



business⁴school

Wirtschaft für die Schule

Wirtschaft
als Verbraucher

BusinessCollege
Hildesheim

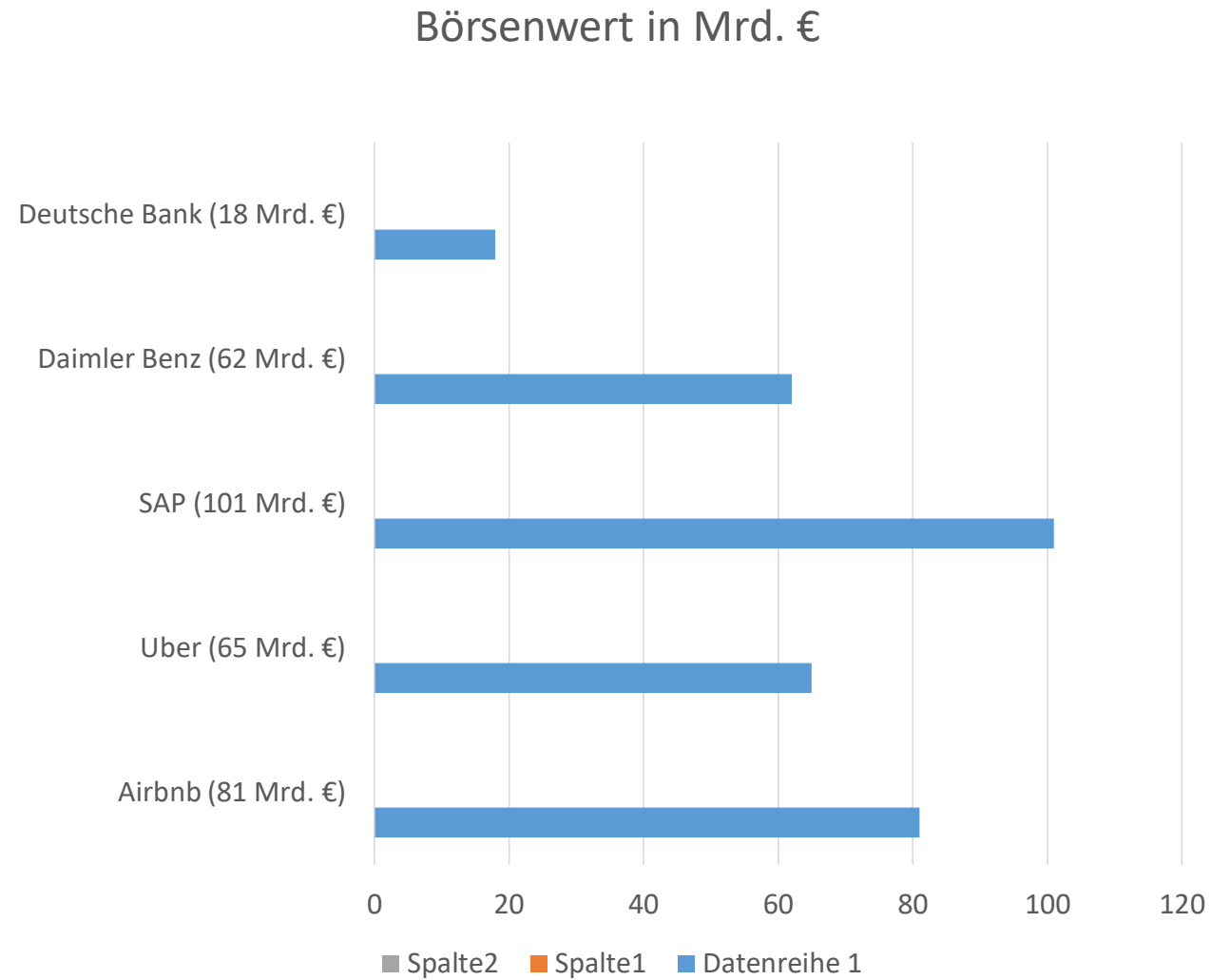
WS 2022/23

Einführung

Welches der folgenden Unternehmen hat den höchsten Börsenwert?

- Daimler Benz
- Deutsche Bank
- SAP
- Airbnb
- Uber

Einführung



Shop and Share

[Jeremy Rifkin](#), Soziologe:

„Eine neue Ökonomie des Tauschens und Teilens wird ihren Siegeszug über das bisherige Wirtschaftssystem antreten – und sogar zum Niedergang des Kapitalismus führen.“

Unternehmensberatung PWC:

Jeder 2. Deutsche nutzt bereits Sharing-Angebote wie Airbnb, Carsharing .., 70 % planen die Nutzung.

Shop and Share

Themeneingrenzung

In diesem Vortrag wird unter „share“ (teilen) der gemeinschaftliche Konsum gegen Entgelt verstanden. Man spricht auch von „Collaborative Consumption“

Nicht gemeint ist das ‚Verschenken‘ ohne Gegenleistung.

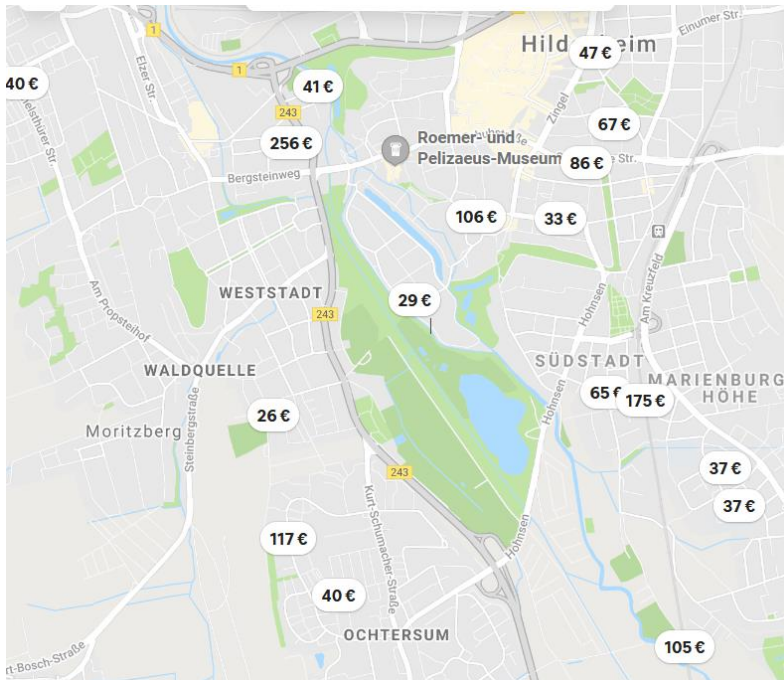


St. Martin oder airbnb?





Hildesheim-Angebote am 22.09.2020



Geschäftsidee

Über ein Online-Portal werden private (und gewerbliche) Unterkünfte zumeist kurzzeitig an Privatleute (und Firmen) vermittelt. Airbnb kassiert Vermittlungsgebühren von den Gästen und den Gastgebern.

Qualitätssicherung

Vorab-Zahlung an Airbnb durch den Gast, Auszahlung an den Gastgeber erst nach erfolgter Übernachtung und Kundenfreigabe.

Geschäftsvolumen

In 2020 wurden täglich mehr als 2 Mio. Buchungen vermittelt.

Shop and/or Share

ausgewählte Aspekte

- Was ist das Besondere an der Sharing Economy?
- Was macht eine Sharing-Economy überhaupt erst möglich?
- Was treibt die Veränderungen voran?
- Welche Auswirkungen ergeben sich für Wirtschaft und Gesellschaft?

Historisch: Von der Konsumgesellschaft zur Sharing Economy

Der Besitz ist nach Pierre Bourdieu ein kulturelles Abgrenzungsmerkmal zwischen sozialen Gruppen (=Lebensstilen). Im Besitz drückt sich die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe und eine persönliche Identität aus.

Der Übergang zur Sharing Economy entwertet diese Bedeutung von Besitz. Andere Distinktionsmerkmale müssen an seine Stelle treten.

- to shop – kaufen bzw. einkaufen
Erwerb von Gütern und Dienstleistungen, um menschliche Bedürfnisse zu befriedigen

➔ Konsumgesellschaft

... über die Grundbedürfnisse hinaus konsumieren

... sich über den individuellen Besitz definieren/abgrenzen

- to share – teilen

➔ Sharing Economy

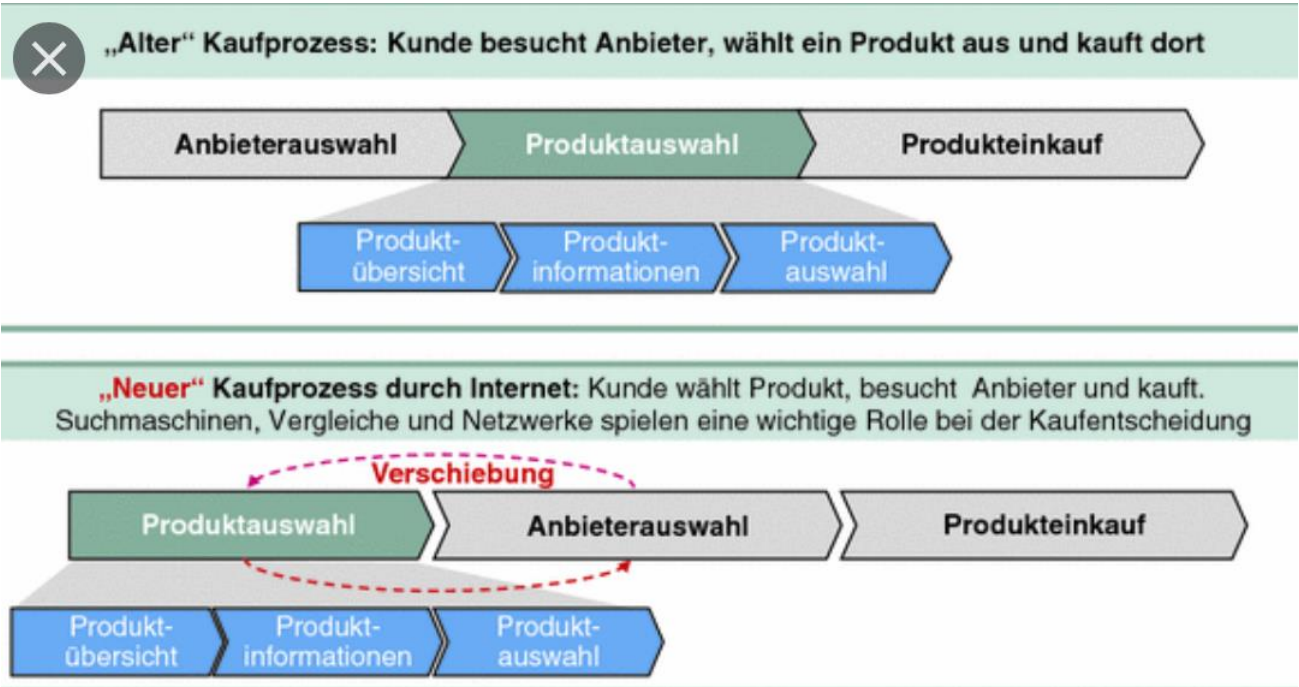
... gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen zumeist gegen Entgelt (Collaborative Consumption)

... Nutzen statt besitzen

Internet als Grundlage der Sharing Economy

In der Marktwirtschaft werden Angebot und Nachfrage über den Preis gesteuert. Klassischerweise geht der Kunde zu einem Anbieter und erwirbt dort sein Produkt zu einem für ihn akzeptablen Preis. In

In der Sharing Economy stehen sich aber Millionen von Anbietern und Nachfragern gegenüber. Nur durch internet-basierte Marktplätze finden Anbieter und Kunden zusammen. Airbnb und Carsharing-Anbieter nehmen also die Koordinationsaufgabe in der Marktwirtschaft wahr. Sie sind umso erfolgreicher je niedriger die entstehenden Transaktionskosten sind



Treiber der Sharing Economy

Treiber der Sharing Economy

- Bestimmte Konsumtypen
 - Verbraucher mit hoher Sozialorientierung
Innovation, Modernität, Kreativität und
Abwechslungsreichtum prägen das Verhalten
 - ‚Ressourcenschoner‘
 - Konsumpragmatiker/innen
Sie haben zwar wenig soziales Vertrauen,
nutzen aber bspw. kostengünstige
Verleihsysteme
- Wertewandel
Nicht der Besitz von Gütern ist den
Wirtschaftssubjekten wichtig sondern das
Nutzungsrecht an den Gütern
- Erwerbswirtschaftliche Einstellung der Anbieter
(Gewinn)

Die Corona-Krise

Entgegen den allgemeinen Erwartungen begünstigt die Corona Krise nicht unbedingt die Sharing Economy. Anbieter wie AirBnB oder Uber verlieren sogar stark an Umsatz (Social Distancing).

Eindeutiger Gewinner sind hingegen die E-Commerce-Konzepte.

Stationärer Handel bzw. Onlinehandel

- Der stationäre Einkaufsfrust fördert weiter die digitale Shoppinglust. Heißt: E-Commerce und Online-Angebote werden nachhaltig profitieren.
- Aus Online-Erstkäufern werden Wiederkäufer: Die Krise hat u.a. dafür gesorgt, dass auch solche Produkte online gekauft wurden, für die Verbraucher bisher ins Geschäft gegangen sind.
- Digitale Services und Omnichannel-Nutzung gehören für Kunden zur neuen Normalität.

Werteorientierung

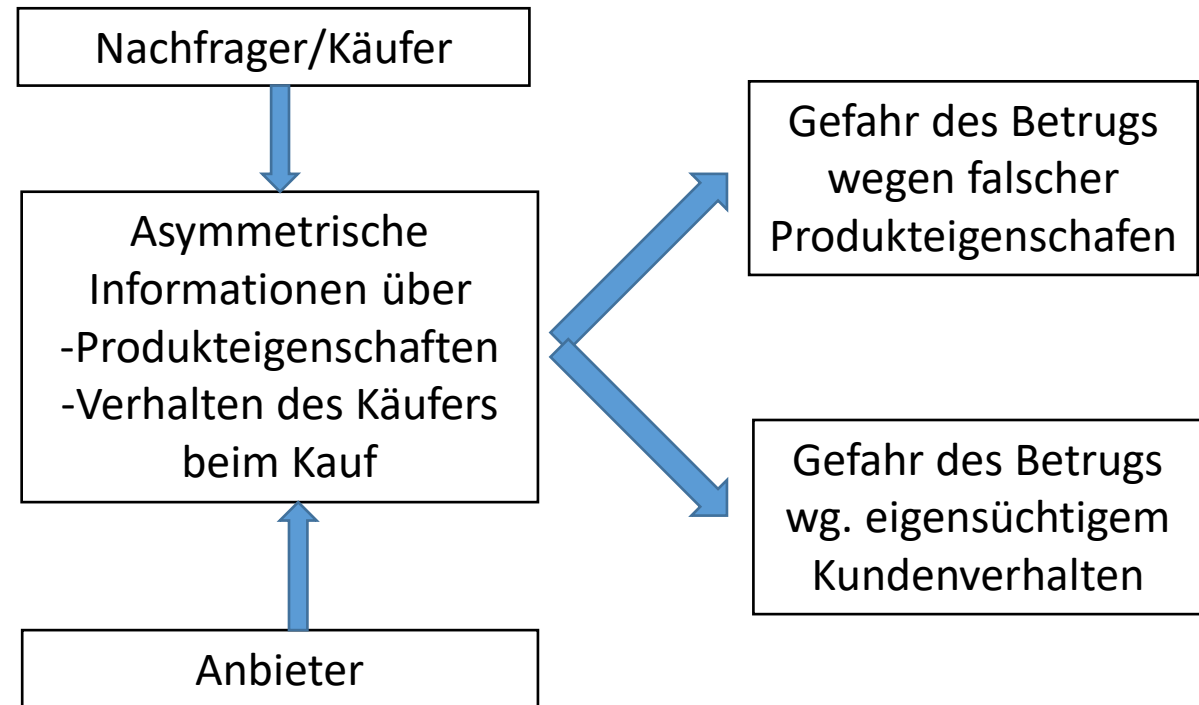
- Als psychologische Folge verliert die Konsumorientierung an Wert.
- Gärtnern, renovieren, backen, basteln: Der Trend zu DIY und Cocooning, dem Rückzug ins häusliche Leben, nimmt zu und bleibt wichtig.
- Nachhaltigkeit und gesünderer Konsum gewinnen an Bedeutung.

Individueller oder kooperativer Konsum

- Nur im engen persönlichen Umfeld gewinnt kooperativer Konsum (Teilen, Leihen) derzeit noch an Bedeutung.
- Das Social Distancing führt hingegen bei Online-Plattformen für Ferienwohnungen, Hotels, Autos etc. zu massiven Nachfrageeinbrüchen.

Marktversagen in der Sharing Economy

Ohne umfassende Sicherungsmechanismen versagt die Sharing Economy, weil sich Anbieter und Nachfrager tendenziell egoistisch/eigensüchtig verhalten. Der Anbieter kann bspw. falsche Produktangaben machen, der Käufer kann rücksichtslos mit dem gemieteten Gegenstand umgehen. In der Folge ziehen sich viele ‚ehrliche‘ Teilnehmer aus dem Markt zurück, nur die ‚schwarzen Schafe‘ bleiben übrig. Alle positiven Eigenschaften der Sharing Economy (Ressourcenschonung, soziales Verhalten) gehen verloren.



Bewertung/Ausblick Sharing Economy

- Sharing-Angebote erweitern den klassischen Markt durch den Handel mit temporären Benutzerrechten. Sie erschließen neue Anbieter- und Nachfragergruppen, führen aber keineswegs zu einem Systemwechsel. Preise bleiben auch in der Sharing Economy der wichtigste Koordinationsmechanismus.
- In der Sharing Economy sind Angebote erfolgreich,
 1. die weniger Ressourcen verbrauchen, bzw. deren gemeinschaftliche Nutzung billiger ist,
 2. die mehr menschliche Begegnungen schaffen,
 3. Die Zugang zu Waren, Arbeit und Dienstleistungen für diejenigen ermöglicht, die den Zugang sonst nicht hätten
- Ohne umfassende Sicherungs- und Überwachungsmechanismen versagt die Sharing Economy