



Teilen
Sharing-Plattformen sind im Trend. Am beliebtesten im Bereich „Übernachten“ ist Airbnb.

Sharing is Caring

Laut einer Studie von MindShare ist Uber die bekannteste Sharing-Plattform – 13% sind schon bei Uber eingestiegen.

WIEN. Teilen, tauschen und gemeinsam nutzen – der Sharing-Trend entwickelt sich stark und hat in den letzten zehn Jahren, getrieben durch technologische und gesellschaftliche Entwicklung, neue Geschäftsmodelle entstehen lassen.

Das Spektrum reicht nun von Car-Sharing über Food-Sharing bis hin zum Teilen von Wohnmöglichkeiten. Dazu haben sich E-Scooter, Co-Working-Spaces oder Urban Gardening gesellt und zeigen das Potenzial neuer Sharing-Initiativen. MindShare hat in den aktuellen Momentaufnahmen MindMinutes die populärsten Plattformen ge-

nauer betrachtet. Die Methodik waren Online-Interviews unter 254 Österreichern im Alter von 15 bis 59 Jahren.

Bekannte Plattformen

Uber ist unter allen Befragten die bekannteste Plattform, gefolgt von Airbnb und car2go. Bei den Jüngeren rutscht Kleiderkreisel unter die Top 3. Im Detail gefragt, ist die Bekanntheit von Sharing in allen abgefragten Gattungen hoch. Fast 80% kennen den Mobilitätsbegriff „Car-sharing“ und ein Viertel haben Carsharing bereits genutzt.

Am beliebtesten ist hier Uber. Bereits 13% sind schon bei Uber

eingestiegen. Im Bereich „Übernachten“ führt Airbnb (60%), dann folgt Couchsurfing (30%) und Wimdu (28%). Tatsächlich genutzt haben zum Beispiel Airbnb 17%.

In der Kategorie „Sach- und Dienstleistungen“ tummeln sich neben kleiderkreisel.at und foodsharing.at auch einige Nischenanbieter wie shareandcar.org, wirgemeinsam.net, tauschticket.de und happylab.at.

Bei der Nutzung sind die 15- bis 29-Jährigen am experimentierfreudigsten. Die Gründe sind vielschichtig: Ganz oben steht der Faktor Preis, dazu gesell-

sich die Möglichkeit, flexibler zu sein, der soziale Nutzen wie Coolness spielt eine Rolle, manche wollen einfach Start-ups unterstützen und der vermutete höhere Spaßfaktor in der Sharing-Community bewegt auch zum Mitmachen.

„Sharing-Angebote sind heute viel einfacher gestaltet und damit für einen größeren Personenkreis zugänglich als noch vor ein paar Jahren“, sagt Sabine Auer-Germann, COO MindShare. „Für Marken, die bereits in der Community Vertrauen genießen, ist das ganz sicher eine interessante Möglichkeit für neue Geschäftsmodelle.“ (gs)

HINTERGRUND

Der komplexe Begriff „Sharing“

Definitionsfragen Der Begriff Sharing ist schwer zu definieren. Das gemeinsame Nutzen von Dingen wie Geräten oder Autos unterscheidet sich beispielsweise

stark von dem Trend „Mieten statt Besitzen“. Streng genommen bieten beim Sharing-Ansatz Privatnutzer ihre Besitztümer oder Dienstleistungen an. Beim Trend „Mieten

statt Besitzen“ bieten hingegen Unternehmen günstig Autos oder anderes zur Miete an. Sharing-Konzepte sind schon seit den 1950er-Jahren bekannt: Kleinere land-

wirtschaftliche Betriebe taten sich damals in Maschinenringen zusammen, die einen eigenen Ankauf komplexer Maschinen nicht finanzieren konnten.



© Tom Heffernan/Unsplash