anwendungsfelder sind an dieser Stelle nicht mit

7 Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

einer Branchenstruktur zu verwechseln, denn diese waren in dieser Studie nicht Gegenstand einer systematischen Untersuchung. Vielmehr sind sie überwiegend deckungsgleich mit denjenigen Anwendungsfeldern (vgl. Abb. 14), in denen bereits Ansätze der Sharing Economy erkennbar sind oder für die allernächste Zukunft vermutet werden können.

Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

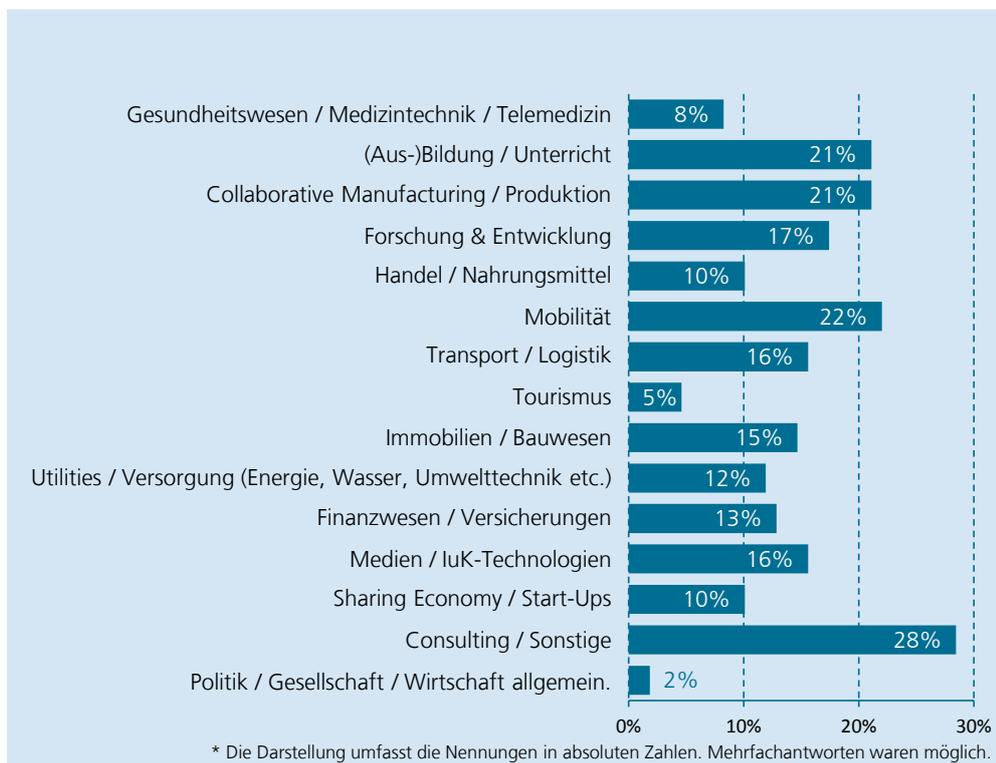


Abb. 14 In welchem aktuellen oder zukünftigen Anwendungsfeld einer Sharing Economy sieht sich das befragte Unternehmen? (N=109)

7 Auszüge aus den Ergebnissen der Online-Befragung

Der Trend »Nutzen statt Besitzen« ist gekommen, um zu bleiben

Drei Viertel der Befragten gehen von einem Wachstum der Nachfrage von Produkten und Services mit nutzerbezogener Abrechnung aus (vgl. Abb. 15). Nur ein kleiner Anteil der Befragten mit 9 Prozent vertritt eine andere Einschätzung.

Auszüge aus den Ergebnissen der
Online-Befragung

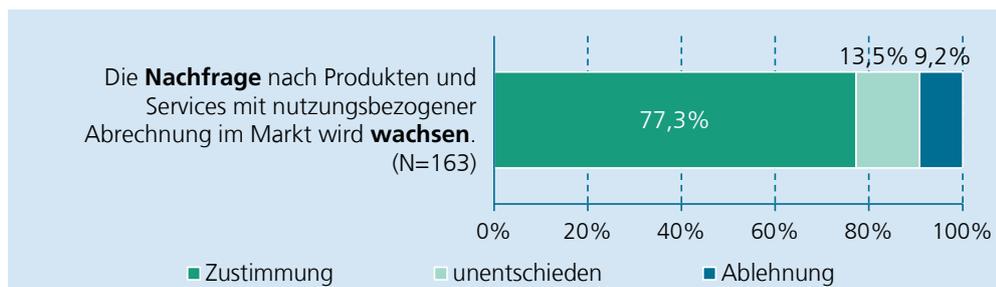


Abb. 15 Wie wirkt sich die Sharing Economy auf Wirtschaft und Gesellschaft aus – Nachfrage? (N=163)

Aus dieser Einschätzung bzgl. des Kernmerkmals einer Sharing Economy kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass etablierte Unternehmen sich früher oder später mit entsprechenden nutzungsorientierten Leistungsangeboten bzw. Geschäftsmodellen auseinandersetzen werden müssen, so sie es nicht schon frühzeitig proaktiv getan haben, um sich auf die Zukunft vorzubereiten und den Wettbewerbern »eine Nasenlänge voraus« zu sein.

Impressum

Kontaktadresse:

*Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und
Organisation IAO, Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart
www.iao.fraunhofer.de*

Helge Spindler

Telefon +49 711 970-2267

helge.spindler@iao.fraunhofer.de

Alle Rechte vorbehalten

Dieses Werk ist einschließlich all seiner Teile urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die über die engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes hinausgeht, ist ohne schriftliche Zustimmung des IAO unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Speicherung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von Warenbezeichnungen und Handelsnamen in diesem Buch berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Bezeichnungen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und deshalb von jedermann benutzt werden dürften. Soweit in diesem Werk direkt oder indirekt auf Gesetze, Vorschriften oder Richtlinien (z.B. DIN, VDI) Bezug genommen oder aus ihnen zitiert worden ist, kann das IAO keine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität übernehmen.

Unter dem Etikett »Sharing Economy« sind in den letzten Jahren auf internationaler Ebene Start-ups wie Pilze aus dem Boden geschossen. Das Teilen von überwiegend privaten Gütern und Dienstleistungen ist *das* neue Geschäftsmodell und damit Gegenstand einer fortschreitenden Kommerzialisierung. Möglich geworden ist dies unter anderem durch moderne Informations- und Kommunikationstechnologien. Insbesondere in den Bereichen Mobilität und Tourismus können global agierende Protagonisten bemerkenswerte wirtschaftliche Zuwachsraten verzeichnen. Kommerzialisierte digitale Vermittlungsplattformen erfreuen sich großer Beliebtheit von Seiten der Konsumenten und der Medien.

Ist die Sharing Economy aus Sicht traditioneller Wirtschaftsunternehmen nur ein Medienhype oder tatsächlich eine relevante Entwicklung? Lassen sich die Prinzipien des »Sharing« auf die Geschäftsmodelle etablierter Unternehmen übertragen und anwenden und kann eine Sharing Economy neue Marktpotenziale für klassische produzierende Unternehmen bieten? Nicht zuletzt stellt sich auch die Frage danach, wie diese den Wettbewerb der Sharing Economy aktuell, aber auch mit Blick auf zukünftige Entwicklungen einschätzen. Erste Antworten auf diese Fragestellungen aus Sicht der etablierten Wirtschaft legt das Fraunhofer IAO mit dieser Studie vor, die durch das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg gefördert wurde.