

Qualitative Analyse der kritischen Erfolgsfaktoren von P2P-Marktplätzen in der
Sharing Economy

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B.Sc.)“ im Studiengang
Wirtschaftswissenschaft der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibniz Universität
Hannover

vorgelegt von

Name: Bachmann

Vorname: Arne



Prüfer: Prof. Dr. M. H. Breitner

Hannover, den 30.04.2015

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Abstract | I |
| Abbildungsverzeichnis | IV |
| Tabellenverzeichnis | IV |
| Abkürzungsverzeichnis..... | V |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Relevanz | 1 |
| 1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit | 2 |
| 2 Theoretische Grundlagen | 3 |
| 2.1 Eine Definition der Sharing Economy | 3 |
| 2.2 P2P-Märktplätze und IT-Unterstützung | 6 |
| 2.3 Status quo – derzeitige Anbieter | 7 |
| 2.4 Das Konzept der kritischen Erfolgsfaktoren | 10 |
| 3 Analyse der Sharing Economy | 11 |
| 3.1 Rechtliche und politische Dimension..... | 11 |
| 3.1.1 Urteile und Regulierung | 11 |
| 3.1.2 Steuerliche Faktoren und Versicherung | 13 |
| 3.2 Ökologische Dimension | 14 |
| 3.3 Gesellschaftliche und ökonomische Dimension..... | 16 |
| 3.3.1 Vertrauen..... | 17 |
| 3.3.2 Netzwerkeffekte und das Erreichen der kritischen Masse | 20 |
| 3.4 Technologische Dimension | 23 |
| 4 Einzelfallstudie: Carsharing P2P-Anbieter Autonetzer | 26 |
| 4.1 Durchführung von Interviews | 27 |
| 4.2 Qualitative Analyse der Interviews | 28 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 5 | Erfolgsfaktoren und Erkenntnisse..... | 35 |
| 6 | Handlungsempfehlungen und Strategien..... | 37 |
| 6.1 | Stärkung des Vertrauens..... | 37 |
| 6.2 | Erreichen von Netzwerkeffekten..... | 40 |
| 6.3 | Rechtliche Rahmenbedingungen..... | 42 |
| 6.4 | Technologische Ausgestaltung..... | 42 |
| 7 | Limitationen..... | 43 |
| 8 | Fazit und Ausblick | 44 |
| | Literaturverzeichnis..... | 46 |
| | Anhang | 57 |

1 Einleitung

1.1 Relevanz

„Güter gemeinsam nutzen“ ist keine neue Idee, sondern existiert schon seit langer Zeit. Durch die Allgegenwärtigkeit des Internets in seiner heutigen Form ist es jedoch möglich, alternative Konsumformen umzusetzen, die ohne eine weitgehende Vernetzung der Marktteilnehmer nicht denkbar gewesen wären. Internetplattformen agieren dabei häufig als Intermediäre auf Märkten und führen Anbieter und Nachfrager zusammen (vgl. Brühn und Götz, 2014, S.3). Die dabei stattfindenden Interaktionen werden häufig unter dem Begriff der Sharing Economy zusammengefasst. Die Sharing Economy (oft auch Share(d) Economy; Ökonomie des Teilens) ist grundsätzlich als Sammelkategorie mit Subsystemen zu verstehen. Sie beinhaltet alle Systeme, die Tauschhandel, Schenken und Mieten sowie Leihe von tangiblen und intangiblen Ressourcen zum Ziel haben und dabei den Zugang zu Ressourcen in den Vordergrund stellen (vgl. Bartel, 2014). Der Fokus der Bewegung wird mit dem Begriff des kollaborativen Konsums umschrieben (vgl. Botsman, 2013). Innerhalb der letzten Jahre nahm das öffentliche Interesse an der Sharing Economy stetig zu. Mögliche Gründe hierfür können in milliardenschweren Unternehmensbewertungen von Firmen wie Uber und Airbnb gesehen werden (vgl. Rogowsky, 2014; Reuters, 2014), deren nahezu dauerhafte Verwicklung in Rechtsstreitigkeiten (vgl. Kramper, 2014; Solmecke, 2015) und einem sich änderndem Konsumverhalten. Dieses bewege sich laut Jeremy Rifkin (2000) weg von dem Besitz und hin zu dem Zugang und Zugriff auf Güter und könne womöglich zu einem Ende des Kapitalismus der heutigen Form führen.

Als die Zeitschrift TIME im Jahre 2011 den Gedanken des digitalen, kollaborativen Konsums als eine von zehn Ideen benannte, welche die Welt verändern (vgl. Walsh, 2011), waren erste wirtschaftliche Bestrebungen in diesem Bereich zu finden. Spätestens seitdem die weltweit größte Messe für Informationstechnik CeBIT im Jahre 2013 das Leitmotiv „Shareconomy“ wählte und „The Economist“ die Sharing Economy, ebenfalls 2013, als Top-Thema ausmachte, ist das Interesse aus Wirtschaftskreisen nicht zu leugnen. Als Verbildlichung hierzu dient Abb. 1, die das Suchinteresse zum Stichwort „Sharing Economy“ relativ zum jetzigen Zeitpunkt darstellt.

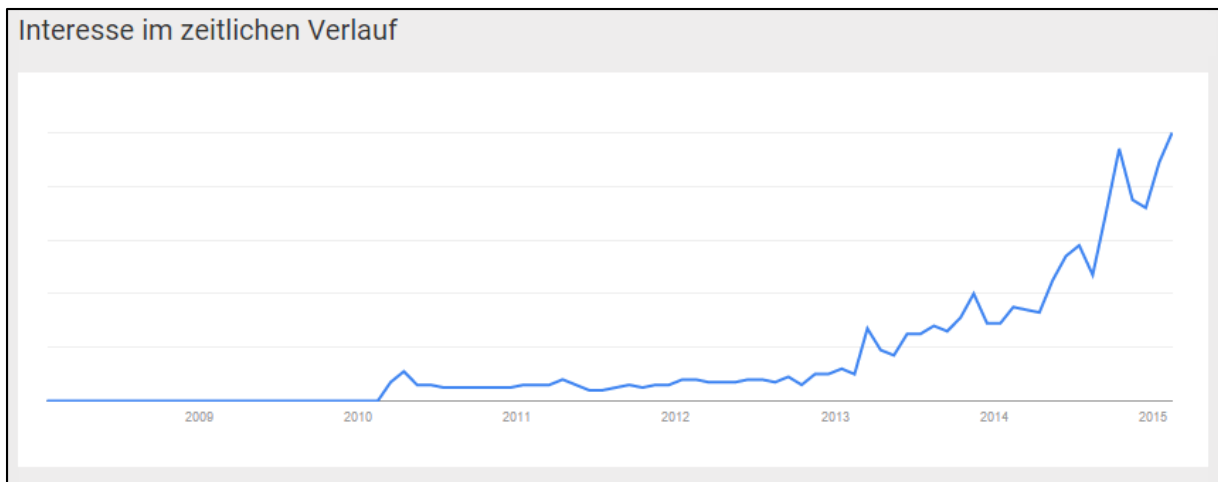


Abbildung 1: Google Trends zum Stichwort "Sharing Economy"
Suchinteresse relativ zum höchsten Punkt(100%) (in Anlehnung an Google, 2015)

Abgesehen von den wirtschaftlichen Aspekten, rangierte die Sharing Economy auch aus Motiven der Nachhaltigkeit unter den benannten Ideen. Die Unterstützung des Nachhaltigkeitsgedankens innerhalb des kollaborativen Konsums kann in dem simplen Grundgedanken der gesteigerten Nutzungsdichte von Gütern gesehen werden, was eine geringere Produktion und weniger Abfall verursacht (vgl. Walsh, 2011). Erscheint das wirkliche Nachhaltigkeitspotential zwar schwer messbar, stellt die Sharing Economy „als positive Vision eines umwelt- und sozialverträglichen Konsums“ (Heinrichs und Grunenberg, 2012, S.20) doch eine weitere Facette dar, welche die Relevanz des Themas verdeutlicht. Berücksichtigt man politische Bestrebungen wie die „Sharing City“ Seoul oder „Sharable Cities“ in den USA, ergibt sich ein Gesamtbild, das den kollaborativen Konsum als globales Ereignis mit hoher Dynamik erscheinen lässt (vgl. Heinrichs, 2013, S.230).

1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Heinrichs (2013, S.230) konstatierte dem akademischen Diskurs einen Mangel im Themengebiet der Sharing Economy gegenüber der öffentlichen Diskussion und der Praxis. Heute sehen dies Chasin et al. (2015, S.335) immer noch als gegeben an. Grundsätzlich werden Konzepte alternativer Besitzformen schon seit den 1990er Jahren im Bereich der Nachhaltigkeitsforschung diskutiert. Eine Studie aus dem Jahre 1996 diskutiert Aspekte des Konzeptes „Nutzen statt Besitzen“ (vgl. Scholl et. al., 2013, S.1). Durch die dynamische Entwicklung des Internets entwickeln sich die Konzepte allerdings fortwährend weiter. Die Literatur nimmt sich einerseits der allgemeinen Ausrichtung und Definition des Themas an (vgl. z.B. Botsman und Rogers, 2011; Gansky, 2010; Belk, 2014), wohingegen sich andere

Forschungsarbeiten mit einzelnen Teilgebieten wie Carsharing (vgl. bspw. Kent und Downing, 2013; Shaheen, Mallery und Kingsley, 2012) oder Motivationen der Teilnehmer beschäftigen (vgl. bspw. Hamari, Sjöklint und Ukkonen, 2015; Möhlmann, 2015). Im deutschsprachigen Raum finden sich vereinzelt, aktuelle Beiträge über einzelne Anbieter (vgl. Brühn und Götz, 2014). Des Weiteren wird die Sharing Economy in der Presse ausgiebig diskutiert. Diese Perspektive kann jedoch nur eine eingeschränkte Sichtweise liefern. Insofern kann von einem zwar sehr aktuellen, dabei aber auch lückenhaften Forschungsstand gesprochen werden. So fehlt es bspw. an holistischen Betrachtungen, welche die Kernmerkmale der Sharing Economy in ihren Facetten aufzeigt.

An dieser Stelle möchte die vorliegende Arbeit anknüpfen und eine Betrachtung der kritischen Erfolgsfaktoren von Anbietern innerhalb der Sharing Economy in Deutschland liefern. Das Hauptziel der Arbeit ist es, die verschiedenen Bedingungen für erfolgreiche P2P-Marktplätze aufzuzeigen und äußere sowie innere Einflüsse der Branche kenntlich zu machen. Nach der Definition der wichtigsten Kernmerkmale und einem Überblick über die derzeit agierenden P2P-Plattformen in Kapitel 2, werden die Kerngebiete der Branche mithilfe umfassender Literaturrecherche in Abschnitt 3 untersucht. Die ermittelten Faktoren werden innerhalb der qualitativen Auswertung von Interviews überprüft. Anschließend können, auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse, Handlungsempfehlungen bzw. -strategien abgeleitet werden. Die Grenzen der Studie werden im Abschnitt Limitationen behandelt und es schließt sich ein Fazit mit Ausblick auf die zukünftige Entwicklung an.

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Eine Definition der Sharing Economy

Erstmals nannte Martin Weitzman den Begriff der Share Economy im Jahr 1984 und argumentierte, dass eine Teilung von Gütern zur Erhöhung des allgemeinen Wohlstandsniveaus führe (vgl. Weitzman, 1984). Fernab von der volkswirtschaftlichen Betrachtung Weitzmans, wird der Begriff der Sharing Economy heute in vielen Bereichen verwendet. Aufgrund der Vielzahl an Ausdrücken, die synonym oder ähnlich wie die Sharing Economy verwendet werden, fällt eine eindeutige Definition schwer. Belk (2014) listet dahingehend eine Reihe von Konzepten auf, welche ähnliche Ziele verfolgen wie die Sharing Economy. Darunter befinden sich Begriffe wie „co-Kreation“, „zugriffbasierter Konsum“ und „kollaborative Ökonomie“.

8 Fazit und Ausblick

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die identifizierten, kritischen Erfolgsfaktoren eine hohe Bedeutung in der Sharing Economy aufweisen. Für jedes betrachtete Unternehmen entstehen in den diskutierten Themenfeldern Herausforderungen, die es für eine erfolgreiche P2P-Plattform zu bestehen gilt. Ein umfangreiches Gebiet kennzeichnet dabei das Vertrauen auf den digitalen Marktplätzen. Die diskutierten Facetten des interpersonellen Vertrauens zwischen den Teilnehmern der Plattformen sowie gegenüber des institutionellen Vertrauens stehen hierbei in Abhängigkeit miteinander und bedürfen erhöhter Aufmerksamkeit. Die technologische Ausgestaltung steht hierbei ebenfalls in Abhängigkeit zum institutionellen Vertrauen gegenüber der Plattform und hat als eigenständiger, kritischer Erfolgsfaktor eine Existenzberechtigung. Die P2P-Marktplätze erbringen ihre Leistung ausschließlich über die Kanäle der Webseite oder der mobilen Applikation, weshalb den Eigenschaften dieser eine enorme Bedeutung zukommt. Im Zuge dieser Arbeit sind hierzu die Konzepte der IAV, EAV und MAV als ausschlaggebend zu erachten. Zusätzlich sollte auf Berührungspunkte der Nutzer entlang der vier Phasen nach Bauer, Falk und Hammerschmidt (2006) geachtet werden. Für ein Wachstum der Plattform sind Netzwerkeffekte elementar und somit als kritischer Erfolgsfaktor ersichtlich. Eine ansteigende Nutzerzahl der P2P-Plattform ist durch positive Rückkopplung in exponentieller Höhe realisierbar und kann in Extremfällen zu einem „winner-takes-it-all“ Markt führen. Die Wahl der richtigen Handlungsstrategie zur Erreichung der kritischen Masse an Benutzern, ist demnach von basaler Bedeutung für jede Unternehmung einer P2P-Plattform. Dem gegenüber stehen für Unternehmen der Sharing Economy oftmals rechtliche Beschränkungen, die als zu überwindende Barriere anzusehen sind. Im Sinne des Konzeptes der kritischen Erfolgsfaktoren gilt es, diese Barriere zu überwinden, um den langfristigen Erfolg des Unternehmens zu sichern.

Für die vier identifizierten kritischen Erfolgsfaktoren konnten Handlungsempfehlungen für Unternehmen und Politik abgegeben werden. Die zu Beginn der Arbeit als sehr wichtig eingeschätzte ökologische Dimension ist abschließend als nicht schlüssig einzuschätzen. Es kann innerhalb dieser Arbeit nicht eindeutig geklärt werden, ob die Sharing Economy ein Potential für nachhaltigeren Konsum mit sich bringt oder die Rebound-Effekte einen noch extensiveren Konsum vorantreiben werden. Die ökologische Motivation der Teilnehmer unterliegt einer ähnlichen Diskrepanz. In diesen Bereichen gilt es mit weiteren Forschungsbemühungen Motivation und Potentiale der ökologischen Dimension zu untersuchen. So können besonders effiziente und nachhaltige Konzepte der Sharing Economy

identifiziert und explizit gefördert werden, wodurch ein möglichst großer Nutzerkreis von der Lösung profitieren kann. Die positive Vision, die Jeremy Rifkin (2014, S. 37ff.) aus dieser Grundidee ableitet, sieht in dem Ausgangspunkt der Sharing Economy und dem Internet der Dinge die Technologie, die zu dem Bedeutungsverlust des Kapitalismus in heutiger Form führt. Er sieht dadurch die „Blüte des sozialen Kapitals“ (ebd., 2014, S.36), die Internet der Dinge und Sharing Economy gleichzeitig fördern. Eine differenziertere Sichtweise lässt aber auch die möglichen Schattenseiten eines solchen Wachstums nicht außer Acht. Die daraus entstehenden Transaktionsformen könnten zu einem Phänomen des „Daten Darwinismus“ führen (vgl. Malik, 2013). Es beschreibt die Auswirkungen, die durch die Bewertungen der Tauschprozesse entstehen. So ist die abgegebene Bewertung nicht nur auf das getauschte Produkt bzw. die Leistung anzuwenden, sondern durch fortschreitende Bereiche der Sharing Economy auch als digitale Bewertung der ausübenden Personen anzusehen. Im Extremfall entsteht eine Gesellschaft, die in jeglichen Bereichen des Lebens durch quantifizierte Bewertungsskalen geprägt ist. Klingt dies zwar vorerst noch sehr abstrakt, ist in den USA der Trend schon erkennbar. Bei dem P2P-Dienstleistungsanbieter Taskrabbit können private Personen ihre Arbeitskraft zur Verfügung stellen. Bewertungsskalen sind hier ebenfalls im Einsatz. Durch Aggregation der Bewertungen von Nutzern der Plattformen Airbnb, Uber und Taskrabbit, lässt sich ein digitales Abbild der Nutzer erstellen, mithilfe dessen über die Qualität der Benutzer als Autofahrer, Gastgeber und Dienstleister geurteilt werden kann. Der erste Schritt in Richtung „Daten Darwinismus“ ist somit klar erkennbar.