

# Teilen und tauschen statt kaufen

Der Kieler Innovationsforscher Frank Tietze über neue Konsumgewohnheiten, die Geschäftsmodelle und technischen Fortschritt

Mitwohntzentralen, Lesezirkel, Kleiderbasare? Die gibt es schon lange. Inzwischen werden jedoch auch Gärten, Bohrmaschinen und Kunstwerke gemeinschaftlich genutzt. Das Prinzip des Teilens und Tauschens ist in den letzten Jahren immer populärer geworden. Durch den technologischen Fortschritt sind Angebote entstanden, die früher gar nicht denkbar gewesen wären. Auch die Wirtschaft reagiert auf diese Entwicklung. Dr. Frank Tietze vom Institut für Innovationsforschung der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel beschäftigt sich mit der Frage, was erfolgreiche Geschäftsmodelle ausmacht und für welche Firmen der Trend besonders interessant ist.

**Herr Tietze, das Teilen und Tauschen gewinnt immer mehr an Bedeutung. Dabei ist die Idee nicht neu. Haben Sie eine Erklärung dafür?**

Sie haben recht. Im Grunde ist das ein ‚alter Hut‘. Eines der ältesten Beispiele ist wohl die Bibliothek. Bisher war das Aufbauen solcher Angebote jedoch sehr aufwändig, das Betreiben in der Regel sehr teuer. Durch neue Technologien ändert sich das. Sie gehören sicherlich zu den Schlüsselfaktoren für diese Entwicklung – allen voran das Internet, Smartphones und entsprechende Software. Dadurch ist es deutlich einfacher geworden, ein größeres Publikum zu erreichen.

**Sie sprechen von mehreren Faktoren. Es geht also nicht nur ums Internet...**

Die Technologie macht diese Entwick-

lung möglich. Es geht aber vor allem darum, dass sie inzwischen ausgereift ist und von vielen Menschen genutzt wird. Dass die Zeit jetzt reif dafür ist, die Möglichkeiten dieser Technologien mit der Idee des Teilens und Tauschens zu verknüpfen. Ein ganz anderer Faktor ist zudem, dass die Bedeutung des Besitzstandsdenkens für viele Produkte abnimmt. Mein Auto, meine Villa, mein Boot – das zählt heute für eine größer werdende Gruppe nicht mehr in dem Maße wie früher.



Tietze

**Wie können produzierende Unternehmen davon profitieren?**

Für Hersteller lohnt es sich nicht nur Produkte zu verkaufen, sondern auch zum Dienstleister zu werden. Dabei geht es nicht nur um das Vermieten von Dingen, sondern um Komplettangebote. Der Autobauer Daimler hat dies getan und die Tochterfirma Car2go gegründet. Sie bietet in diversen Großstädten einer wachsenden Zahl von Mitgliedern inzwischen die Nutzung von Smarts für Ein-Weg-Fahrten an. Car2go kümmert sich um alles, von der Wartung bis zur Versicherung.

**Und Dienstleister?**

Sie können ebenfalls davon profitieren. Ein klassischer Autovermieter kann sein Angebot so optimieren, dass der Kunde – beispielsweise was die Flexibilität betrifft – fast das Gefühl hat, er nutze sein eigenes Auto. So bietet Hertz inzwischen die Möglichkeit an, verschiedene Fahrzeugmodelle spontan stundenweise zu mieten. Dadurch

können Nutzer beispielsweise an Sonnentagen ein Cabrio für einen Ausflug an die Ostsee leihen oder bei Bedarf ein größeres Fahrzeug für den Transport von sperrigen Einkäufen.

**Im Zusammenhang mit solchen Geschäftsmodellen ist auch immer von Nachhaltigkeit die Rede. Was ist damit gemeint?**

Bleiben wir in der Autobranche. Das erste Argument in Sachen Nachhaltigkeit ist, dass das Produkt – hier also ein Leihfahrzeug – intensiver genutzt wird, weil es täglich von mehreren Personen gefahren wird. Das zweite Argument ist, dass Autobauer, die ihre Fahrzeuge vermieten, ein Interesse daran haben, diese langlebiger zu gestalten. Konventionelle Produkte werden häufig so entwickelt, dass sie nur eine bestimmte Lebensdauer haben, auch wenn das kaum jemand offen zugibt. Bei Betreibermodellen bleibt der Hersteller Eigentümer seiner Produkte und hat daher ein Interesse, diese möglichst lange nutzen zu können. Ein weiteres Beispiel: Bei Car2go zahlt man pro Miet-Minute eine Nutzungsgebühr. Darin sind die Spritkosten bereits enthalten. Das Unternehmen hat somit ein Eigeninteresse, Motoren zu entwickeln, die möglichst wenig verbrauchen. Das Interessante daran ist, dass die Firmen plötzlich aus ökonomischen Gesichtspunkten ökologisch nachhaltige Entscheidungen treffen.

**Wir haben jetzt viel über die Autobranche gesprochen...**

Sie finden ähnliche Modelle auch in anderen Wirtschaftszweigen. Im IT-Sektor gibt es neuerdings Cloud-Dienste, bei denen man Daten nicht auf der eigenen Festplatte hinterlegt, sondern sich externen Speicherplatz mit anderen Nutzern teilt. Auch Kunstwerke werden inzwischen vermietet. Und dann gibt es noch eine ganze Reihe an Start-ups, beispielsweise Internet-Portale, die Privatunterkünfte vermitteln und dadurch etablierten Hotels ernsthaft Konkurrenz machen.

**Gehen Sie davon aus, dass diese neuen Angebotsformen Zukunft haben?**

Ja, ich bin der Überzeugung, dass die Renaissance des Teilens und Tauschens keine Modeerscheinung ist. Internet und Smartphones sind inzwischen soweit verbreitet, dass die Nutzung diverser Angebote sehr nahe liegt. *Interview: Tanja Nissen*