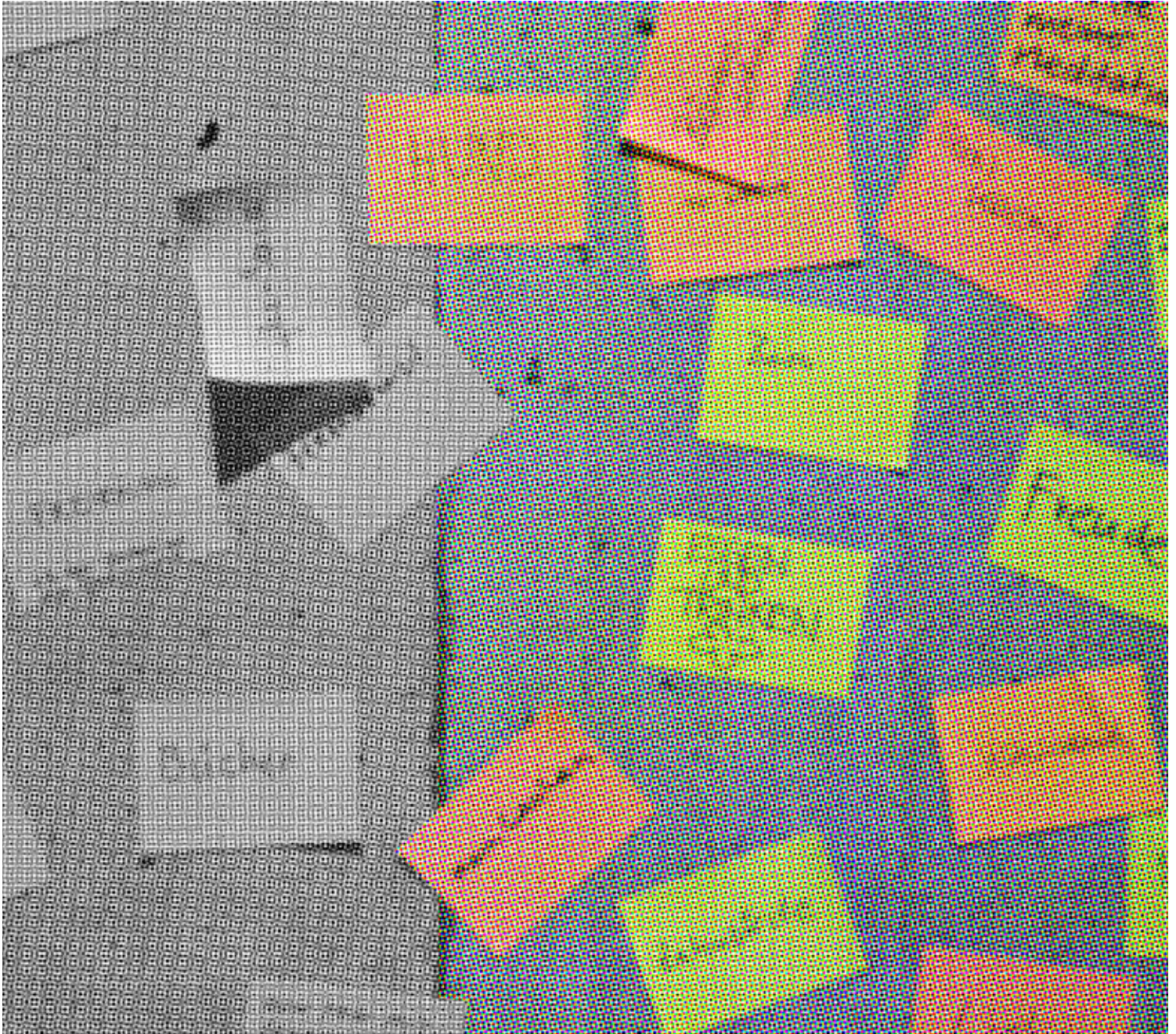




University of
Zurich^{UZH}

Department of Social Anthropology and Cultural Studies



7

Working Paper N^o

ZANTHRO

Zurich Anthropology
Working Papers

**Sharing Economy – Zwischen Ökonomisierung
des Sozialen und Sozialisierung der Ökonomie**

– Tabea Grob

© 2019 TABEA GROB

ZANTHRO - Zurich Anthropology Working Papers

Published by
ISEK – Ethnologie
Andreasstrasse 15
CH 8050 Zurich

zanthro@isek.uzh.ch

Editorial Board:
Sandra Bärnreuther
Annuska Derks
Michèle Dick
Molly Fitzpatrick
Olivia Killias
Esther Leemann
Matthew Parsfield
Francesca Rickli
Irina Wenk

Graphic Design:
University of Zurich, Information Technology, MELS/SIVIC, Sarah Steinbacher

Cover Photo:
Tabea Grob. Antworten auf die Frage „Was teilen Sie?“. Fotografiert an einer Veranstaltung des Hochparterre, eines Verlags für Architektur, Planung und Design, dessen Magazin sich in seiner Sonderausgabe im Mai 2017 dem Thema *sharing* widmete.

ISSN: 2571-6190

Sharing Economy: Zwischen Ökonomisierung des Sozialen und Sozialisierung der Ökonomie

TABEA GROB, ISEK – ETHNOLOGIE, UZH

Einleitung

Seit 2008 und in der Schweiz verstärkt seit 2013 ist der Begriff *Sharing Economy* omnipräsent (siehe Abbildung 1): die Erfolgsmodelle Uber und Airbnb werben mit dem Begriff, Medien lösen Diskussionen über die Vor- und Nachteile des Teilens aus und im alltäglichen Leben trifft man auf Angebote zum Teilen von Autos, Arbeitsplätzen und Akkuschaubern. Dabei ist die Sharing Economy an sich nichts Neues, man denke nur an das Teilen von Kleidern unter Geschwistern, an die Allmenden in den Alpenregionen oder an die geteilten Landwirtschaftsmaschinen unter LandwirtInnen. Weshalb also wird von einer neuen Art des Teilens gesprochen, weshalb dieser Begriff, Sharing Economy, wenn es sich dabei nicht um ein neues Phänomen handelt?

Was die aktuellen Entwicklungen, die unter dem breiten Begriff der Sharing Economy zusammengefasst werden, von geteilten Kleidern unter Geschwistern unterscheidet, lässt sich durch die Digitalisierung erklären. Digitale Plattformen ermöglichen die Vernetzung fremder Personen und damit den Aufbau eines Pools an Ressourcen und Dienstleistungen, der weit über die eigene Familie oder das eigene Dorf hinausgeht. Aus diesem Grund sprechen einige Sharing-Economy-Akteure auch von *crowd-based consumption* bzw. *crowd-based capitalism* (siehe Sundararajan 2016). Die aktuelle Sharing Economy befindet sich auch nicht mehr typischerweise auf dem Land, sondern zeigt eine klare Dominanz in den Städten, denn eine hohe Dichte an potenziellen Sharing-Economy-Teilnehmenden ist entscheidend für ein funktionierendes Geschäftsmodell. Die Sharing Economy konnte jedoch nicht schon Anfang des 21. Jahrhunderts aufkommen – zum Beginn der digitalen Revolution –, denn für die aktuelle Dimension der Sharing Economy war ein digitales Vertrauenssystem erforderlich. Dieses setzt sich aus gegenseitigen Bewertungen, externen Prüfinstitutionen und individuellem, sozialem Kapital zusammen und besteht erst seit einigen Jahren.



Abbildung 2: Zeitlicher Verlauf über die letzten sechs Jahre des Suchbegriffes Sharing Economy in der Schweiz. Quelle: Google Trends, 15.5.2017.

Einhergehend mit der gestiegenen Aufmerksamkeit für die Sharing Economy wird auch vermehrt die Komplexität des Konzeptes offensichtlich. Dies zeigt sich bei der Begriffsdefinition, denn eine anerkannte einheitliche Definition gibt es nicht.

Die vorherrschenden Definitionen lassen sich in zwei Kategorien einteilen: Die erste Kategorie stützt die Definition auf Kriterien, die den Inhalt der Sharing Economy betreffen, sprich, das *Was*. Bei dieser Art der Definition geht es darum, ob Wohngemeinschaften, Zeitwährungen und Musikstreaming-Plattformen zur Sharing Economy gehören oder eben nicht – worin sich die Geister scheiden. Dem gegenüber steht eine zweite Kategorie, bei der die darunterliegende Motivation als Kriterium der Definition gilt, das *Wieso*. Ein Beispiel für diese Art der Definition findet man etwa bei Alex Stephany, dem Gründer des Parkplatzanbieters *JustPark*. „The sharing economy is the value in taking underutilized assets and making them accessible online to a community, leading to a reduced need for ownership of those assets“ (2015, 9). Doch auch diese Art der Argumentation führt nicht zu einer allgemein akzeptierten Definition. Denn die Frage, ob eine Plattform, die Parkplätze in der Nähe aufzeigt und vermietet, wirklich zu reduziertem Besitzbedarf führt oder ob es sich dabei eher um sogenanntes *Sharewashing*¹ handelt, bleibt unbeantwortet. Sobald es um eine auf Motivation basierende Definition der Sharing Economy geht, zeigt sich die hohe rhetorische Kraft, die im Begriff steckt und instrumentalisierend genutzt werden kann.

Ziel dieses Artikels ist es, der aktuellen Entwicklung der Schweizer Sharing Economy und den Unternehmen, die darauf aufbauen, genauer nachzugehen. An erster Stelle steht die Frage, wie die Bandbreite an Motiven bei Sharing-Economy-Unternehmen und -Nutzern aussieht und wo sich diese positionieren. Dabei soll zum einen die Vielfalt und zum anderen die Komplexität ethnographischer Realitäten aufgezeigt werden. Im zweiten Kapitel geht es um Zukunftserwartungen der Sharing-Economy-Unternehmen und -Nutzer an die Sharing Economy und somit um die Frage, welches Potenzial Akteure in der Sharing Economy sehen. Abschliessend geht es um die Frage, was für verändernde Auswirkungen diese Akteure der Sharing Economy zuschreiben und was für Chancen und Risiken sie in diesen Auswirkungen sehen. Im Fazit soll aufgezeigt werden, dass sich die heutige Sharing

¹Sharewashing ist angelehnt an den Begriff Greenwashing, womit Unternehmen für ihr umweltfreundliches Image ohne entsprechende Grundlage kritisiert werden.

Economy unter kritischer Besprechung klassischer Tauschtheorien als alternative Wirtschaftsform erfassen lässt.

Um diese Fragen zu beantworten, war ich während rund dreier Monate im Frühling 2017 auf Feldforschung in der Deutschschweiz. Ich stütze mich vor allem auf Interviews und informelle Gespräche mit Unternehmen, die eine Dienstleistung oder ein Produkt anbieten, das sie als zur Sharing Economy zugehörig beschreiben. Alle Unternehmen und Interviewpartner wurden für diese Publikation anonymisiert, weshalb ich auf genauere Anmerkungen zu den einzelnen Quellen verzichte. Bei der Auswahl der Unternehmen habe ich mich bewusst nicht auf einen bestimmten Angebotsbereich beschränkt – zum Beispiel Mobilität oder Lebensmittel –, um eine Bandbreite an aktuellen Entwicklungen und ihre Diversität aufzeigen zu können. Die Auswahl der Unternehmen beruht vor allem auf ihrer aktuellen Präsenz und ihrem Bekanntheitsgrad und ist daher nicht repräsentativ für die gesamte Schweizer Sharing Economy. Neben Interviews mit Mitarbeitenden der Unternehmen konnte ich als Nutzerin einiger Angebote die Methode der Teilnehmenden Beobachtung anwenden und kam so auch in Kontakt mit anderen Nutzern. Eine besondere Stellung in meiner Forschung kommt der Veranstaltung *Geteilte Stadt* zu, an der ich teilnahm und an der mehrere Unternehmen ihren Sharing-Economy-Ansatz vorstellten.

Die Ökonomie des Teilens

Gerade weil es sich bei der Sharing Economy um ein komplexes Konzept handelt, das sich nicht anhand von einzelnen Kriterien eindeutig kategorisieren lässt, bietet eine ethnologische Betrachtungsweise mit ihrem holistischen Anspruch einen vielversprechenden Ausgangspunkt. In der Ethnologie stellen dabei weniger geteilte Autos oder Parkplätze Bezugspunkte dar als vielmehr die Ökonomie des Teilens unter Jäger- und Sammler-Gesellschaften. An eben diesem Punkt setzt das Buch *Anthropology and the Economy of Sharing* des Ethnologen Thomas Widlok (2017) an, auf das ich mich im Folgenden immer wieder beziehe.

Die zentrale Botschaft des Buches besteht darin, dass das Teilen nicht mit dem reziproken Tausch und der Gabentausch-Ökonomie gleichzusetzen ist. Widlok stützt sich dabei auf zahlreiche Forschungen bei Jäger- und Sammler-Gesellschaften, bei denen das Teilen ein Mittel ist, um Güter zuzuweisen. Als typische Beispiele nennt Widlok etwa das Teilen von auf der Jagd getöteten Tieren, das Teilen von Tabakspfeifen oder das Teilen des vom Staat ausbezahlten Pensionsgeldes. Es handelt sich bei den geteilten Gütern also nicht um Gegenstände, die für den Besitzer selbst keinen Wert (mehr) haben, sondern explizit um wertvolle Güter. So definiert Widlok das Teilen als „enabling others to access what is valued“ (2017, 1).

Widlok grenzt das Teilen vor allem vom Gabentausch ab, einem Konzept, das sich auf Marcel Mauss' *Essay sur le don* von 1923/24 stützt. Darin beschreibt Mauss die Gabe als nur scheinbar freiwillig, da sie in Wahrheit durch drei Verpflichtungen strukturiert ist: die Verpflichtung zu geben, die Verpflichtung anzunehmen und die Verpflichtung zu erwidern (Mauss 1923/24). Die Verpflichtung des Erwiderns wurde in der Ethnologie unter anderem von Karl Polanyi (1944) und Marshall Sahlins (1988) aufgegriffen und dient als Grundlage für das Konzept der Reziprozität in der Wirtschaftsethnologie.

Widlok grenzt das Teilen vom Gabentausch genau durch diese nicht vorhandene Reziprozität ab. Er beschreibt den Akt des Gebens und den Akt des Nehmens als voneinander entkoppelt, da keine Verpflichtung dazu besteht, dass die annehmende Person der teilenden Person etwas zurückgeben muss (Widlok 2017, 7). Die Balance zwischen Geber und Nehmer, welche durch die Gegenseitigkeit entsteht, fehlt beim Akt des Teilens. Auch fehlt beim Teilen die Kalkulation und das Schuldsystem, welche nach Widlok charakteristisch für den Gabentausch und die Marktökonomie sind (2017, 66).

Aufbauend auf diesen Merkmalen, ersetzt Widlok die drei Verpflichtungen bei Mauss' Gabentausch durch drei Möglichkeiten für das Teilen: die Möglichkeit zu verlangen, die Möglichkeit zu antworten und die Möglichkeit zu verzichten (2017, 79–81). Widlok spricht dabei von Möglichkeiten anstatt Verpflichtungen, um der ethnographischen Realität vom Teilen ohne feste externe Gesetze nachzukommen (ebd.). Dies zeigt sich bereits an der ersten Möglichkeit: Anstatt auf die Pflicht, zu geben, legt Widlok den Fokus auf den Nehmenden / die Nehmende, der/die etwas verlangt. Damit setzt er auch den Startpunkt der Interaktion fest. Güter werden nämlich beim Teilen nicht einfach vom Besitzer offeriert, sondern sie müssen von einer Person oder Gruppe verlangt werden (ebd.). Daraus lässt sich ableiten, dass der Erfolg des Teilens nicht auf der Moral oder Grosszügigkeit des Gebers beruht, sondern auf den *skills* dessen, der einfordert (Widlok 2017, 84, 87). Die zweite Möglichkeit, das Antworten, betont die Wichtigkeit des Kontaktes und des Anerkennens der Forderung (Widlok 2017, 80f.). Die Möglichkeit des Antwortens bedeutet jedoch nicht, dass der Forderung auch nachgekommen wird. Die dritte Möglichkeit, das Verzichten oder Lassen, verschiebt die Betonung weg von der Pflicht, die Asymmetrie, die durch das Annehmen entstanden ist, wieder auszugleichen, hin zur Akzeptanz der Ungleichheit (ebd.).

Widloks Theorie des Teilens lässt sich in Abgrenzung zu Mauss' Gabentausch folgendermassen zusammenfassen:

[...] sharing provides an empirical basis for yet another alternative scenario of how society can emerge and can be maintained: A scenario that highlights opportunities instead of obligations and that replaces the tripartite scheme of giving, accepting and returning with one of requesting, responding and renouncing. (Widlok 2017, 11)

Mauss' Theorie des Gabentauschs war eine Kritik an der zu seiner Zeit in Europa dominanten kapitalistischen Wirtschaftsform. Von seinem vergleichenden Standpunkt aus diente der Gabentausch mit seinem gesellschaftlich verpflichtenden Prinzip von Grosszügigkeit und Solidarität als wünschenswerte Alternative (Brandstetter 2001, 292). Auch Widlok sieht in der Ökonomie des Teilens bei Jägern und Sammlern eine Inspiration für eine alternative Wirtschaft:

[...] if we are searching for alternatives to the current regimes of distribution that leave many people destitute and excluded (see Ferguson 2015), it is a good idea to turn to those societies in which sharing has been successfully practiced for millennia and under a host of changing circumstances. (Widlok 2017, 194)

Leider gelingt ihm genau dieses Übertragen der Erkenntnisse auf die kapitalistische Gesellschaft nicht, da sein Begriffsverständnis vom Teilen zu eng auf Jäger- und Sammler-Gesellschaften zugeschnitten ist. Durch Widloks strikte Einteilung in kommerzielle Marktökonomie, Gabentausch und Ökonomie des Teilens wird das Potenzial der aktuellen Sharing Economy als alternative Wirtschaftsform nicht erfasst. Obwohl Widlok sich in Kapitel

sechs ausgiebig mit den neueren Entwicklungen der Sharing Economy befasst, verwirft er sie als Ansammlung rein marktökonomischer Ideen, die unter dem falschen Etikett des Teilens verkauft werden (Widlok 2017, 193).

So ist das Modell des Carsharings für Widlok (2017, 140) kein Beispiel des Teilens, sondern einfaches Kaufen und Verkaufen via Benutzerrechte. Lokale Tauschsysteme, etwa für Werkzeuge und Maschinen, gehören für Widlok (2017, 146) eher zum Handel, da nach seiner Definition der Akt des Teilens ohne einen Pool an Gütern und deren Redistribution auskommt. Geschenkboxen mit Büchern oder Kühlschränke mit kostenlosen Lebensmitteln sieht er zwar näher am Teilen, da dabei Geber und Nehmer voneinander entkoppelt seien, jedoch passt das Motiv der Generosität, das dabei meist vorhanden sei, nicht zu seinem Begriffsverständnis vom Teilen (Widlok 2017, 151).

Obwohl Widlok mit seiner Kritik am *Sharewashing* einen wichtigen Punkt anspricht, versäumt er es, Erkenntnisse, die er aus seinen Überlegungen zum Teilen bei Jägern und Sammlern generiert, auf aktuelle Trends anzuwenden. Aus diesem Grund befürworte ich ein breiteres Verständnis des Begriffes Teilen, wie es etwa Arun Sundararajan, Professor an der Stern School of Business in New York, vertritt:

[...] I have found that it is useful to view the new economic activity as existing on a continuum between gift economies and market economies, with some cases at both ends of the spectrum, and many more in between. (Sundararajan 2016, 38)

Verzichtet man auf eine duale Einteilung in Ökonomie des Teilens versus kommerzielle Marktökonomie und versteht die Sharing Economy vielmehr als Mischung von beiden, ergibt sich die Möglichkeit, auch Carsharing und lokale Tauschsysteme unter dem Gesichtspunkt des Teilens zu betrachten. Zudem entspricht dieses offenere Verständnis der Sharing Economy als zwischen den beiden Polen liegend auch eher dem „native's point of view“ (Geertz 1974). Denn während die Theorie auf einer klaren Zuordenbarkeit anhand bestimmter Merkmale aufbaut, ist für die Unternehmer und Nutzer der Sharing Economy die Zuordnung meist alles andere als klar. Ihre Definitionen von Teilen decken sich nicht, ganz im Gegenteil: Während für die einen nur Ideen mit einer Gemeinschaftsideologie dazugezählt werden können, gehören diese Ideen für andere zu einer sozialen Verklärung, die wenig mit dem wirtschaftlichen Aspekt des Geschäftsmodells Sharing Economy zu tun hat.

Die Sharing Economy umfasst somit das ganze Kontinuum zwischen den beiden extremen Positionen „reine Ökonomie des Teilens“ und „pure kommerzielle Marktökonomie“ und verbindet diese miteinander. Diese Auffassung der Verknüpfung zweier unterschiedlicher, ja sogar gegensätzlicher Pole lehnt sich an das Verständnis des ethischen Konsums des Ethnologen James G. Carrier an. Carrier (2012, 5f.) beschreibt den ethischen Konsum als Ausdruck zweier gegensätzlich wahrgenommener Bereiche: des sozialen und des ökonomischen Bereichs. *Fairtrade*-zertifizierte Produkte vom lokalen Bauern nebenan zu kaufen, ist ein Versuch, den Bereich der Ökonomie mit sozialen Werten zu versehen (ebd.). Denn diese sozialen Werte sehen die Konsumenten, die solch ethisch motivierte Kaufentscheidungen treffen, als bedroht an. Grund für die Bedrohung ist die Expansion der Ökonomie in Bereiche, in denen ökonomische Werte zuvor fremd waren (Carrier 2012, 12). Ethischer Konsum ist daher nach Carrier (ebd.) „an effort to slow or even reverse this process through the preference for objects that embody the values threatened by that incursion [...]“.

Was Carrier anhand des ethischen Konsums als Verbindung der Ökonomie mit sozialen Werten beschreibt, kann auf die Sharing Economy übertragen werden. Die gegensätzlich wahrgenommenen Bereiche von sozialen und ökonomischen Werten werden im Folgenden als Anhaltspunkte herangezogen und mit weiteren binären Oppositionen verbunden, die im Forschungsfeld aufgetaucht sind. Die übergreifende Frage ist dabei, ob die Sharing Economy eine Sozialisierung der Ökonomie darstellt – wie bei ethischen Konsumentscheidungen – oder eine Ökonomisierung von bisher rein sozialen Bereichen – wie etwa die Kommerzialisierung der Nachbarschaftshilfe.

Die Bandbreite der Motive

Wie bereits in der Einleitung beschrieben, spielen die Motive hinter den einzelnen Sharing-Economy-Unternehmen für viele Personen, die sich mit der Frage der Definition der Sharing Economy befassen, eine entscheidende Rolle. Nicht selten wird aufgrund der Motive darüber entschieden, ob ein Unternehmen überhaupt dazuzählt oder nicht. Je nach Standpunkt wird dabei nicht nur das Teilen, sondern auch das Mieten oder Leihen zur Sharing Economy gezählt. Darum beschreibt dieser erste Abschnitt die Bandbreite an Motiven und persönlichen Positionierungen von Anbietern. Im nächsten Abschnitt stehen dagegen die Nutzer und ihre Motive im Fokus.

In meiner Feldforschung wurde schnell ersichtlich, dass sich eine grosse Anzahl an Unternehmen zwischen den beiden Extrempositionen von rein profitorientierten Motiven und Motiven des sozialen Mehrwerts befinden. Das Engagement der *Grant Garantie Versicherung, GGV*, für die Sharing Economy ist ein gutes Beispiel. Die GGV ist eine genossenschaftlich verankerte Versicherungsgesellschaft, die in das Carsharing-Projekt *Shareable* und in die Austauschplattform *shareware.ch* investiert, die involvierten Güter versichert und zudem ein E-Bike-Projekt namens *Cycle!* lancierte. Obwohl es sich bei den Versicherungen der GGV um wirtschaftliche Produkte handelt, knüpft die GGV durch ihre Struktur als Genossenschaft auch selbst an den Gegenseitigkeitsgedanken an.

Es gibt allerdings auch Unternehmen, die sich klar auf der einen Seite der beiden Positionen befinden, so wie beim Baumarkt *Heimwerk*, der einige seiner Gegenstände auf der Plattform *shareware.ch* zum Mieten anbietet und sich ebenfalls zur Sharing Economy zählt. Jedoch sind ideologische Motive bei Heimwerk nicht zu finden, nur kommerzielle. Dies mag auf den ersten Blick nicht offensichtlich sein, da das Mietmodell einen Kannibalisierungseffekt für Heimwerk generieren könnte. Doch Julien Aubry, Chef von Heimwerk, sieht das Mietmodell eher als eine Ergänzung anstatt als Konkurrenz zum Angebot von Heimwerk und erklärt, dass die Personen, die ein Werkzeug bei Heimwerk via *shareware.ch* mieten, auch gleich das benötigte Baumaterial dazu im Geschäft kaufen würden. Jonas Steiner, Medienbeauftragter von Heimwerk, erklärt die Motive hinter der Beteiligung in der Sharing Economy folgendermassen:

Das zentrale Thema für die beiden Engagements von Heimwerk lässt sich in einem Begriff zusammenfassen: Kundennähe. Wir sehen in „Teilen statt besitzen“ ein Kundenbedürfnis, das gerade in Städten und der Agglomeration immer mehr an Bedeutung gewinnen wird. Als Nummer zwei im Schweizer Baumarkt haben wir uns deshalb dafür entschieden, dieses ernst zu nehmen. Aus Unternehmenssicht dient es uns auch dazu, erste Erfahrungen zu sammeln, die uns die zukünftigen digitalen Technologien dafür bieten.

Diese Aussage zeigt sehr schön, wie Kunden durch ideologische Motive wie „Teilen statt Besitzen“ geleitet sind, während Heimwerk daraus einen kommerziellen Nutzen ziehen kann. Ideologische Motive lassen sich aber auch bei Unternehmen innerhalb der Sharing Economy finden, wie etwa bei den Gründern von *OmaElsa*. Dabei handelt es sich um ein Projekt, bei dem private Köche ein Mittagessen, Nachtessen oder einen Brunch für andere Personen anbieten. Das Menü wird vom Koch bestimmt, die Gäste zahlen einen vom Koch festgelegten Preis, der damit seine Kosten deckt. Das erklärte Ziel ist es, durch die Plattform einen sozialen Mehrwert zu schaffen, sprich: spannende neue Kontakte bei einem guten Essen herzustellen.

Die beiden Plattformen *HalloNachbar* und *shareware.ch* sind gute Beispiele dafür, wie dieselbe Idee durch unterschiedliche Motive zu verschiedenen Ergebnissen führt. Der Grundgedanke bei beiden Plattformen ist derselbe: Man soll Alltagsgegenstände in der näheren oder weiteren Nachbarschaft beziehen können, anstatt sie zu kaufen. *Shareware.ch* spricht dabei von Mieten und Vermieten, denn die Transaktion kostet und die Plattform verdient bei jeder Miete mit. Als Mieter bezahlt man einen vom Vermieter festgelegten Betrag für die Dauer der Miete, die Gegenstände sind über die GGV versichert. Das Abholen und Zurückgeben der Gegenstände erfolgt individuell. *HalloNachbar* hingegen ist ein Verein, der Sticker für den Briefkasten verkauft, an denen die Nachbarn sehen, welche Gegenstände ausgeliehen werden. Der Verein arbeitet nicht gewinnorientiert und verlangt lediglich einen Beitrag von fünf Franken für die Sticker, womit die Kosten für das Material und den Versand gedeckt werden. *HalloNachbar* spricht sich deutlich für ein anderes Modell aus: „Wir möchten grundsätzlich das kostenlose Leihen (also nicht Vermieten) von Gegenständen fördern und hoffen, dass alle Teilnehmer dieses grosszügige Angebot ihrer Nachbarn respektvoll nutzen.“

Wo sich ein Unternehmen innerhalb der Spannbreite von ökonomischem versus sozialem Mehrwert befindet, sagt aber noch nichts über dessen Erfolg aus. Denn je nach Motiv finden sich unterschiedliche Nutzer, die sich angesprochen fühlen. Das Unternehmen *shareware.ch*, das von ideologischen sowie kommerziellen Motiven geleitet ist, ist sich beispielsweise bewusst, dass es dadurch verschiedene Nutzer anzieht und eine Balance zwischen den beiden Polen gefunden werden muss, um keine der Gruppen abzuschrecken. Trotzdem kommt die Plattform nicht überall gut an, wie das Beispiel von Elias Huber zeigt. Huber ist Bewohner des Baugenossenschaftsprojekts Hunziker Areal in Oerlikon und Mitgründer einer Quartiergruppe, welche die Verbreitung der *HalloNachbar*-Sticker in der Genossenschaft fördert. Er begründet die Wahl von *HalloNachbar* anstatt von *shareware.ch* damit, dass er nicht in seiner unbezahlten Freizeit eine private, kommerzielle Firma fördern möchte.

Da viele der Sharing-Economy-Unternehmen eine Möglichkeit bieten, entweder etwas zusätzliches Geld zu verdienen – etwa durch das Anbieten von Essen auf *OmaElsa* – oder aber Geld zu sparen – zum Beispiel durch das Mieten auf *shareware.ch* anstelle des Kaufes –, liegt der Gedanke nicht fern, dass die Sharing Economy für einkommensschwache Personen attraktiv ist. Während meiner Feldforschung stellte sich jedoch heraus, dass sich diese Annahme nicht bewahrheitet: Nicht ökonomisch orientierte, sondern ökologisch orientierte Personen nutzen die Sharing Economy. Der finanzielle Anreiz besteht zwar, doch mitgemacht wird meist, weil man vom ökologischen Sinn der Sharing Economy überzeugt ist. So ist auch die Genossenschaft *share-a-car*, Pionier der Schweizer Sharing Economy, ein Kind des ökologischen Aufbruchs der Achtzigerjahre. Während der Feldforschung

wurde klar, dass die Untervertretung der ökonomischen Anreize wohlstandsbedingt ist. Denn in der Schweiz bieten wenige Franken Verdienstmöglichkeit der Sharing Economy einen zu kleinen Anreiz, um mitzumachen.

Die ökologischen Vorteile, welche die Sharing Economy verspricht, sind hingegen Anreiz bei fast allen Nutzern. Während der Gespräche mit den Nutzern von OmaElsa, Hallo-Nachbar und shareware.ch wurden immer wieder die ökologischen Vorteile der Sharing Economy angesprochen. Der Satz „Es macht einfach Sinn“ fiel dabei des Öfteren. Dazu passt, dass es sich bei den Nutzern auch mehrheitlich um Personen handelt, die sich zur Nachhaltigkeitsbewegung zählen. Das lässt sich schon daran beobachten, dass viele der Essensangebote auf OmaElsa saisonal sind, aus Zutaten aus biologischer Landwirtschaft bestehen und regional bezogen werden. Gefragt nach den typischen Nutzern bei OmaElsa, nennt David Fehr, Gründer von OmaElsa, Arbeiter und Rentner von 30 bis 70 Jahren, da die Mahlzeiten auf der Plattform beispielsweise für Studierende zu teuer wären. Den Nutzern gemein sei eine gewisse Offenheit und Kontaktfreude. Das Motiv des sozialen Austauschs sei entscheidend – was sich auch in meiner Feldforschung bestätigte.

Auch bei den Nutzern auf shareware.ch fällt die ökologische Motivation stark ins Gewicht. So sagt eine Nutzerin von shareware.ch über ihre Motivation:

Wir selber machen den Unterschied, wohin es mit unserer Welt geht. Ich wünsche mir eine achtsamere Gesellschaft, weniger unnötigen Konsum, keine Kinderarbeit und bessere Löhne und Umweltstandards in den Ländern, welche die meisten unserer Konsumgüter produzieren. [...] ich möchte meinen kleinen Beitrag zu dieser Veränderung beisteuern. Teilen ist hier nur ein Aspekt, aber für mich ein guter und machbarer Start.

Spannend ist diesbezüglich auch die Einschätzung von shareware.ch selbst bezüglich seiner Nutzer. In mehreren Blog-Einträgen widmet sich der Gründer der Plattform seinen Zielgruppen und deren Motiven. Zusammengefasst werden fünf Profile genannt: Die NaturliebhaberInnen sind durch den Nachhaltigkeitsgedanken motiviert, die Studierenden wollen sparen, die HeimwerkerInnen ihr Wissen weitergeben, die jungen StädterInnen möchten den knappen Platz in der Wohnung nicht vollstellen und für die jungen Familien bietet shareware.ch die nötige Abwechslung für ihre Kinder. Auch hier fällt auf, dass der finanzielle Anreiz nur einer unter anderen ist und nicht besonders ins Gewicht fällt.

Zusammenfassend bedeutet dies, dass eine grosse Bandbreite an Motiven auf der Seite der Unternehmen sowie auf der Seite der Nutzer besteht, die eine klare Grenzziehung davon, was zur Sharing Economy gehört und was nicht, verunmöglicht. Eine einfache duale Kategorisierung, die allgemeingültig wäre, kann in dieser Forschung der ethnographischen Realität der verschiedenen Motive nicht gerecht werden. Daher ist ein offeneres Verständnis der Sharing Economy als Kontinuum zwischen Ideologie und kommerzieller Ökonomie sinnvoller.

Kurzlebiger Trend oder Konsumform der Zukunft?

Wenn Airbnb den Kapitalismus auslöscht
(Der Standard 30.8.2016)

The future: where borrowing is the norm and ownership is luxury
(The Guardian 17.10.2016)

Was diese beiden Artikeltitel überspitzt anpreisen, war auch in der Feldforschung ein immer wieder auftauchendes Thema: die Zukunftserwartung der Akteure an die Sharing Economy. Dabei ging es weniger um abstrakte, universale Wirtschaftsprognosen wie bei den beiden Medienartikeln, sondern um konkrete Einschätzungen: Welches Potenzial liegt in der Sharing Economy? Ist die Sharing Economy ein kurzlebiger Trend oder der Weg zu nachhaltiger Veränderung? Und bei wem liegt das Potenzial: etwa nur bei den profitorientierten Unternehmen mit Monopolstellung? Mein Ziel war es nicht, die Zukunft der Sharing Economy zu erforschen, sondern vielmehr herauszufinden, wie die Einschätzungen der Akteure aussehen und worauf sie diese Erwartungen stützen – unabhängig davon, ob diese nun zutreffen werden oder nicht.

Dass die Sharing Economy längst aus ihrer Nische herausgewachsen ist, zeigt sich an der Aufmerksamkeit grosser Investoren und Unternehmen, die aktiv mit einsteigen. Das hat auch die Genossenschaft share-a-car zu spüren bekommen, die seit ihrer Gründung in den 1990er-Jahren als Pionierin der Schweizer Sharing Economy gilt. Die Carsharing-Anbieterin ist sich bewusst, dass zwar in der Mobilität erhebliches Potenzial liegt, die Konkurrenz sich jedoch auch dafür interessiert. Obwohl share-a-car nicht zu meinem Kernsample gehörte, wurde bereits durch den Titel des Vortrages von share-a-car an der Veranstaltung *Geteilte Stadt*, der „Herausforderungen der Sharing Economy für share-a-car“ lautete, klar, dass der Boom um die Sharing Economy den Anbieter in Bedrängnis bringt: Da sich die grossen internationalen Autohersteller, die über ein viel grösseres Kapital als share-a-car verfügen, in Richtung Carsharing umorientierten, sei die Zukunft von share-a-car ungewiss.

Dass die Sharing Economy auch von renommierten Unternehmen aus anderen Branchen ernst genommen wird, sieht man etwa bei der Versicherung GGV. Diese wirkt gleich dreifach in der Sharing Economy mit: Zum einen beteiligt sich die GGV an gut einem Drittel der Aktien der Carsharing-Plattform Shareable, bei der Privatpersonen ihr Auto via Smartphone an andere vermieten können. Zum anderen bietet sie Versicherungen für die Shareable-Autos und für alle Gegenstände, die auf shareware.ch vermietet werden, an. Zudem entwickelte die GGV ein E-Bike-Sharing-Pilotprojekt namens Cycle!, bei dem in der Stadt Zürich E-Bikes via App ausgeliehen werden können. Samuel Müller, Business Analyst Smart Analytics bei der GGV, betont, dass es dabei nicht um ein finanzielles Interesse gehe, sondern darum, Erfahrungen sammeln zu können. Denn auch wenn die Sharing Economy in der Schweiz momentan noch klein sei, wolle die GGV auf eine Zukunft vorbereitet sein, in der sie finanziell interessant sein werde. Beim Vortrag der Veranstaltung *Geteilte Stadt* der GGV zu Cycle! lautete denn das Motto dementsprechend auch: „Sei immer einen Schritt voraus.“

Die Frage, ob die Sharing Economy als blosser Trend oder nachhaltige Entwicklung angesehen wird, ist damit aber noch nicht geklärt. Denn diese Sicht hängt stark von der Einschätzung der Gesellschaft ab. Während die GGV zukünftiges Potenzial in der Sharing Economy sieht, spricht der GGV-Mitarbeiter Samuel Müller persönlich aus einer anderen

Perspektive: Für ihn ist die Sharing Economy ein zyklischer Trend, der wieder verschwinden und neu auftauchen wird, wie auch früher schon. Aus seiner Erfahrung im Silicon Valley berichtet er, dass die Euphorie um die Sharing Economy in den USA bereits wieder abgeflacht ist. Er erwartet einen ähnlichen Verlauf in der Schweiz. Damit die Sharing Economy dauerhaft erfolgreich sein könnte, bräuchte es gesellschaftliche Veränderungen. Damit gemeint sind zum Beispiel neue Generationen, die das umweltbewusste Umdenken durch Erziehung verinnerlicht haben, oder härtere Zeiten, die aufgrund der ökologischen und ökonomischen Ressourcenknappheit zum Teilen zwingen.

Linda Thalmann, Mitarbeiterin bei shareware.ch, teilt die Ansicht, dass der Erfolg der Sharing Economy von der „Mentalität der Gesellschaft“ abhängt. Ihre Einschätzung dieser Mentalität ist jedoch eine ganz andere. Aus ihrer Sicht ist die Zeit für die Sharing Economy reif, da ein Umdenken, was den Konsum betrifft, in der Gesellschaft angekommen sei. Als Ideal gelte heute in den meisten Kreisen nicht mehr die Akkumulation von Gegenständen: Die junge Bevölkerung habe nicht mehr das Ziel, sich ein teures Auto leisten zu können, und als Geschenk wünsche man sich heute eher gemeinsame Zeit anstatt etwas Materielles. Aus diesen Gründen werde die Sharing Economy stark wachsen und die Art des Konsums künftig prägend mitgestalten.

Ein Stichwort, welches bei der Frage nach den Zukunftserwartungen immer wieder auftauchte, war Digitalisierung. Dass die Sharing Economy erst dank der Digitalisierung zu ihrem Aufschwung kam, wurde in der Einleitung gezeigt. Doch die Digitalisierung wird in diesem Zusammenhang nicht nur als Segen, sondern auch als Fluch betrachtet. David Fehr von der Plattform OmaElsa macht die Digitalisierung für den Effekt der Vereinsamung durch das Fehlen von echten Interaktionen verantwortlich. Zusammen mit der Auflösung der klassischen Arbeitsform (siehe Kapitel zur zukünftigen Arbeitsform) führe dies zu einer grossen Herausforderung in den nächsten 50 bis 100 Jahren: der „Raison d’être“. Die Plattform OmaElsa soll somit einen sinnvollen Lebensinhalt wiederherstellen, indem sie durch gemeinsame Essen Menschen zusammenbringt. Thomas Keller von swissshare.ch, einer Plattform, die Schweizer Sharing-Economy-Unternehmen verbindet, beschrieb in diesem Zusammenhang die Rolle der Sharing Economy mit den Worten: „Die Sharing Economy ist mitentscheidend, ob aus der digitalen Transformation eine Welt wie bei „Matrix“ wird oder eine wie bei „Star Trek“. Dieser Vergleich lädt dazu ein, sich die zwei Zukunftsszenarien genauer auszumalen. Der Science-Fiction-Film „Matrix“, in dem die Menschen in einer Computersimulation leben, unter der Kontrolle einer künstlichen Intelligenz, steht stellvertretend für die negative Transformation der Welt durch Digitalisierung. Dagegen vermittelt die Serie „Star Trek“, in der die Mitglieder eines Raumschiffes auf fremde Welten treffen, das Bild einer geld- und klassenlosen Gesellschaft, die in einer Föderation vereinigt ist – was Parallelen mit den Idealen des Kommunismus aufweist.

Während die Rolle der Sharing Economy im Science-Fiction-Vergleich doch eher abstrakt bleibt, gibt es noch eine ganz konkrete Frage zu beantworten: Wo innerhalb der ganzen Bandbreite an Unternehmen und Angeboten, die sich zur Sharing Economy zählen, könnte das Potenzial denn überhaupt liegen? Erstaunlich übereinstimmend lautete die eher ernüchternde Meinung der Akteure, dass nur die wirklich disruptiven Ideen gross werden können. Als Beispiele dienten dazu meist Uber und Airbnb, die klar profitorientiert ausgerichtet sind und nicht gerade für die Idee des nachhaltigen und gemeinschaftlichen Ressourcengebrauchs stehen. Ebenfalls einig waren sich die Unternehmen darin, dass eine Monopolstellung nötig ist, um mit einer Sharing-Economy-Idee gross zu werden. Samuel

Müller von der Versicherung GGV beschrieb diese Tendenz bedauernd mit „The winner takes it all“. Solch kritisierende Aussagen weisen darauf hin, dass eine Sozialisierung der Wirtschaft erwünscht ist, die Akteure jedoch nicht daran glauben, dass dies in Zukunft erreicht wird.

Das heisst nun aber nicht, dass Projekte mit einem sozialen oder nachhaltigen ideologischen Grundgedanken keinen Erfolg haben können, wie mir Thomas Keller von swisshare.ch erklärte. Seiner Meinung nach braucht der „Gutmensch-Gedanke“ die Kombination mit einem Geschäftsmodell. Mit Geschäftsmodell meint Keller nicht Ausbeutung und Rechtswidrigkeit – was der dominanten Kritik an Uber entspricht –, sondern Vermarktung, finanzielles Startkapital und Informationstechnologie. Viele Start-ups im Bereich der ideologisch motivierten Sharing Economy verschwinden wieder, weil das Geschäftsmodell fehlt.

Auch wenn die Medien mit Schlagzeilen vom Untergang des Kapitalismus durch die aufkommende Sharing Economy locken, spricht unter den Schweizer Sharing-Akteuren keiner von solch grossen Themen. So will Heimwerk mit seinen Gegenständen auf shareware.ch nicht fort vom Kapitalismus, sondern hin zur Kundennähe. Und Thomas Keller erklärt explizit, dass er nicht so weit geht wie der Soziologe und Ökonom Jeremy Rifkin, der in seinem Buch *Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft* (2014) das Ende des Kapitalismus durch den geteilten Gebrauch sieht. Vielmehr knüpfen die Akteure ihre Zukunftserwartungen an ganz konkrete Erfahrungswerte wie etwa den Erfolg der profitorientierten Unternehmen Uber und Airbnb. Der Sharing Economy wird zwar ein gewisses Potenzial zugesprochen, doch bemerkt man bereits eine erste Ernüchterung bei einigen Akteuren.

Die Auswirkungen der Sharing Economy

Während im vorherigen Kapitel die Einschätzung des Potenzials der Sharing Economy im Zentrum stand, soll es nun darum gehen, welche verändernden Auswirkungen die Akteure der Sharing Economy zuschreiben und was für Risiken und Chancen sie darin sehen. Aus meiner Feldforschung kristallisieren sich zwei Hauptthemen heraus, die je nach befragten Akteuren unterschiedlich gewertet wurden. Der erste Teil dreht sich um die Veränderung der Arbeitsform durch die Sharing Economy und die wachsende Dezentralisierung. Im zweiten Teil geht es um die Versprechen der Sharing Economy, Nachhaltigkeit zu fördern und den Gebrauch effizienter zu gestalten, sowie das Thema der sozialen Werte in der Gemeinschaft und der Widersprüche, die sich darin finden lassen.

Die Arbeitsform der Zukunft

Dass die Sharing Economy die Arbeitsform verändere, wurde von einigen Akteuren erwähnt. Was genau damit gemeint ist, lässt sich am Beispiel von Thomas Keller, Gründer der Vernetzungsplattform swisshare.ch, erklären, der ein Buch zur digitalen Transformation geschrieben hat. Das Design des Buchcovers und das Layout stammen beide von Plattformen, auf denen Selbstständige ihre skills zu einem selbst gewählten Preis anbieten. Dabei handelt es sich nicht um professionelle Designer, sondern um talentierte Personen aus der ganzen Welt, die ihre Dienstleistungen haupt- oder nebenberuflich anbieten. Laut Keller ist diese neue Arbeitsform ein Produkt unserer Zeit: Während in der Renaissance das ganze Wissen beim Klerus lag und erst durch die Aufklärung die breite Masse erreichte, befand

sich das digitale Wissen ebenfalls zuerst nur bei einigen wenigen Köpfen im Silicon Valley und ist nun bei fast jedem Bürger angekommen. Dies erlaubt eine neue Art der Arbeitsform: unabhängig, plattformbasiert und vor allem ohne offizielle Berufsausbildung. Keller ist mit dieser Einschätzung nicht alleine, auch Arun Sundararajan schreibt dazu: Die Sharing Economy „[...] could radically transform what it means to have a job“ (2016, 6).

Auch wenn die Design-Anbieter kein Paradebeispiel der Sharing Economy sind, könnten sich dieselben Entwicklungen etwa bei OmaElsa zeigen. Von den rund 2200 registrierten Nutzern bei OmaElsa bieten etwa 15 Prozent als Hobbyköche ihre Künste an. Nur eine Handvoll davon stammen aus dem Gastronomiebereich und sind somit gelernte Köche, der Rest greift auf die selbst beigebrachten *skills* zurück. Gründer David Fehr sieht in der Sharing Economy eine mögliche Antwort auf die sich verändernde Arbeitsform, vor allem auf die Auflösung des traditionellen Modells des Berufs auf Lebenszeit. Auch wenn die allermeisten Hobbyköche auf OmaElsa nur kostendeckende Preise verrechnen, bestehe die Möglichkeit, einen Zuschuss zu verdienen. Einige Köche würden mehrmals pro Woche ein Essen für 50 Franken und mehr anbieten und damit etwas dazuverdienen. OmaElsa hat auch Pläne, mit besonders beliebten Hobbyköchen Kochkurse oder Catering anzubieten, was dann auch wirtschaftlich attraktiv sein sollte. Zusammengefasst würde dies eine Verwischung der Grenzen zur Professionalität bedeuten.

Diese Verwischung fand bei OmaElsa aber auch in die andere Richtung bereits statt, wie folgendes Beispiel zeigt: Ein berühmter Koch aus Berlin und Gewinner einer deutschen Koch-Casting-Show kochte an zwei Abenden im Mai 2017 in einem Hotel in Zürich für 15 Personen. Das Hotel verkaufte die Plätze für CHF 155.– pro Person. Eine Nutzerin bei OmaElsa bot ebenfalls Plätze an, jedoch für CHF 191.75 pro Person. Soweit auf der Homepage von OmaElsa ersichtlich war, verkaufte die Nutzerin keinen der Plätze. Dieses Beispiel belegt einen (noch erfolglosen) Versuch, die Plattform auch für professionelle Köche zu öffnen.

Die Verwischung der Grenze zur Professionalität fand auch in anderen Unternehmen statt, wie das Beispiel *Telecom Friends* zeigt: Wer beim Telekommunikationsunternehmen Telecom technische Hilfe sucht, kann neuerdings über eine Plattform andere, technisch versierte Kunden in der Nachbarschaft gegen Bezahlung anfragen. Den Preis der Hilfe bestimmt dieser sogenannte Freund selbst; Transparenz über die Qualität der Leistung bietet ein Bewertungssystem. Die Telecom beschreibt ihr Angebot als günstige und persönliche Nachbarschaftshilfe für alle möglichen technischen Anliegen und spricht darin bereits auch mehrere Kritikpunkte des Modells an.

Einer davon betrifft das Kriterium der kostengünstigeren Dienstleistung. Kritisiert wird dabei vor allem ein Wertabfall der Dienstleistung insgesamt, also auch für diejenigen Personen, die ihre Hilfe auf professioneller Basis im Kundendienst anbieten. Ein weiterer kritischer Punkt wird mit dem Stichwort Nachbarschaftshilfe angesprochen, die durch das Angebot kommerzialisiert werden könnte. Um diese Thematik geht es im folgenden Kapitel zu den widersprüchlichen Versprechen.

Die Entwicklungen werden innerhalb der Sharing Economy sehr unterschiedlich bewertet. Während einige sich über den zusätzlichen Verdienst, den sie bei OmaElsa oder Telecom Friends erhalten, freuen, verrechnen andere ihren Gästen nur den Einkaufspreis der Lebensmittel oder bieten ihre Gegenstände auf shareware.ch ausdrücklich kostenlos zum Leihen an. Linda Thalmann von shareware.ch beschreibt diese Personen als „die richtigen Sharer, die die Welt vorantreiben“, vertraut jedoch darauf, dass die meisten Menschen

genügend egoistisch seien und Geld für das Vermieten verlangten, so dass shareware.ch nicht die finanzielle Existenzgrundlage entzogen werde.

Neben der Verwischung der Grenzen zur Professionalität wird auch die Grenze zwischen Arbeit und Freizeit unklarer. Wenn ich meine Drohne für 30 Franken pro Tag (das entspricht dem durchschnittlichen Preis) auf shareware.ch vermiete, empfinde ich das nun als Arbeit oder als Freizeit, die, anstatt zu kosten, sogar Geld einbringt? Und wie sieht dies das Steueramt? Auch wenn momentan niemand durch das Vermieten auf shareware.ch reich werden kann, stellen sich zwangsläufig ungelöste Fragen nach der Reglementierung der Sharing Economy. Am lautesten sind die kritischen Stimmen, wenn es um den rechtlichen Graubereich geht, in dem sich Uber bewegt. Und dass das Vermieten auf shareware.ch auch als finanziell lohnenswert beworben wird, zeigen Blog-Einträge, die aufzählen, mit welchen Top-10-Objekten man auf der Plattform Geld verdienen kann.

Die Forderungen nach Reglementierungen sind stark verbunden mit der wachsenden Dezentralisierung, die der Sharing Economy zugeschrieben wird. Denn an die Stelle von zentralen Institutionen treten Bewertungssysteme, die Vertrauen wie Misstrauen generieren und letztendlich als Kontrollmechanismen agieren. Gründer David Fehr erklärt, dass die Bewertung der Kochkünste, der Gastfreundschaft und des Ambientes auf OmaElsa die nötige Transparenz schaffe. Transparenz und das daraus resultierende Vertrauen sei bei OmaElsa besonders wichtig, da die erste Hürde – zu jemand Fremdem nach Hause zu gehen – besonders hoch sei. Die Dezentralisierung betrifft aber nicht nur das Vertrauen, sondern auch die Organisation. Keine Mittelsmänner stehen zwischen Koch und Gast, nur die Vermittlerplattform OmaElsa. Peer-to-Peer nennt sich dieser Ansatz, ein Begriff, der ursprünglich in der Informatik den Austausch von Daten unter gleichberechtigten Rechnern ohne den Weg über einen zentralen Server beschreibt (Gabler Wirtschaftslexikon 2016). Diese Bewertungen können die offiziellen Lebensmittelkontrollen, die es bei Restaurants, aber nicht bei OmaElsa gibt, jedoch nicht ersetzen. Gelingt es, dass Vertrauen an die Stelle der externen Kontrolle tritt, kann man von einer Sozialisierung der Ökonomie im Sinne von Carrier sprechen, wobei das Vertrauen die sozialen Werte zurück in den Bereich der Ökonomie bringt.

Widersprüchliche Versprechen

Bei der zweiten Auswirkung, die ein immer wiederkehrendes Thema darstellt, geht es um die Versprechen der Sharing Economy und die Widersprüche, die diese Versprechen generieren. Zu diesen Versprechen gehören die Senkung des Konsums, ein effizienterer Ressourcengebrauch und die Förderung der Gemeinschaft sowie des Zugangs zu Ressourcen. Dabei muss angemerkt werden, dass aufgrund einer fehlenden einheitlichen Definition der Sharing Economy auch nicht einstimmig von denselben Versprechen gesprochen werden kann, sondern dass diese je nach Fall unterschiedlich gewichtet sind. Zweifel an diesen Versprechen kommen gerade auch von konsumkritischen und umweltbewussten Gruppen, die zu Beginn das Potenzial der Sharing Economy lobten, durch die wachstumsorientierten Unternehmen wie Uber und Airbnb jedoch immer kritischer wurden. In diesem Abschnitt soll es nun darum gehen, was die Schweizer Unternehmen von den Versprechen und den darin begründeten Widersprüchen halten.

Teilen statt besitzen – so verspricht die Sharing Economy die Senkung des Konsums. Ein Akkuschauber, der an 364 von 365 Tagen ungenutzt in der Schublade liegt, ist „totes Kapital“ (Onpulson 2018). Mit diesem Begriff werden Güter beschrieben, in die Geld

investiert wurde, die aber aktuell keinen Nutzen bringen. Die Antwort der Sharing Economy auf das Problem des toten Kapitals liegt infolgedessen im effizienteren Ressourcengebrauch durch Teilen, Leihen oder Mieten. Hinzu kommt, dass, wer einen Akkuschauber leihen kann, sich nicht selbst einen kaufen muss, womit im Endeffekt weniger Güter produziert und verkauft werden.

Zu dieser vereinfachten Darstellung gibt es klare Positionen. Die einen kritisieren dieses Versprechen als Halbwahrheit und beziehen sich auf den *Rebound-Effekt*. Der Rebound-Effekt beschreibt das Phänomen, dass Verbraucher durch eine Effizienzsteigerung weniger Ausgaben haben und so mehr konsumieren können, was schlussendlich zu einem erhöhten Ressourcenverbrauch führen kann. Anknüpfend an das Beispiel oben bleibt also die Frage, was mit dem eingesparten Geld, das nicht für den Akkuschauber ausgegeben wurde, gemacht wird. Thomas Keller, Gründer der Vernetzungsplattform swisshare.ch, vertritt die Meinung, dass die Sharing Economy den Konsum nicht reduziere, sondern dass man sich im Gegenteil für das Carsharing mit Ferien in der Karibik belohne, was die tiefe CO2-Bilanz durch den Verzicht auf das eigene Auto gleich wieder nach oben steigen lasse.

Die Gegenposition kennt dieses Argument und hält ihm entgegen, dass durch das Umdenken, das in der Gesellschaft aktuell stattfindet, das gesparte Geld wiederum in ökologisch sinnvolle Vorhaben investiert werde. Linda Thalmann von shareware.ch schiebt mit diesem Argument die Verantwortung weg von den Sharing-Economy-Anbietern und hin zu den Konsumenten. Dabei stellt sie klar, dass man kein schlechtes Gewissen haben müsse, nur weil man konsumiere, jedoch die eigene Verantwortung der bewussten Konsumententscheidung wahrnehmen müsse. Vertreter dieses Arguments sehen sich in aktuellen Trends bestätigt, die weg von der Güterakkumulation der Überflussgesellschaft gehen und hin zum Minimalismus – einem Lebensstil, der sich durch eine Reduktion auf die relevanten Gegenstände kennzeichnet, indem man bewusst auf unnötige Dinge verzichtet. Ben Nussbaumer, Gründer von shareware.ch, erklärt seine Position passend mit den Worten: „Wir wollen das Brot, nicht die Brotbackmaschine.“

Shareware.ch ist sich der Diskussion zwischen diesen zwei Positionen bewusst und unterscheidet drei verschiedene Szenarien. Beim Szenario „Mieten anstatt Kaufen“ spricht shareware.ch von Konsumreduktion. Wird gemietet, um das Objekt vor einem allfälligen Kauf zu testen – wie sich der Baumarkt Heimwerk das mit seinen Objekten auf shareware.ch erhofft –, wird immerhin nichts Unpassendes gekauft. Mietet man jedoch Dinge, die man nie kaufen würde – etwa, um zum Spass mal mit einer Drohne zu fliegen –, kommt es zu einem Mehrverbrauch.

Neben dem Thema Konsumreduktion fällt im Zusammenhang mit der Sharing Economy immer wieder der Begriff der *access economy*. Darin steckt zum einen die Gegenüberstellung von Zugang versus Besitz und zum anderen steht dahinter das Versprechen, den Zugang zu Gütern oder Dienstleistungen für alle zu öffnen und somit schlussendlich zu einer egalitäreren Gesellschaft zu gelangen. Während man hierbei intuitiv an Personen mit niedrigen Einkommen denkt, die durch die Sharing Economy günstigeren Zugang zu Angeboten haben, handelt es sich bei den Nutzern (wie im Kapitel zu den Motiven gezeigt) in der Praxis nicht um solche Personen. Die Frage, wer Zugang zur Sharing Economy hat und wer aussen vor bleibt, bezieht sich daher nicht auf die Einkommensklassen, sondern eher auf die Demografie. Da die Sharing Economy ein Phänomen der Digitalisierung ist, sind Personen ohne Internet-Zugang, ohne Computerkenntnisse, ohne Kreditkarte oder ohne Fotoapparat benachteiligt. Gerade bei OmaElsa wird dieser Punkt von den Gästen und

Köchen kritisiert, wie mir mehrfach bestätigt wurde. Die Plattform, die ihren Ursprung in der kochenden Elsa, der Grossmutter der beiden Gründer, hat, klammert ebendiese Bevölkerungsgruppen aus. Eine der Köchinnen bei OmaElsa sieht speziell in der älteren Generation grosses Potenzial als Köche, da viele ältere Leute zum einen ausreichend Zeit und Erfahrung im Kochen mitbringen und zum anderen oftmals einsam sind und sich über neue Kontakte freuen würden. Der Einbezug dieser Personengruppe wäre aus ihrer Sicht demnach unabdingbar. Auch bei shareware.ch stellt das digitale Format ein Hindernis dar, welches jedoch zumindest teilweise angegangen wird: Wer Mühe hat, Gegenstände auf die Plattform zu laden, oder keinen Fotoapparat besitzt, bei dem kommt ein Mitarbeiter von shareware.ch vorbei und hilft. Genutzt wird das Angebot jedoch spärlich.

Das dritte Versprechen richtet sich an die Förderung der Gemeinschaft, der sozialen Werte und des Miteinanders. Gut sichtbar ist dieses Versprechen etwa bei OmaElsa, wo es um einen sozialen Mehrwert geht, man neue Leute und seine Nachbarn besser kennenlernt. Bei HalloNachbar und shareware.ch geht es ein Stück weit auch um gute Nachbarschaftsbeziehungen. Die Kritik an der bezahlten Nachbarschaftshilfe wurde bereits am Beispiel der Telecom Friends angedeutet, betrifft aber viele der Sharing-Economy-Unternehmen. Dabei steht die Frage im Zentrum, ob es sich um eine Ökonomisierung von Bereichen handelt, die ursprünglich kostenlos waren und durch die Sharing Economy kommerzialisiert werden.

Shareware.ch hat dazu eine klare Antwort. Gründer Ben Nussbaumer erklärte am Vortrag der Veranstaltung *Geteilte Stadt*, dass zuerst die Familie gefragt werde, wenn man einen Gegenstand brauche, dann die Freunde und erst danach jemand Fremden über shareware.ch. Somit greife shareware.ch in keine Bereiche ein, die nicht sowieso schon ökonomisiert worden seien. Dementsprechend bestätigte auch Linda Thalmann, dass in den Städten, in denen die Anonymität unter den Nachbarn grösser sei als auf dem Land, die Anfragen auf shareware.ch höher seien.

Dass ein Bedürfnis nach der Sozialisierung der Nachbarschaftshilfe besteht, wurde bei shareware.ch jedoch erkannt. Daher entwickelt shareware.ch ein neues Modell, das sich an Wohngenossenschaften und Arbeitsgemeinschaften richtet und das Teilen von Alltagsgegenständen innerhalb einer Siedlung oder eines Unternehmens kostenlos anbietet. Linda Thalmann erklärt die Idee hinter dem Projekt mit dem „Zusammen haben wir alles“-Gedanken. Dahinter stecke auch ein anderes Preismodell: Shareware.ch verdiene nicht 20 Prozent bei jeder Mietaktion, sondern die Genossenschaft bezahle einen einmaligen Grundbetrag an shareware.ch plus fünf Franken pro aktivem Mitglied pro Jahr. Das Mieten und Vermieten mit Personen ausserhalb dieser Gemeinschaft funktioniere immer noch nach den alten Regeln und koste den vollen Preis. Innerhalb der Gemeinschaft solle jedoch auf das kommerzielle Mieten verzichtet werden und somit der Gemeinsinn der Gemeinschaft gestärkt werden.

Shareware.ch reagiert mit diesem Modell auf die Kritik, dass die ursprünglich altruistischen Motive des Teilens in ihre Gegenteile verwandelt würden. Mit dieser Kritik wurde auch Elias Hubers Idee der Quartierwährung für die Baugenossenschaft des Hunziker Areals konfrontiert. Der Vorwurf lautete, dass damit kleine Dienstleistungen wie Haustierbetreuung oder Einkaufen für den Nachbarn zu einem rentablen Geschäft umgebaut würden. Huber entkräftet diese Kritik, indem er aufzeigt, dass es um die Förderung des lokalen Austausches gehe und darum, Dienstleistungen zu vollbringen, die der Allgemeinheit nützten, in der Schweizer Währung jedoch zu teuer wären. Durch die Pflicht, dass jeder Bewohner des Hunziker Areals solche Nachbarschaftshilfe anbieten und das verdiente Geld in der

Quartierwährung auch wieder bis zu einem gewissen Datum ausgeben müsse, werde insgesamt der Austausch unter den Bewohnern gefördert, ohne dass jemand daraus übermässig Profit schlagen könne. Die Idee will also genau durch die Kommerzialisierung der Nachbarschaftshilfe die sozialen Werte in der Gemeinschaft stärken.

Dieses Kapitel zeigte auf, dass die Sharing Economy zu einer neuen Arbeitsform führen könnte, die unabhängig und plattformbasiert wäre und auf *skills* anstelle von offiziellen Berufsausbildungen beruhte. Die Auswirkungen einer solchen Arbeitsform sind umstritten, ebenso wie die Versprechen der Sharing Economy bezüglich Konsumsenkung, Zugang zu Ressourcen und Förderung der sozialen Werte in der Gemeinschaft. Was jedoch ersichtlich wird anhand dieser Versprechen, ist eine gewisse Sehnsucht nach sozialen Werten. Ob sich diese durch die Sharing Economy realisieren lassen, bleibt eine offene Frage.

Fazit

Am Anfang stand die Frage, wie die Sharing Economy überhaupt gefasst werden kann. Aus der Feldforschung zu den Schweizer Akteuren wurde schnell sichtbar, dass kein einheitliches Verständnis herrscht, was die Sharing Economy genau ausmacht und welche Motive dahinterstehen. Viele Unternehmen weisen sowohl ideologische als auch kommerzielle Motive auf, und auch bei den Nutzern überschneiden sich die Motive, wobei die ökologischen Anreize meist grösser sind als die ökonomischen. Daher wird eine einfache duale Kategorisierung der ethnographischen Realität nicht gerecht. Sundararajans Verständnis der Sharing Economy als Kontinuum zwischen Ideologie und kommerzieller Ökonomie erweist sich hier als passender Ansatz.

Widlok versteht die in den letzten Jahren aufgekommene Sharing Economy klar nicht als Form des Teilens, wie er sie in seiner Forschung zu Jäger- und Sammler-Gesellschaften beschreibt. Diese Trennung wurde jedoch von meinen GesprächspartnerInnen nicht gemacht. Während die Ökonomie des Teilens bei Jäger- und Sammler-Gesellschaften von Widlok als Vorbild einer alternativen Wirtschaftsform gesehen wird, liessen sich in meiner Feldforschung zur aktuellen Sharing Economy ähnliche Stimmen finden.

Zusammenfassend gibt es optimistische Zukunftserwartungen und solche, die von Ernüchterung geprägt sind, wobei die Einstellung stark vom Gesellschaftsbild und von konkreten Erfahrungswerten abhängt. Interessant ist die Entwicklung von bestehenden marktorientierten Unternehmen, die sich neu in Richtung Sharing Economy umorientieren, um Kundenbedürfnissen zu entsprechen oder erste Erfahrungen zu sammeln.

Zu den Verheissungen der Sharing Economy gehört die Veränderung der Arbeitsform, die eine Verwischung der Grenze zur professionellen Arbeit mit sich bringt. Damit einhergehend findet in der Sharing Economy eine Dezentralisierung statt, wobei Vertrauen als Modus der Kontrolle genutzt wird. Kritisch hinterfragt wurden in diesem Zusammenhang auch die teils widersprüchlichen Versprechen der Sharing Economy bezüglich Konsumsenkung, Zugang zu Ressourcen und Förderung der sozialen Werte in der Gemeinschaft. Gerade der letzte Punkt scheint wegweisend für die Zukunft der Sharing Economy zu sein: Denn wie zu Beginn aufgezeigt, kann die Sharing Economy analog zu Carriers Theorie als Verbindung der als gegensätzlich wahrgenommenen Bereiche Ökonomie und Gesellschaft verstanden werden. Die sozialen Werte des Teilens sollen in die Wirtschaft

übertragen werden. Zu diesen Werten gehören Vertrauen, ökologisches Bewusstsein, persönliche Beziehungen und Gemeinschaftsgefühl.

Der Begriff der Sharing Economy, den EthnologInnen mit Jäger- und Sammler-Gesellschaften verknüpfen, ist zu einem populären Alltagsbegriff geworden, der sich von seiner Herkunft gelöst hat und für ein breites Spektrum an Praktiken eingesetzt wird. Carrier's Theorie folgend, wird die Sharing Economy als etwas von sozialem Wert gesehen, als etwas, wonach momentan eine Sehnsucht besteht, die aber auch kommerziell genutzt werden kann. Ob es dabei zu einer Sozialisierung der Ökonomie kommt oder aber zu einer Ökonomisierung von bisher nichtkommerziellen Bereichen, ist offen. Die Sharing Economy hat das Potenzial für beide Richtungen.

Tabea Grob ist Masterstudentin in Ethnologie an der Universität Zürich. Dieses Working Paper basiert auf ihrer Bachelorarbeit, die 2017 am Institut für Sozialanthropologie und empirische Kulturwissenschaft eingereicht wurde.

Literatur

- Brandstetter, Anna Maria. 2001. „Marcel Mauss.“ In Hauptwerke der Ethnologie, Christian F. Feest und Karl-Heinz Kohl, 289–294. Stuttgart: Kröner.
- Carrier, James G. 2012. „Introduction.“ In *Ethical Consumption*, James G. Carrier und Peter G. Luetchford, 1–36. New York: Berghahn Books.
- Der Standard. 30.8.2016. „Wenn Airbnb den Kapitalismus auslöscht.“ Zugriff am 11.5.2017. <http://derstandard.at/2000043595095/Sharing-Economy-Wenn-Airbnb-den-Kapitalismus-ausloescht>
- Gabler Wirtschaftslexikon. 2016. „Peer-to-Peer (P2P).“ Zugriff am 22.5.2017. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/peer-to-peer-p2p.html>
- Geertz, Clifford. 1974. „From the Native's Point of View: On the Nature of Anthropological Understanding.“ *Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences* 28(1): 26–45.
- Google Trends. 15.5.2017. „Sharing Economy.“ Zugriff am 15.5.2017. <https://trends.google.ch/trends/explore?q=sharing%20economy>
- Mauss, Marcel. 1923/24. „Essai sur le don: Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques.“ *L'Année sociologique* 1: 30–186.
- Onpulson. 2018. „Totes Kapital.“ Zugriff am 16.11.2018 <https://www.onpulson.de/lexikon/totes-kapital/>
- Polanyi, Karl. 1944. *The great transformation*. New York NY: Rinehart.
- Rifkin, Jeremy. 2014. *Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus*. Frankfurt am Main: Campus.
- Sahlins, Marshall. 1988. *Stone age economics*. London: Routledge.
- Stephany, Alex. 2015. *The business of sharing: making it in the new sharing economy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Sundararajan, Arun. 2016. *The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. Cambridge, Massachusetts / London, England: The MIT Press.
- The Guardian. 17.10.2016. „The future: where borrowing is the norm and ownership is luxury.“ Zugriff am 11.5.2017. <https://www.theguardian.com/technology/2016/oct/17/sharing-economy-capitalism-uber-airbnb-ownership>
- Widlok, Thomas. 2013. „Sharing. Allowing others to take what is valued.“ *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3(2): 11–31.
- Widlok, Thomas. 2017. *Anthropology and the Economy of Sharing*. Abingdon, Oxon: Routledge.