

Newsletter

Was meins ist, ist deins – Sharing Economy

Wer teilt, gewinnt – ist das wirklich so?

■ Von Elise Gortchacow*

Teilen statt besitzen. Ausprobieren, sparen, tauschen, nachhaltige Lösungen. Dies sind Schlagwörter der sogenannten Sharing Economy. Zu einem Zeitpunkt, in dem die Welt in eine neue Wirtschafts- und Umweltkrise taucht, bedeutet sie möglicherweise die Chance auf eine Trendwende, auf eine Revolution unserer Art zu konsumieren. Aber worum geht es genau? Vorab eine Präzisierung: Der Begriff des Teilens (Sharing) trifft den Kern dieser Praktik nicht immer genau. Daher ist auch von Collaborative Economy oder Collaborative Consumption die Rede, also von gemeinschaftlicher Wirtschaft beziehungsweise gemeinschaftlichem Konsum.

Der internationale Aufschwung des Phänomens ist ganz klar mehrheitlich auf die Entwicklung der neuen Kommunikationstechnologien wie des Internets und der Mobiltelefonie zurückzuführen. Seine Vielfalt ist heute so gross, dass eine eindeutige Definition sehr schwierig ist. Auf Wikipedia wird das Phänomen wie folgt umschrieben: «Eine menschliche Aktivität zur Produktion von Gemeinschaftswert, die auf neuen Formen der Arbeitsorganisation aufbaut. Grundprinzipien sind dabei eher horizontale, offene Verwaltungsstrukturen, eine gemeinschaftliche Nutzung der Güter, Räume und Werkzeuge (nach dem Motto 'nutzen statt besitzen') sowie die Organisation der Bürgerinnen und Bürger in 'Netzwerken' oder Gemeinschaften, meist über Internetplattformen.»

Angesichts der eindrücklichen Anzahl existierender Systeme, die den Anspruch erheben, Teil der Collaborative Economy zu sein (ausleihen – teilen – tauschen), ist jedoch auch diese Beschreibung nicht ganz präzise. So sind denn auch die effektiven Risiken und Potenziale der Sharing Economy noch weitgehend unbekannt, was die diesbezügliche politische Entscheidungsfindung erschwert und Konfliktpotenzial birgt.

Zu den Vorteilen der Sharing Economy gehört auf den ersten Blick:

- Positive Auswirkungen auf die Umwelt
- Eine ausgeprägte soziale (menschliche) Komponente
- Möglichkeit, die Kaufkraft zu steigern

Bezüglich der Risiken scheinen, auch ohne vertiefte Analyse, folgende Schlussfolgerungen naheliegend:

- Verlust von Arbeitsstellen in den sogenannten „traditionellen“ Sektoren
- Probleme bei der Besteuerung
- Schwierigkeit, die Nutzer und Erbringer der angebotenen Dienstleistungen zu versichern und zu schützen.

Gleichzeitig drängt sich eine weitere Frage auf: Wie lassen sich die Schäden minimieren, die beim Übergang von unserer heutigen Art des Konsumierens auf diese neue Art entstehen?

TA-SWISS hat im Juni 2016 eine Studie lanciert, um das Verständnis dieses Phänomens zu verbessern und die politische Entscheidungsfindung zu unterstützen. Im Rahmen des Ausschreibungsverfahrens ist die Wahl auf das Forschungsbüro INFRAS aus Zürich gefallen. Eines Ziele der Studie ist es, aufzuzeigen, welche Auswirkungen der Collaborative Economy bereits heute beobachtet werden können, sei es auf gesetzlicher, wirtschaftlicher, ökologischer, technischer oder sozialer Ebene: Welches sind einerseits die bereits jetzt messbaren Chancen und Risiken, wo liegen andererseits



Gastkommentar von Nationalrat Lorenz Hess (BDP/BE).

Aufzeigen, was ist

Im Lichte der fortschreitenden Digitalisierung sind vertiefte Abklärungen von Chancen und Risiken der Sharing Economy nötig. Neuen Geschäftsfeldern für Private stehen Wettbewerbsnachteile für etablierte und lizenzierte Anbieter gegenüber. Bei den Konsumenten erfreuen sich die sogenannten Plattformanbieter dank tieferen Preisen und sinkenden Transaktionskosten einer steigenden Beliebtheit. Tatsächlich reichen wenige Mausclicks zum temporären Ferienwohnungsglück oder zur Buchung einer günstigen «Taxifahrt». Was sich dann aber hinter der Wohnungstür oder im Innern des zum Taxi erklärten Privatwagens verbirgt, ist weniger klar. Natürlich haben auch Online-Bewertungen von Kunden (oder neudeutsch: Usern) ihren Wert. Ob diese aber den professionellen Lebensmittelkontrollen oder Beförderungskonzessionen gleichzustellen sind, wäre zu hinterfragen.

Dies tut der Bundesrat in seinem Digitalisierungsbericht nur bedingt. Tatsache ist: Traditionelle Anbieter müssen sich anmelden, Bewilligungen einholen und unterschiedliche Behördenprüfungen absolvieren. Im Gegensatz dazu können sich Onlineanbieter aufgrund ihrer Anonymität den Vollzugsbehörden entziehen und gewerbliche Leistungen anbieten, ohne sich vorher einer aufwendigen Zertifizierung zu unterziehen. Das sind nicht wirklich gleich lange Spiesse.

Eine klare Auslegeordnung reeller Risiken und Potenziale der Sharing Economy tut daher Not: Welche Gefahren bestehen für Konsumenten? Wo bestehen Wettbewerbsverzerrungen zulasten lizenzierter Anbieter? Wie kann sachgerecht reguliert werden? Auf diese und weitere Fragen kann die TA-SWISS-Studie wertvolle Antworten liefern.

die Unklarheiten, die noch schwer vor-
hersehbaren Phänomene?

Die von dieser TA-SWISS-Studie behan-
delten Aspekte im Überblick:

- Kartografierung und Definition des-
sen, was in der vorliegenden Studie
als Sharing Economy gilt
- Analyse der psychologischen und
sozio-ökonomischen Verhaltens-
muster, die durch die Entwick-
lung der Sharing Economy in der
Schweiz entstanden sind
- Analyse der gesetzlichen und re-
gulatorischen Aspekte der Sharing
Economy
- Aufzeigen der Chancen und Ri-
siken der Sharing Economy anhand
von Fallstudien und Szenarien
- Sharing Economy in der Schweiz:
Empfehlungen und Analysen

Die Studienergebnisse werden voraus-
sichtlich im Januar 2018 veröffentlicht.

*Elise Gortchacow, Ingenieurin Mikro-
technik und wissenschaftliche Mitarbei-
terin, betreut das Projekt bei TA-SWISS*

Das Projekt in Kürze

Projektdauer

Juni 2016 bis Januar 2018

Leitung

Thomas von Stokar, Geschäftsleiter
INFRAS, Zürich

Projektgruppe

Martin Peter, Mitarbeiter INFRAS,
Zürich

Prof. Dr. Kurt Pärli, Professor für So-
ziales Privatrecht, Universität Basel
Alain Kamm, Manager und Head of
Empirical Research, FehrAdvice

Mehr erfahren

www.ta-swiss.ch



Chancen digital basierter Geschäftsmodelle

■ Von René Lisi*

«Als das Buch 'Access. Das Verschwinden des Eigentums' im Jahr 2000 erschien», schreibt Jeremy Rifkin im Vorwort zur 3. Auflage seines Bestsellers, «befanden wir uns in der Frühphase einer Kommunikationsrevolution, die schon damals unsere Wirtschaft, unser gesellschaftliches Miteinander und unsere Wahrnehmung der Welt zu verändern begann.» Gemäss Rifkin schaffen die neuen Technologien die Bedingungen für eine globalisierte Veränderung der Arbeits- und Lebenswelt. Netzwerke treten an die Stelle der Märkte und aus dem Streben nach Eigentum wird ein Streben nach Zugang, nach Zugriff auf das, was diese Netzwerke bieten. In diesem Kontext positionieren sich viele der digital basierten Geschäftsmodelle, die in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen haben.

Einige dieser Geschäftsmodelle werden allgemein als Sharing Economy, Access Economy, Gig Economy oder Collaborative Economy bezeichnet. Worin unterscheiden sich diese Modelle von der traditionellen Wirtschaft?

Collaborative Economy

Bei der Collaborative Economy handelt sich um eine Wirtschaft, die – im Gegensatz zu zentralen Institutionen – auf verteilten Netzwerken von verbundenen Personen und Communities basiert und damit die Art und Weise, wie wir produzieren, konsumieren und lernen verändert. Als Beispiele seien TechSmith, Airbnb, Kickstarter und Coursera erwähnt.

Sharing Economy / Collaborative Consumption / Access Economy

Bei der Sharing Economy handelt sich um ein Wirtschaftsmodell, das mittels des Teilens, Tauschens, Handels oder Mietens von Produkten und Dienstleistungen den Zugang an die Stelle des Eigentums setzt. Das verändert nicht nur, was wir konsumieren, sondern vor allem wie wir konsumieren. Die Sharing Economy verfügt über drei Transaktionsmodelle:

- B2C (das Inventar ist im Besitz der Firma);
- Peer-to-Peer (die Güter sind im Besitz von Personen und werden direkt ausgetauscht);
- B2B/Enterprise (Unternehmen können gegen Entgelt nicht genutzte Kapazitäten anbieten/nutzen).

Als Beispiele seien hier Netflix, Airbnb, Getable und Hilti erwähnt.

Obwohl die Sharing Economy vielfach mit einem gewissen Altruismus gleichgesetzt wird, wie die Beispiele foodsharing.de, leih-ein-buch.de oder mylittlebigswap.de zeigen, darf man nicht länger ignorieren, dass es sich dabei auch um ein Geschäftsmodell der digitalen Transformation handelt. Interessant für Unternehmen ist dabei nicht zuletzt der Aspekt der optimaleren Nutzung von Ressourcen wie beispielsweise von Räumen und anderen Investitionsgütern.

Besonders bedeutsam ist, dass die Geschäftsmodelle der Sharing Economy mehrheitlich auf technischen Plattformen beruhen und somit vom ersten Tag an global Kunden finden können. Für lokale Unternehmen heisst das, dass zukünftig ein Mitbewerber nicht ausschliesslich aus dem eigenen, lokalen Markt kommen kann, sondern von irgendwoher auf der Welt.

Peer-to-Peer-Netzwerke schaffen auch die Möglichkeit, sein Wissen und seine Skills einem grösseren Publikum zugänglich zu machen, und stellen somit eine neue Form der Arbeitsbeschaffung resp. des Arbeitens dar. Als illustrative Beispiele seien hier www.99designs.com oder www.fiverr.com erwähnt. Dies ist eine riesige Veränderung und stellt alle Unternehmen – egal ob Grossunternehmen oder KMU – vor ganz neue Herausforderungen.

* René Lisi, Präsident der schweiz. Sharing-Economy-Vereinigung www.sharecon.ch und Autor von «Mission (im)possible – Erfolgreiche Bewältigung der digitalen Transformation für KMUs», ist Mitglied der Expertengruppe, die das Projekt begleitet.

Am liebsten wären mir gleich kurze Spiesse!

■ Mit Christoph Juen sprach Christine D'Anna-Huber

TA-SWISS: Die Hotellerie wird oft als Paradebeispiel dafür zitiert, wie die Sharing Economy an altbewährten und vielleicht zu lange von keiner Seite unter Druck gesetzten Geschäftsmodellen rüttelt.

Christoph Juen: Um gleich ein Missverständnis auszuräumen: Seit der Währungskrise Anfang der 70er-Jahre sind die alpinen Übernachtungszahlen rückläufig. Das hat in der Saisonhotellerie grosse Strukturanpassungsprozesse ausgelöst. Und der erneute Einbruch des Euros hat die Situation weiter verschärft. Auf ihren Lorbeeren kann sich die Schweizer Hotellerie also schon lange nicht mehr ausruhen.

Ist der Siegeszug der Sharing Economy in diesem Kontext ein weiteres Risiko oder eine Chance?

Die Digitalisierung allgemein eröffnet der Hotellerie verschiedene Chancen. So gibt die moderne IT auch den kleineren Anbietern die Möglichkeit, im Internet und auf Buchungsplattformen sichtbar zu werden. Hotels können gemeinsam auftreten und so den Markt besser durchdringen. Sie können Marketingpower entwickeln, Skaleneffekte erzielen und Kosten sparen – sei es durch gemeinsamen Einkauf oder weil sie im Verbund eine bessere Verhandlungsposition gegenüber Partnern – etwa Kreditkarteninstituten oder Stromanbietern – haben. Sharing-Economy-Angebote stellen nun eine sinnvolle Ergänzung sowohl des touristischen Angebotes als auch der traditionellen Buchungsplattformen dar. Sie können neue Kunden anlocken und einer Destination dadurch zu mehr Wachstum verhelfen. Nicht nur junge Leute mit kleinem Budget buchen heute bei Airbnb. Sie werden den Ort, den sie inzwischen kennen und lieben gelernt haben, wieder besuchen – aber dann vielleicht eher in einem sie ansprechenden Hotel absteigen. Durch solche Wachstumsimpulse profitieren die Destinationen und langfristig wohl auch die klassische Hotellerie. Aber diese Angebotserweiterung stellt auch eine ganze Reihe von Fragen.

Zum Beispiel?

Zum ersten kann das gesteigerte Bettenangebot bei stagnierender Nachfrage den Hotels kurzfristig tatsächlich Gäste stehlen. Die Qualität des Übernachtungsangebots einer Tourismusdestination muss, zweitens, auf allen Komfortstufen hoch sein. Diesbezüglich ist Airbnb aber nicht immer über jeden Zweifel erhaben, während die Hotels durch unbestechliche Klassifizierungssysteme und Gästekommentare einen eindeutigen Fingerprint haben. Das kann zu Reputationsproblemen bei Airbnb oder anderen solchen Plattformen führen, die auf die ganze Branche zurückfallen: Die Hoteliers müssen sich deshalb gut überlegen, ob und in welchen zusätzlichen Absatzkanal sie einen Teil ihres eigenen qualitätsgesicherten Angebotes vertreiben wollen.

Hat die Digitalisierung die Ansprüche der Kunden verändert?

Ferienaufenthalte sind kürzer geworden, viele Buchungen werden erst kurz vor Ferienantritt getätigt, und die Märkte haben sich globalisiert, das hat auch die Gästestruktur und damit das Gästeverhalten markant verändert. Das Internet ermöglicht es den Kunden heute, sich zum Voraus ein genaues Bild von ihrem Aufenthaltsort und dem Beherbergungsangebot zu machen. Sie wollen Fotos, Videorundgänge, sie verlassen sich nicht mehr wie früher auf die Ratschläge ihres Reisebüros, sondern bereiten sich selber intensiv auf ihre Ferien vor, und wählen dementsprechend aus. Dieses noch nie gewesene Mass an Transparenz weckt Erwartungen bei den Gästen. Für die Hotellerie gilt: Was aussen steht – im Internet –, muss dann auch wirklich drinnen sein!

Weltweit erfolgreiche Bettenanbieter, die kein einziges Zimmer besitzen – betreiben Sharing-Plattformen unlauteren Wettbewerb?

Das ist eben die Eigenart dieser Plattformen: Sie bringen Anbieter und Nachfrager zusammen, ohne selber Zimmer, Autos oder Konsumhandels Güter zu besitzen. Es müssen aber auf diesen Märk-



Christoph Juen (Dr. oec. HSG) stand während über 16 Jahren an der Spitze von hotelleriesuisse, dem Unternehmerverband der Schweizer Hotellerie. Heute ist er Verwaltungsrat und widmet sich strategischen Aufgaben innerhalb und ausserhalb der Hotel- und Tourismusbranche. Christoph Juen ist Mitglied der interdisziplinären Expertengruppe, die die TA-SWISS-Studie begleitet.

ten dieselben Rahmenbedingungen herrschen, sonst entstehen tatsächlich Wettbewerbsverzerrungen. Sicher müssen zumindest bei den fiskalischen Aspekten für alle die gleichen Spielregeln gelten. Dieses Thema ist längst erkannt: Ich gehe davon aus, dass mittelfristig in Sachen Kurtaxen und Tourismusabgaben, Deklarationspflicht, Mehrwertsteuer, Hygiene- und Sicherheitsvorschriften für alle gleich lange Spiesse gelten. Auch wenn ich lieber gleich kurze Spiesse hätte.

Ist das Sache der Politik?

Ich sehe das Aufkommen von Sharingplattformen als Chance für einen allgemeinen Regulierungsabbau für die gesamte Hotel- und Tourismusindustrie. Die Politik sollte die bestehende Regulierungsdichte kritisch hinterfragen, nicht mehr zeitgemässe und ineffiziente Vorschriften streichen und dafür die wirklich notwendigen Regeln auf die neuen Anbieter ausdehnen.

Keine zusätzliche Regulierung, um mit der Sharing Economy klar zu kommen?

Es wäre eine Illusion zu glauben, die Politik könne die Sharing Economy mit Regulierungen steuern. Sie sucht sich ihre Wege und Wirtschaftsmodelle selbst, und dies in so rasantem Tempo, dass die Politik in Anbetracht der Langsamkeit ihrer eigenen Prozesse ihr immer hinterherhinken wird. Die Politik ist also gut beraten, von einer prophylaktischen Gesetzgebung möglichst die Finger zu lassen. Sonst wird die Schweiz einmal mehr gegenüber der ausländischen Konkurrenz im Nachteil sein.

Herausgeber
TA-SWISS Stiftung für
Technologiefolgen-Abschätzung
Brunngasse 36, CH-3011 Bern
Tel. +41 31 310 99 60
Fax +41 31 310 99 61
E-Mail info@ta-swiss.ch

Redaktion: Christine D'Anna-Huber
Layout: Hannes Saxer, Bern
Texte: Christine D'Anna-Huber, Elise Gortchacow,
René Lisi
Übersetzungen: Aurelia von Zeerleder, Muri
Erscheint 3 – 4 Mal jährlich
Printauflage: deutsch 3200/französisch 1100
Elektronisch: deutsch 2400/französisch 500



Elisabeth Ehrensperger wird Geschäftsführerin der Stiftung TA-SWISS

Am 1. November 2017 wird Elisabeth Ehrensperger die Leitung der Geschäftsstelle von TA-SWISS übernehmen. Sie tritt die Nachfolge von Sergio Bellucci an, der Ende November nach 20-jähriger Tätigkeit in den Ruhestand geht.

Mit der promovierten Historikerin und Politologin Elisabeth Ehrensperger gewinnt die Stiftung TA-SWISS eine ausgewiesene und bestens vernetzte Persönlichkeit für die Weiterführung des im Forschungsgesetz verankerten Mandates der Stiftung. Als langjähriges Mitglied des Leitungsausschusses von TA-SWISS ist sie mit der Tätigkeit von TA-SWISS bestens vertraut.

Dr. rer. soc. Elisabeth Ehrensperger hat an der Universität Bern Geschichte, Politik- und Medienwissenschaften studiert und 2006 mit einer Dissertation zur Allgemeinen Menschenrechtserklärung den Dokortitel erlangt. Es folgten mehrere Jahre Tätigkeiten in der Forschung am Ethik-Zentrum der Universität Zürich sowie Lehraufträge an den Universitäten Zürich, Fribourg, Luzern und Bern.

Nach einem Abstecher in die Verwaltung der Stadt Bern (Stadtrat, Stadtkanzlei, Pressedienst) und als Journalistin bei der Schweizerischen Depeschagentur sda/ats arbeitete Elisabeth Ehrensperger als wissenschaftliche Mitarbeiterin, unter anderem bei der Erziehungsdirektion des Kantons Bern, beim Schweizerischen Evangelischen Kirchenbund und als Co-Autorin beim Jahrbuch für Schweizerische Politik/Année Politique Suisse, bis sie 2013 die Leitung der dem Bundesamt für Gesundheit angegliederten Geschäftsstelle der Nationalen Ethikkommission im Bereich Humanmedizin NEK-CNE übernahm.

Neue Publikationen

Jahresbericht 2016

Im Zeitalter der Fake News vielleicht noch stärker als bisher sind Sachlichkeit und eine möglichst breite Sichtweise willkommene Entscheidungshilfen, wenn es darum geht, komplexe Themen einordnen oder darüber zu entscheiden welche Auswirkungen technologischer Trends gesellschaftlich relevant und akzeptabel sind. Solche Berichte vorzulegen, ist das Mandat von TA-SWISS. Der Jahresbericht 2016 zeigt den Facettenreichtum dieser Aufgabe auf, die TA-SWISS – seit Oktober 2016 eine Stiftung – neu aufgestellt und mit frischem Elan anpackt.

Mobil in die Zukunft, Jahresbericht 2016, TA-SWISS, Bern, Juni 2017.

Medien und Meinungsmacht

Medien leisten einen wichtigen Beitrag zur Meinungs- und Willensbildung der Bürgerinnen und Bürger und damit zur demokratischen Mitbestimmung. Doch die Medienlandschaft befindet sich in einem tief greifenden Strukturwandel. Zu den Auslösern gehören die Digitalisierung und die Verbreitung des Internets. Für die Schweiz als direkte Demokratie ist es von höchster gesellschaftlicher Bedeutung, sich mit den Folgen dieser Medienkrise auseinanderzusetzen. Die Studie «Medien und Meinungsmacht» untersucht die Themenagenden von Medien, Politik und Bevölkerung sowie das Zusammenspiel von «alten» und «neuen» Medien.

vdf Hochschulverlag an der ETH Zürich, Zürich 2017, ISBN: 978-3-7281-3792-0.

Medien und Demokratie im Zeitalter der Digitalisierung

Kurzfassung der TA-SWISS-Studie «Medien und Meinungsmacht». TA-SWISS, Stiftung für Technologiefolgen-Abschätzung (Hrsg.), Bern, 2017

Bestellschein

Bitte senden Sie mir die folgenden Unterlagen (kostenlos) auf (Sprache)

... Ex. «Medien und Demokratie im Zeitalter der Digitalisierung», Kurzfassung der TA-SWISS-Studie «Medien und Meinungsmacht), erhältlich auf D/F/I/E)

... Ex. Jahresbericht 2016 (D und F)

Ich möchte den **TA-SWISS-Newsletter** lieber elektronisch erhalten.

E-Mail Adresse

.....

Name, Vorname

.....

Institution

.....

Strasse

.....

PLZ/Ort

.....

Bitte retour an: TA-SWISS, Brunngasse 36, 3011 Bern, Fax +41 31 310 99 61

Sie können unsere Publikationen auch per E-Mail bestellen: info@ta-swiss.ch