



Zurich University  
of Applied Sciences



# Sharing Economy «Altruismus oder Geschäftsmodell?»»

Energie- und Umweltforum

März 2018

# Storyline



- ❑ «ein kleiner Blick zurück»
- ❑ «was bedeuten eigentlich alle diese Buzzwords? »
- ❑ «kann man mit Sharing Economy auch Geld verdienen? »
- ❑ «was sind die Herausforderungen? »
- ❑ «und jetzt ein kleiner Blick in die Glaskugel»

## Quellen dieser Präsentation:

YouTube 2016; Jeremy Rifkin, Rachel Botsmann 2014;  
Uni St. Gallen HSG 2015; [www.share4you.ch](http://www.share4you.ch)



Teilen - eine Frage der  
Wirtschaftslage?

1844



## Rochdale Pioneers, England

Nahrungsmittel Cooperative



1854



## Consumption Cooperative Turin, Italien

Erste Cooperative Italiens mit primärem Fokus auf Konsum

1864



## Community Gardens, Deutschland

Gemeinschaftsgärten für Neuzuzügler in den Städten, zwecks Anbau von Gemüse usw.

1930



## Rural Electricity Cooperative, USA

Kooperativen, welche eigene Stromlinien bauten und damit die ländlichen Gebiete der USA mit Strom versorgten

1946



## Ride-Sharing, USA

Um Ressourcen zu sparen, wurde empfohlen Fahrten miteinander zu teilen



# Sharing ist nicht neu...

Gemeinschaftliche  
Nutzung  
von Landwirt-  
schaftsgeräten



Schrebergärten



Wohngemeinschaften  
Cluster-Wohnungen



Wanderarbeiter  
Autostopp / Trampen



# Buzzwords und Begrifflichkeiten – Ein Erklärungsversuch



«sharing economy»

«peer economy»

«collaborative economy»

«gig economy»

«peer economy»

«collaborative  
consumption»

«access economy»



# Collaborative Economy

Eine Wirtschaft basierend auf verteilten Netzwerken von verbundenen Personen und Communities, im Gegensatz zu zentralen Institutionen, welche die Art und Weise wie wir produzieren, konsumieren und lernen verändert/transformiert.



# Collaborative Consumption

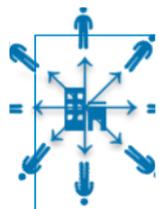
Wirtschaftsmodell, das mittels Teilen, Austausch, Handel oder Mieten von Produkten und Dienstleistungen, den Zugang an Stelle des Eigentums ermöglicht. Es erfindet nicht nur neu was wir konsumieren, sondern wie wir konsumieren.



Nesta UK: What is Collaborative Consumption - <https://youtu.be/efiNVXR4zAE>

# Collaborative Consumption

Es gibt drei Transaktions-Modelle, welche zur Anwendung kommen



Business to  
Consumer – B2C

**NETFLIX**



**Inventar in Besitz der Firma. Ermöglicht Transaktionen unter den Usern**



Peer to Peer –  
P2P

 **airbnb**

**Güter sind in Besitz von Personen und werden direkt zwischen Personen ausgetauscht.**



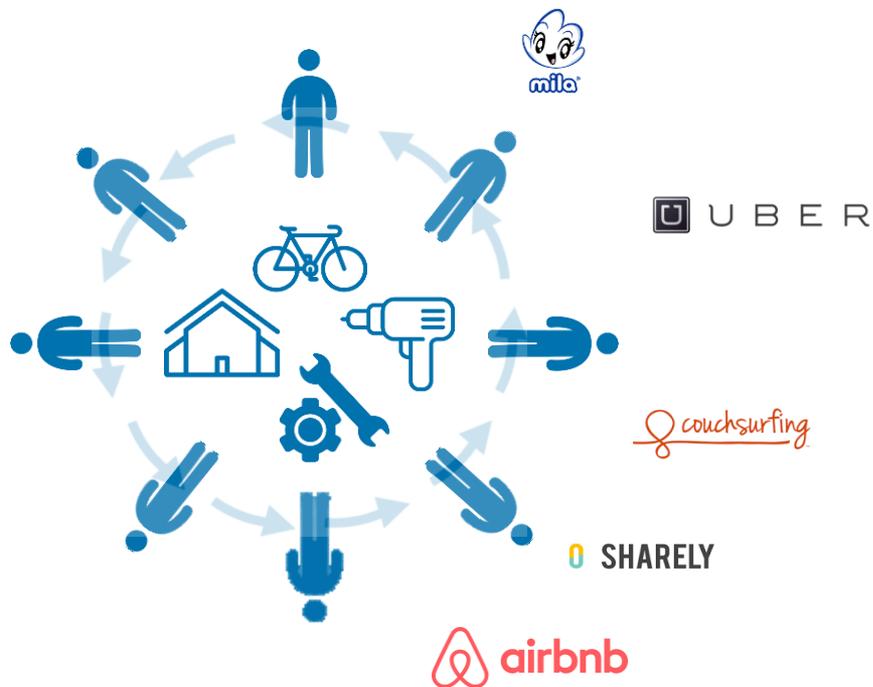
Business to  
Business – B2B

 **getable**

**Lösung, welche es Unternehmen ermöglicht nicht genutzte Kapazitäten zu nutzen gegen Entgelt**

# Sharing Economy

Wirtschaftsmodell, das auf das Teilen von nicht ausgelasteten Vermögenswerten wie Räumen, Skills oder anderen Dingen ausgerichtet ist, zugunsten von monetärem oder nicht-monetärem Nutzen. Es ist vor allem auf P2P-Marktplätzen vorzufinden.



## Gängiges Verständnis:

Das Teilen ist eine Form des sozialen Austauschs, welcher zwischen Menschen, die sich gegenseitig kennen oder nicht, erfolgt.

Wichtiger Faktor: TRUST

# Peer Economy

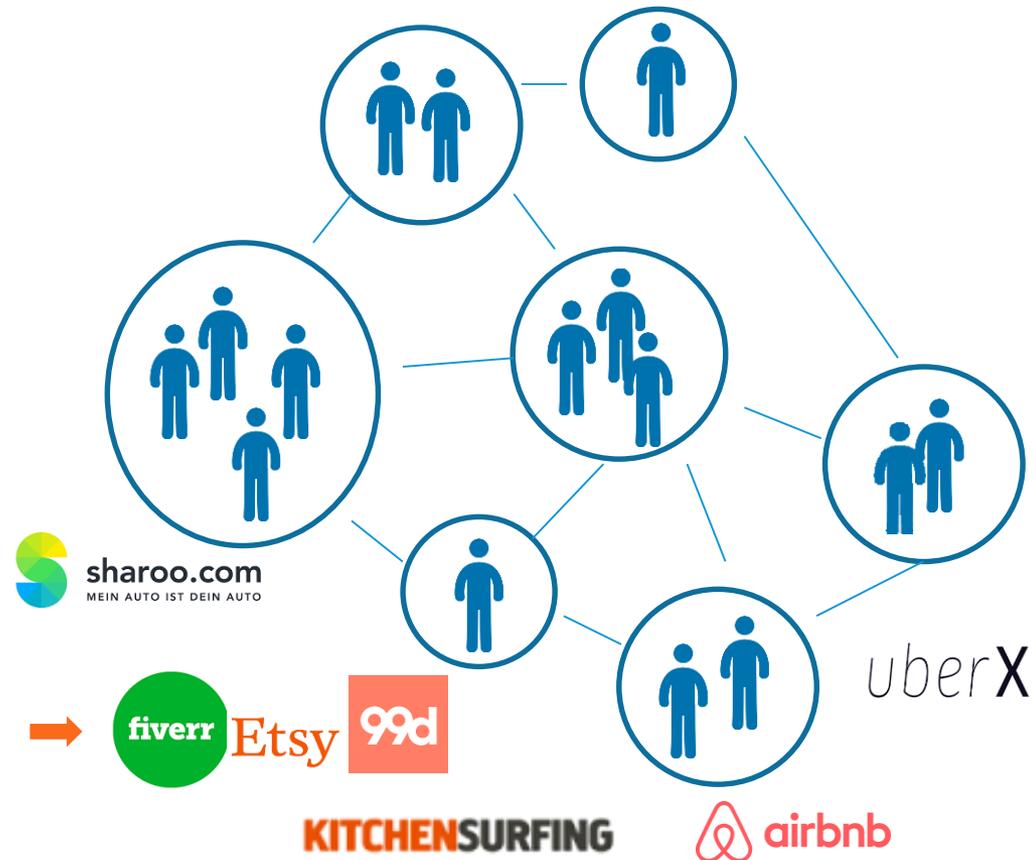
Person-to-Person-Marktplätze bzw. Fachpersonen-Marktplätze, die auf Peer-Vertrauen aufgebaut sind, um die gemeinsame Nutzung und den direkten Handel von Produkten und Dienstleistungen zu erleichtern



## Gängiges Verständnis:

Das Teilen ist eine Form des sozialen Austauschs, welcher zwischen Menschen, die sich gegenseitig kennen oder nicht, erfolgt.

Wichtiger Faktor: TRUST



«**GIG - Economy**»

# Access Economy



Marktorientiertes «Sharing», wobei ein Unternehmen als Intermediär zwischen Konsumenten, die sich nicht kennen auftreten. Die Konsumenten bezahlen für den Zugriff auf Waren/Dienstleistungen, welche jemand anderem gehören und dies für einen bestimmten Zeitraum. (Quelle: [www.hbr.org](http://www.hbr.org))

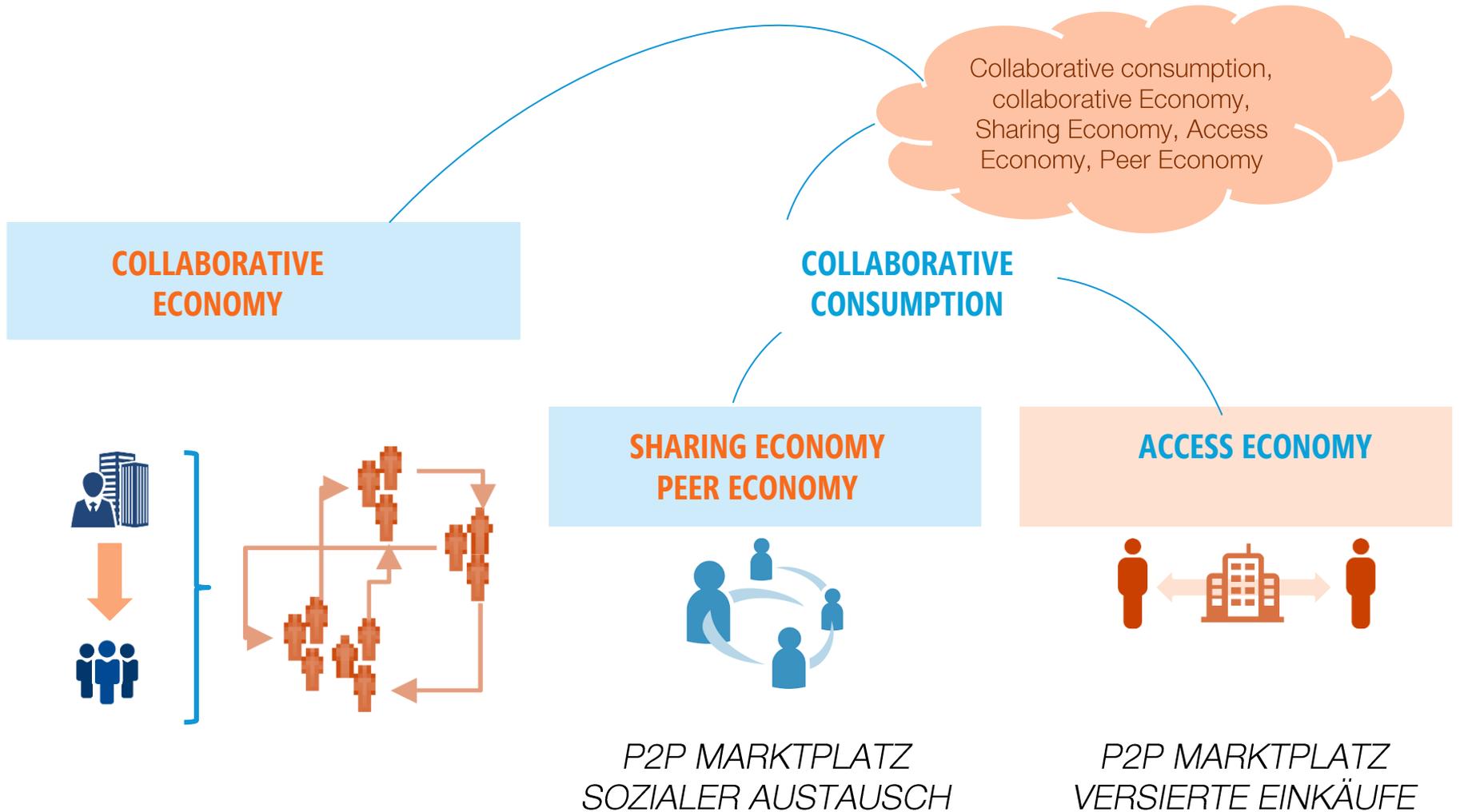


Wettbewerb zwischen Unternehmen wird nicht davon abhängen, welche Plattform die größte soziale Interaktion oder Community anbietet.

Verbraucher wollen einfach versierte Einkäufe machen.

Konsumenten denken über den Zugang anders als sie über Eigentum denken. Und die meisten unserer Best Practices im Marketing sind auf einem Eigentumsmodell aufgebaut. Wenn Konsumenten in der Lage sind, auf eine breite Palette von Marken zu einem bestimmten Zeitpunkt zugreifen, haben sie nicht mehr dasselbe Markenempfinden als heute.

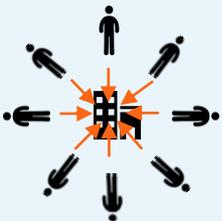
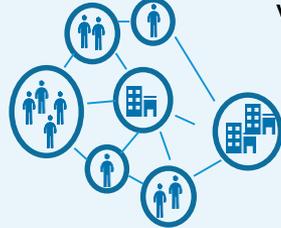
# ... Was wir daraus schließen können



# Der gemeinsame Nenner...



Veränderung ausgelöst durch:  
Technologische Innovation  
+ Wertewandel  
+ ökonomische Realität  
+ Umweltbelastungen.

20. Jahrhundert – Industrial Economy	21. Jahrhundert – Collaborative Economy
 <p>Passive Konsumenten</p>	 <p>Creators Collaborators Financiers Producers Providers</p>
 <p>Zentralisierte Institutionen</p>	 <p>verteilte Netzwerke von Unternehmen, Individuen &amp; Gemeinschaften</p>

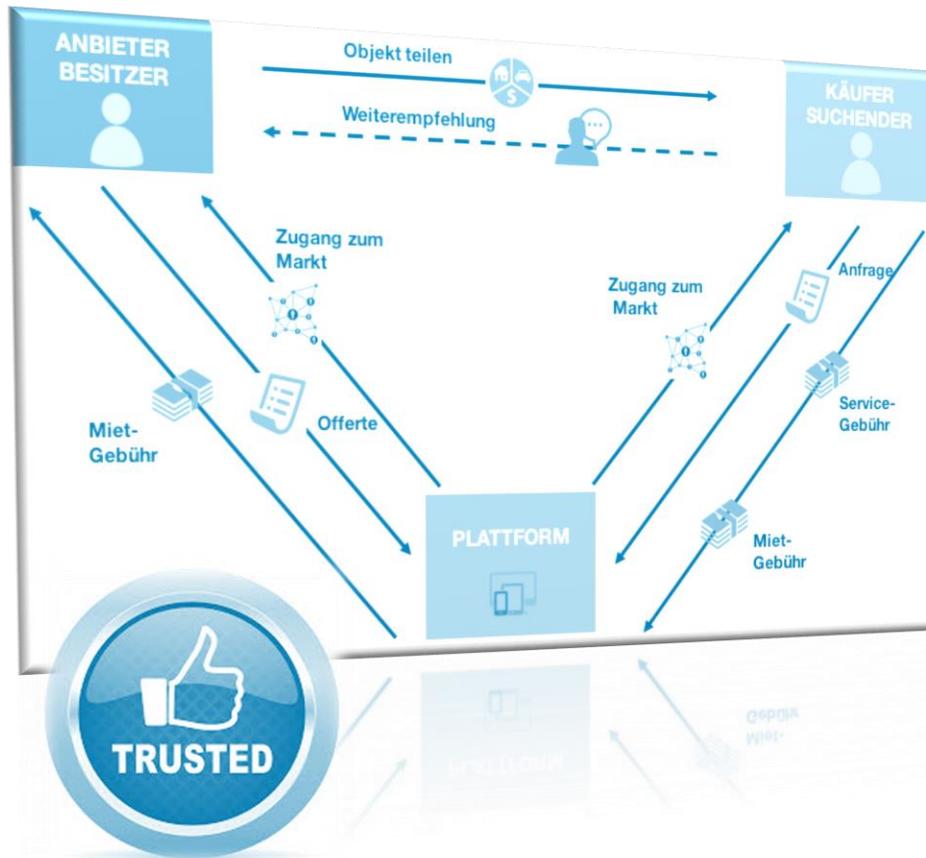
# Revenue Modelle



SERVICE FEE	FREEMIUM	ON-SALE	FLAT MEMBERSHIP	TIERED SUBSCRIPTION	MEMBERSHIP & USAGE
<p>SERVICE FEE für das Zusammenbringen von Käufer und Verkäufer.</p> <p>Fee = zwischen 5% und 40%, je nach Transaktionswert &amp; Supportleistungen.</p>	<p>Basisdienstleistung oder Plattform-/App Nutzung ist kostenlos.</p> <p>Zusätzlicher Mehrwert oder Features sind kostenpflichtig.</p>	<p>Unternehmen kauft unerwünschte Güter direkt beim Kunden.</p> <p>Nach Recycling werden sie zu höherem Preis weiterverkauft.</p>	<p>Monatliche oder jährliche Gebühr, ohne Rücksicht auf die Nutzung</p>	<p>Unterschiedliche Preispläne je nach gewünschter Leistung oder Nutzungshäufigkeit</p>	<p>Einmalige Mietgebühr inkl. Nutzung.</p> <p>Zusätzliche Nutzung wird separat verrechnet.</p>



# Herausforderungen



## □ Bekanntheit & Akzeptanz

- Stellenwert USA – EU – CH
- Marktgrösse
- Kaufkraft
- «degree of urgency»

## □ Trust

- Vertrauen ist DIE Grundvoraussetzung
- Privacy und Datenschutz

## □ Regulation

- Es braucht Regeln
- Copy/Paste bestehende Regelwerke?
- Antizipation der Politik ist zwingend notwendig

# ...ein Blick in die Kristallkugel...



- Technologische Entwicklung nimmt weiterhin zu;
- «business as usual» ist immer weniger eine Option;
- Konsumentenverhalten verändert sich weiterhin;
- Die Art wie wir arbeiten (werden/können) verändert sich;
- Kaufkraft kommt unter Druck;
- Umwelt-/Energiefragen weiterhin mit hoher Priorität.

Zugang zu Produkten und Leistungen zu haben, anstatt sie alle besitzen zu müssen, nimmt an Bedeutung zu. Dies schafft die Möglichkeit den Lebensstandard aufrecht zu erhalten, aber auch seine Skills weiterhin am Markt positionieren zu können (Gig Economy anstatt Arbeitslosigkeit)

# About me



Digital Transformation  
Customer Centricity  
Customer Centric Design  
Sharing Economy  
Co-Founder & Präsident  
[www.sharecon.ch](http://www.sharecon.ch)

René F. Lisi  
[rene.lisi@share4you.ch](mailto:rene.lisi@share4you.ch)

