

DIPLOMARBEIT / DIPLOMA THESIS

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

„WienerInnen teilen:
Entstehung, Entwicklung und Bedeutung der Sharing Economy
in Wien mit besonderer Berücksichtigung der Sparten
Fahrzeug-Sharing und Gegenstand-Sharing“

verfasst von / submitted by

Sophia Hanke, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the
degree of

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2016 / Vienna, 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 190 313 333

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Lehramtsstudium UF Geschichte, Sozialkunde, Polit. Bildg.
UF Deutsch

Betreut von / Supervisor:

PD. Dr.in Monika Bernold

Inhalt

Inhalt	2
Tabellenverzeichnis.....	4
Abbildungsverzeichnis.....	4
Vorwort.....	5
1 Einleitung	7
2 Forschungsgegenstand	10
2.1 Definition	10
2.1.1 <i>Sharing Economy</i> und <i>Collaborative Consumption</i>	11
2.1.2 Fahrzeug-Sharing	16
2.1.3 <i>Gegenstand-Sharing</i>	18
2.2 Eingrenzung des Forschungsgegenstandes.....	20
2.2.1 Untersuchungsgegenstand.....	20
2.2.2 Untersuchungsraum	21
2.2.3 Untersuchungszeitraum	22
2.2.4 Typologie der Beispiele	25
2.3 Forschungsfragen	27
3 Methodik	28
3.1 Methodenpluralismus	28
3.2 Qualitative Interviews und Analyse.....	30
4 Kontexte.....	33
4.1 Konsumgesellschaft und Konsumkritik	33
4.2 Alternative Konsum- und Wirtschaftsformen.....	39
4.3 Wirtschaft und Konsum Wiens im 20. Jahrhundert	43
5 <i>Sharing Economy</i> in Wien – Geschichte und Bestandsaufnahme	50
5.1 <i>Fahrzeug-Sharing in Wien</i>	50
5.1.1 Business-to-Consumer-Sharing	51
5.1.2 Öffentliche Angebote der <i>Stadt Wien</i>	57
5.1.3 Peer-to-Peer-Sharing	60
5.1.4 Beispiele	65
5.2 <i>Gegenstand-Sharing in Wien</i>	70
5.2.1 Business-to-Consumer-Sharing	70
5.2.2 Öffentliche Angebote der <i>Stadt Wien</i>	72
5.2.3 Peer-to-Peer-Sharing	74
5.2.4 Beispiele	76

Inhalt

6	Entstehungsbedingungen und Einflussfaktoren der Wiener <i>Sharing Economy</i>	82
6.1	Entstehungsbedingungen.....	82
6.2	Positive Einflüsse auf die Entwicklung.....	94
7	Zur Bedeutung der Wiener <i>Sharing Economy</i>	101
7.1	Relevanz	101
7.2	Bedeutung.....	106
8	Zusammenfassung.....	110
	Bibliographie	114
	Linkliste	118
	Anhang.....	124
	Kurzfassung	194
	Abstract.....	194

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Typologie der Beispiele	26
Tabelle 2: kommerzielle <i>Carsharing</i> -Anbieter 2015	54
Tabelle 3: Peer-to-Peer-Fahrzeug-Vermietung	61
Tabelle 4: Vermittlungen für Fahrgemeinschaften 2015.....	64
Tabelle 5: Beispiele <i>Fahrzeug-Sharing</i>	66
Tabelle 6: <i>Peer-to-Peer-Gegenstand-Sharing</i> 2015.....	74
Tabelle 7: Beispiele <i>Gegenstand-Sharing</i>	77
Tabelle 8: Bestandsaufnahme	101

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Fahrgastentwicklung <i>Wiener Linien</i>	59
Abbildung 2: Entlehnungen <i>Städtische Büchereien</i> Wien	73
Abbildung 3: Berichterstattung Tageszeitungen.....	96
Abbildung 4: Artikel <i>Carsharing</i>	97
Abbildung 5: Entwicklung der Neugründungen von <i>Sharing-Initiativen</i>	103
Abbildung 6: NutzerInnen kommerziellen <i>Carsharings</i> in Wien.....	104
Abbildung 7: Pkw-Bestand Wien 2000 bis 2015	107

Vorwort

Als umweltbewusster Mensch interessiere ich mich schon lange für ökologisch nachhaltigere Formen des Konsumierens. Aufgewachsen in einer konsumbewussten Familie, schien die Wegwerfgesellschaft der 1990er meinen Erfahrungshorizont nicht zu erreichen. Im Zuge einer intensiveren Auseinandersetzung mit Konsum und Verpackungsmüll während eines Studentenjobs in der Lebensmittelbranche wurde das Thema für mich immer präsenter und wichtiger. Auch in der medialen Debatte schien es stark vertreten zu sein. Recht spät, zum ersten Mal im Frühjahr 2015, wurde ich mich mit Themen rund um Konsumgeschichte und Konsumkritik im Rahmen meines Geschichtstudiums auch auf wissenschaftlicher Ebene konfrontiert. Getrieben von einem großen Interesse und wohl auch einem Weltverbesserungsdrang, begann ich mich näher mit der Thematik auseinanderzusetzen. Im Zuge einer Seminararbeit zu konsumkritischen Praxen in Wien und deren medialer Aufmerksamkeit befasste ich mich mit meinem Uni-Kollegen, Christopher Patri, näher mit dem Gebiet der Wiener *Sharing Economy*. Im Herbst 2015 fand ich, parallel zur Intensivierung meiner Auseinandersetzung mit der *Sharing Economy*, eine gute thematische Ergänzung in meiner Befassung mit der Geschichte der Entsorgungssysteme und des Müllumgangs der Stadt Wien. Ein Jahr später habe ich nun meine Diplomarbeit über die Wiener *Sharing Economy* fertiggestellt. Der Forschungs- und Arbeitsprozess dauerte über ein Jahr. Nachdem ich im Frühling 2015 damit begann, mich in das Thema *Sharing Economy* einzulesen und ein erstes Beforschen der Wiener Szene stattfand, intensivierte ich dies im Zuge der Entscheidung, meine Diplomarbeit über diese Thematik zu schreiben. Nach einer ausführlichen Literaturrecherche musste im Herbst/Winter 2015 die Bestandsaufnahme der Praxisbeispiele durchgeführt werden, da dies aufgrund der Festlegung des Endes des Forschungszeitraums auf 31.12.15 auch zeitnah zum Ende des Jahres erfolgen musste. Im neuen Jahr wurden dann die Beispiele, denen ich mich in der Forschung näher widme, ausgewählt und erste Kontaktaufnahmen durchgeführt. Zwischen Februar und Mai 2016 konnten schließlich neun Interviews durchgeführt werden, welche sich sowohl in der Vor-, als auch vor allem in der Nachbereitung (Transkription) als sehr zeitaufwändig erwiesen. Schließlich wurden im Sommer 2016 die Quellen analysiert und interpretiert und die Ergebnisse in einen Kontext gesetzt.

Ganz besonders sei an dieser Stelle den vielen AkteurInnen der Wiener *Sharing Economy* gedankt, die sich bereit erklärten, mir im Rahmen von Interviews Rede und Antwort zu stehen und ohne die diese Diplomarbeit in dieser Form nicht möglich gewesen wäre: Danke an Dr. Josef Schleinzner und Mag. Regina Hauser-Boulanger von der *Wirtschaftskammer Wien*, Ina Hahn von *Leila*, Markus Heingärtner von *usetwice*, Stefan Theißbacher von *FragNebenan*, Dr. Rahel Falk von der *Wirtschaftsuniversität Wien*, das *LastenRadKollektiv*¹, Ruth Juric-Reithofer von *carsharing24/7*, Mirjam de Klepper von *Vienna Shares* und Stefan Gauerke von *share me* für ihre Kooperation und ihre Bereitschaft, ihr Wissen und ihre Einschätzungen mit mir zu teilen.

Diese Diplomarbeit wäre wohl ohne die Unterstützung meiner Familie, im Besonderen meiner Eltern, die mir überhaupt erst ermöglicht haben zu studieren, mich immer aufgefangen haben und liebevoll für mich da waren, nicht möglich gewesen. Bedanken möchte ich mich auch bei Christian, der mich, vor allem in den schwierigen Stunden des Arbeitsprozesses, immer wieder mit großer Geduld aufbaute und motivierte und mich mit seiner Zuversicht enorm unterstützte. Zu danken ist weiters meiner Betreuerin PD Dr.in Monika Bernold, die den Entstehungsprozess der Diplomarbeit begleitete, mir sehr hilfreiches Feedback gab und deren Seminargestaltung und Expertise zu den Themen Konsumgeschichte und Konsumkritik mich äußerst inspirierten. Auch Univ. Prof. Dr. Peter Eigner gebührt mein Dank, denn er hat mir gezeigt, wie spannend Wirtschafts- und Sozialgeschichte sein kann und mir mit seiner konstruktiven Kritik hilfreichen Input für die Diplomarbeit geliefert. Besonderer Dank gilt meiner Freundin Marina, die mich mit ihrer Zeit und ihrem Können beim Korrigieren der Arbeit großartig unterstützte. Hervorheben möchte ich auch die Wichtigkeit des inhaltlichen Austauschs mit meinen Kolleginnen und Kollegen an der Uni Wien, insbesondere mit Christopher Patri, was von großer Bedeutung für das Entwickeln dieses Forschungsinteresses und –gegenstandes war.

¹ Die interviewte Person möchte anonym bleiben.

1 Einleitung

Seit der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise des Jahres 2008 fanden kapitalismuskritische Ansätze mehr und mehr Eingang in öffentliche Debatten und gewannen so an Aufmerksamkeit. Neben den BefürworterInnen einer Regulierung und Stabilisierung des bestehenden Systems wurden zunehmend alternative Konzepte populärer, die teilweise auch radikale Gegenentwürfe darstellen. Diese Ideen sind jedoch keineswegs erst im Zuge der Krise des Jahres 2008 entwickelt worden, vielmehr reichen ihre Entstehungsgeschichten zurück bis zu den konsumkritischen Debatten der 1960er. Sie sind eng verknüpft mit Überlegungen zu den Grenzen des Wachstums und einem nachhaltigeren Lebensstil.²

Beispiele für an Aufmerksamkeit gewinnende Gegenentwürfe sind das Konzept der *Postwachstumsökonomie*³ oder die Idee der Ausweitung von Gemeinschaftsgütern, der sogenannten *Commons*⁴. Neben den Stimmen für die Beibehaltung des Systems und denen für radikalere Gegenentwürfe hat in den vergangenen Jahren eine weitere Perspektive in wissenschaftlichen und medialen Debatten an Interesse gewonnen, die unter den Schlagwörtern *Sharing Economy* (*Ökonomie des Teilens*) und *Collaborative Consumption* (*Gemeinschaftlicher Konsum*) diskutiert und auch global praktiziert wird.⁵

Die gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen ist aber keine neue Idee. Teilen, Tauschen und gemeinschaftliches Konsumieren gehen zurück bis zu den Anfängen der Menschheitsgeschichte. Dennoch machen sich kürzlich immer mehr Ideen, Vereine, Firmen und Institutionen einen Namen, die dem Konzept von *Sharing Economy* beziehungsweise *Collaborative Consumption* zugeordnet werden können.

Im Zuge dieser Diplomarbeit soll der Blick darauf gelenkt werden, was möglicherweise das Neue am Teilen sein könnte und welche Gründe zur Entstehung und Entwicklung dieses Trends geführt haben könnten. Dies soll im Kleinen, mit dem Blick auf lokale Initiativen und Entwicklungen in Wien, geschehen.

² Vgl. Harald Heinrichs, Heiko Grunenberg, *Sharing Economy. Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur?* (Lüneburg 2012) 2.

³ Vgl. Niko Paech, *Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie* (München 2015).

⁴ Vgl. Elinor Ostrom, *Was mehr wird, wenn wir teilen. Vom gesellschaftlichen Wert der Gemeingüter* (München 2012).

⁵ Vgl. Rachel Botsman, Roo Rogers, *What's Mine Is Yours. How Collaborative Consumption Is Changing the Way We Live* (London, revised and updated edition 2011).

Was dem Teilen eine fundamental neue Dimension gibt, ist das Internet, denn diese neue Kommunikationsform führt zu einer nie dagewesenen Vernetzung der Welt, die das Teilen unter Fremden viel einfacher macht. Kommunikation findet zeitgleich, teilweise anonym und global statt. Angebot und Nachfrage kommen direkt zusammen und zudem wird ein Vertrauenssystem durch gegenseitige Bewertungen geschaffen. Diese Aspekte sind als Merkmale einer neuen *Sharing Economy* festzuhalten.

Der Gesellschaftstheoretiker Jeremy Rifkin etwa schreibt dem, wie er es nennt, *Internet der Dinge* eine enorme Bedeutung zu. Damit meint er die Verbindung eines Kommunikations-, Energie- und Logistikinternet zu einer intelligenten Basisinfrastruktur des *Sharings*. Es führe dazu, dass *kollaborative Ökonomie* zunehme, sich verdichte und schließlich sogar den Kapitalismus ablöse.⁶

Diese Vision mag manchen zu radikal und gar utopisch erscheinen und wird auch von vielen kritisiert.⁷ Fakt ist jedoch, dass *Sharing Economy* eine zum Teil neue Form des Wirtschaftens darstellt, kürzlich einen enormen Aufschwung erlebt, in aller Munde zu sein scheint und möglicherweise großes Potential birgt.

Das *Time Magazine* zählte den Trend einer Ökonomie des Teilens bereits 2011 zu den Entwicklungen, die die Welt verändern werden.⁸

Was versteht man aber genau unter *Sharing Economy* und *Collaborative Consumption*? Es gibt so viele Formen des gemeinschaftlichen Konsums und des Teilens, dass die Begriffe keine Klarheit aufweisen. Neben *Filesharing* online, Mitfahrgelegenheiten, Tauschbörsen, *Carsharing* und Privatvermietung werden auch *Open Source* oder Nachbarschaftshilfe unter diesen Begriffen subsumiert. Selbst Kostnix- und Secondhandläden oder öffentlicher Verkehr und Büchereien und noch viel mehr sind Teil der breit angelegten Definitionen dieser Schlagwörter. *Sharing* kann völlig selbstorganisiert oder professionell vermittelt, profitorientiert oder nicht profitorientiert geschehen. Es wird klar, dass es sehr viele Facetten aufweist, sodass es schwer ist, eine einheitliche Definition zu finden oder gar die Entwicklung von *Sharing Economy*, ihre Motive und Ziele zu verallgemeinern.

Diese Frage, wie und warum sich *Sharing Economy* entwickelte und welche Bedeutung ihr zukommt, ist daher mit Sicherheit nicht einheitlich zu beantworten. Vielmehr

⁶ Vgl. Jeremy Rifkin, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft. Das Internet der Dinge, Kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus (Frankfurt am Main 2014).

⁷ Vgl. Rifkin-Kritik z.B. bei Birger Priddat, Share Economy - mehr Markt als Gemeinschaft. In: Wirtschaftsdienst 95, H. 2 (2015) 98-101.

⁸ Vgl. Bryan Walsh, Today's Smart Choice: Don't Own. Share. In: Time Magazine, 17.3.11, online unter http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html (21.7.16).

erscheint es bei solchen allgemeinen Überlegungen sinnvoll, den Blick auf einen kleinen Teilbereich zu richten, wie es auch im Zuge dieser Forschung geschieht. Ausgehend von einer Analyse der Sparten *Gegenstand-Sharing* und *Fahrzeug-Sharing*, die sich auf die Stadt Wien beschränkt, sollen unter anderem mittels Interviews mit ExpertInnen und ProtagonistInnen der Wiener *Sharing*-Szene Gründe identifiziert werden, die zur Entstehung der Wiener *Sharing Economy* geführt haben könnten und Einflüsse herausgearbeitet werden, die sich positiv auf die Entwicklung auswirkten.

2 Forschungsgegenstand

Eine allgemein gültige Definition einer *Sharing Economy* oder einer *Collaborative Consumption*, wie sie auch genannt wird, gibt es nicht. Viele sind unklar formuliert und in ihrer Abgrenzung zu anderen Formen des Konsumierens und Wirtschaftens undeutlich, weshalb hier verschiedene Ansätze und Strukturierungsvorschläge vorgestellt werden. Ausgehend von einer breit angelegten Begriffsdefinition wird anschließend, im Zuge der Eingrenzung des eigenen Forschungsgegenstandes, eine engere *Sharing-Definition* ausgearbeitet, um schließlich eine Typologie der Beispiele sowie die konkreten Forschungsfragen zu formulieren.

2.1 Definition

Im Folgenden wird nun der Versuch unternommen, die Begriffe *Sharing Economy* und *Collaborative Consumption* zu definieren, um anschließend Klarheit in die in der Arbeit verwendeten Spartenbezeichnungen *Fahrzeug-Sharing* und *Gegenstand-Sharing* zu bringen.

Zur Konsum- und Wirtschaftsform *Teilen* werden die verschiedensten Formen des Mietens, Tauschens, gemeinsamen Nutzens, Wiederverkaufens, Leihens, Leasens und sogar Reparierens gezählt. Unter dem Begriff der *Sharing Economy* scheinen, im Antagonismus zum Kauf von Neuwaren, alle anderen Konsumformen subsumiert zu werden. Dies macht eine einheitliche Definition oder Forschung sehr schwer.

Durch die Interdisziplinarität des Forschungsfeldes *Sharing Economy*, welches ökonomische, ökologische, soziologische, historische, juristische, informationstechnologische und politologische Perspektiven provoziert, sind darüber hinaus auch viele verschiedene Definitionsvorschläge aus den jeweiligen Fachbereichen auszumachen. Aufgrund des wirtschafts- und sozialhistorischen Forschungsfeldes dieser Diplomarbeit scheint es sinnvoll, ökonomische und soziologische Definitionen für die Ausführungen zu übernehmen. Trotz der Internationalität des *Sharing-Phänomens* werden schwerpunktmäßig europabasierte Forschungen herangezogen, da letztendlich die Entwicklungen in Wien herauszuarbeiten sind.

2.1.1 *Sharing Economy* und *Collaborative Consumption*

Bei *Sharing Economy* und *Collaborative Consumption* geht es darum, materielle und immaterielle Ressourcen zu teilen, so der Tenor der verschiedenen Definitionsvorschläge. Die sehr breit angelegte Definition der *Sharing Economy* als *Collaborative Consumption*, wie sie in der viel zitierten Theorie eines gemeinschaftlichen Konsums von Rachel Botsman und Roo Rogers Eingang findet, scheint die ideale Basis für die Definitionsentwicklung dieser Arbeit zu sein.

Die beiden BritInnen fokussieren sich in ihrer Theorie auf soziologische und wirtschaftliche Aspekte des *Sharings*. In ihrem Buch *What's Mine Is Yours*, welches erstmals 2010 erschien, beschreiben sie ihre Beobachtungen einer sich neu entwickelnden, globalen, sozioökonomischen Grundströmung, bei der Praxen der Gemeinschaft und des Teilens neu erfunden und adaptiert werden. Sie prägen für diese neuen Formen des gemeinschaftlichen Konsumierens und Wirtschaftens den Begriff der *Collaborative Consumption*⁹, die Kollaboration könne lokal und persönlich, aber auch anonym und über das Internet, wo der *Sharing-Trend* seinen Ausgang nahm, geschehen.¹⁰

*Collaborative Consumption started online – by posting comments and sharing files, code, photos, videos and knowledge. And now we have reached a powerful inflection point, where we are starting to apply the same collaborative principles and sharing behaviours to other physical areas of our everyday lives.*¹¹

Botsman und Rogers beschreiben einen internationalen Anstieg des Erfolges und des Entstehens dieser Konzepte seit etwa 2005 und sind davon überzeugt, dass es sich weder um ein Nischenphänomen noch um einen kurzlebigen Trend handle. Traditionelle Formen des Teilens, Tauschens, Leihens, Handelns, Mietens, Schenkens werden durch die technologische Entwicklung und das Entstehen von *Sharing-Communities* neu definiert.¹²

So heterogen Formen einer *Collaborative Consumption* oder *Sharing Economy* auch sein mögen, die beiden AutorInnen unterscheiden drei Kategorien: *Product Service*

⁹Vgl. Botsman, Rogers, *What's Mine Is Yours*, xv.

¹⁰Vgl. ebd., xv-73.

¹¹Ebd., xx.

¹²Vgl. ebd., xv-73.

Systems, Redistribution Markets und *Collaborative Lifestyles*. Bei Formen der *Product Service Systems* geht es darum, dass Güter nicht besessen, sondern genutzt werden. Dazu gehören zum Beispiel Formen des Mietens, Teilens und Leihens. Auch das Reparieren von Konsumgütern wird zu dieser Sparte gezählt. In die zweite Kategorie, *Redistribution Markets*, fallen Formen der Umverteilung von Gütern, also Formen des Wiederverkaufs, Verschenkens oder Tauschens von Waren. Gebrauchtwarenhandel, Tauschbörsen, also Formen, bei denen die Konsumgüter die BesitzerIn wechseln, sind Beispiele, die dieser Kategorie zugeordnet werden können. Konzepte, bei denen beispielsweise Zeit, Raum, Geld, Wissen, Fähigkeiten und Essen geteilt, gemeinsam genutzt und getauscht werden, vereinen Botsman und Rogers unter dem Begriff *Collaborative Lifestyles*.¹³

Den vielen verschiedenen Beispielen liegen nach Botsman und Rogers im Kern vier entscheidende Prinzipien zugrunde: Die Bedeutung der kritischen Masse (*critical mass*), ungenutzte Kapazitäten (*idling capacity*), Überzeugung vom Gemeingütergedanken (*belief in the commons*) und Vertrauen zwischen Fremden (*trust between strangers*). Die kritische Masse sei grundlegend bei Formen des *Kollaborativen Konsums*. Damit ist gemeint, dass ein Konzept genug Schwungkraft braucht, genug Eigendynamik, um sich selbst zu erhalten. Damit Initiativen erfolgreich funktionieren und mit dem Kauf von Neuwaren mithalten können, braucht es ein bestimmtes Angebot und das Erreichen einer bestimmten Nachfrage. Wenn eine gewisse Menge an Menschen ein Angebot nutzt, hat es das Potential, von vielen weiteren genutzt zu werden. Der *tippingpoint*, also der qualitative Umschlagpunkt, ist jedoch bei allen Konzepten verschieden. Das Nutzen von ungenutzten Kapazitäten ist laut Botsman und Rogers ein zweites determinierendes Merkmal von *Collaborative Consumption*. Ungenutzte Ressourcen werden auf Dauer (Wiederverkaufen, Schenken, Tauschen) oder für eine gewisse Zeit (Mieten, Leihen, Teilen) dorthin verschoben, wo sie gebraucht werden können. Als drittes gemeinsames Prinzip nennen die AutorInnen die Überzeugung vom Gemeingüter- und Gemeinschaftsgedanken und bezeichnen das Internet als das stabilste *Commons* der Geschichte. *Kollaborativer Konsum* sei daran gebunden, dass Menschen nicht nur aus ihren kurzsichtigen Eigeninteressen handeln, was dazu führen könnte, dass eine geteilte Ressource überbeansprucht oder missbraucht wird.¹⁴

¹³ Vgl. Botsman, Rogers, *What's Mine Is Yours*, xv-73.

¹⁴ Vgl. ebd., 75-93.

Ein weiteres wichtiges Prinzip ist das Vertrauen innerhalb der *Sharing-Community*, das zum Beispiel mittels gegenseitiger Bewertungen hergestellt werden kann. Da es keinen Zwischenhändler mehr gibt, der einen Handel überwachen kann, ist dieses Vertrauen sehr wichtig, damit diese Form des Wirtschaftens und Konsumierens auf Peer-to-Peer-Ebene funktioniert.¹⁵

Auf die von Rachel Botsman und Roo Rogers entwickelte Theorie wird in vielen anderen Definitionsvorschlägen Bezug genommen, wenngleich vor allem in der Terminologie, Kategorisierung und Schwerpunktsetzung feine Unterschiede festzustellen sind.

Den weiten Begriff des formellen *Teilens*, bei Botsman und Rogers mit dem Schlagwort *Collaborative Consumption* zusammengefasst, findet man auch in der Definition der Forschungsgruppe des *Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung* in Berlin rund um den Ökonomen Gerd Scholl aus dem Jahr 2015. Sie unterteilt den Überbegriff der *Sharing Economy* allerdings in nur zwei Formen des *Sharings*. Ähnlich wie Botsman und Rogers unterscheiden Scholl et al. *Sharing* als *verlängerte Nutzung* von *Sharing* als *intensiverer Nutzung*, konzentrieren sich dabei aber mehr auf den Eigentumsbegriff. Unter der ersten Form verstehen sie das Tauschen, Schenken oder Weiterverkaufen von Gebrauchsgütern, was eine Eigentumsübertragung mit sich bringt. *Sharing* als *intensivere Nutzung* von Ressourcen beinhaltet keine Eigentumsübertragung. Dabei werden die Ressourcen entweder gleichzeitig (*simultan*) oder nacheinander (*sequentiell*) geteilt. Scholl et al. differenzieren dabei Formen des *Co-USings*, des *Verleihens* und des *Vermietens*. Die gleichzeitige und gemeinsame Nutzung einer Ressource, zum Beispiel bei Mitfahrgelegenheiten, sind der Kategorie des *Co-USings* zuzuordnen. Verleihen und Vermieten sind sequentielle Formen des *Sharings*, wobei die Ressourcen entweder unentgeltlich beim Verleihen oder gegen Bezahlung, wie es beim Vermieten der Fall ist, geteilt werden.¹⁶

Auffallend ist, dass sich beide Definitionen auf den Bereich des *Peer-to-Peer-Sharings* mit seinen verschiedenen Ausprägungen fokussieren.

¹⁵ Vgl. Botsman, Rogers, *What's Mine Is Yours*, 75-93.

¹⁶ Vgl. Gerd Scholl, Siegfried Behrendt, Christian Flick, Maike Gossen, Christine Henseling, Lydia Richter, *Peer-to-Peer-Sharing. Definition und Bestandsaufnahme* (Berlin 2015), online unter http://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/Dateien/PeerSharing_Ergebnispapier.pdf (22.7.16)11f.

Wenngleich *Business-to-Peer-Sharing* quer durch verschiedene Definitionen als Teil der *Sharing Economy* angeführt wird¹⁷, scheinen die Definitionen dabei an die Grenzen zu stoßen und zwar insofern, als sie Unklarheiten und Widersprüchlichkeiten aufweisen. Dies fällt vor allem dann auf, wenn moderne *Carsharing-Angebote* von Firmen zu einer *Sharing Economy* gezählt werden, traditionelle Autovermietung hingegen nicht. Die Idee, dem Nutzen den Vorzug gegenüber dem Besitzen zu geben, ist keine neue. Das Nutzen von Waschsalons, Bibliotheken, Hotelzimmern, Mietautos und noch vielem mehr kann, im Sinne der oben skizzierten Definitionen, der *Sharing Economy* zugeordnet werden, haben sie doch die Gemeinsamkeit, dass sie den KonsumentInnen den Zugang zu Ressourcen für eine gewisse Zeitspanne ermöglichen.

Botsman und Rogers argumentieren jedoch einen entscheidenden Unterschied im Aufkommen des Web 2.0, wodurch ein nie dagewesenes Potential etwas zu teilen entstanden sei. Angebot und Nachfrage kommen dabei direkt und in großer Vielfalt und kosteneffizient zusammen, was den Aufwand etwas zu teilen reduziere.¹⁸

Auch der deutsche Wirtschaftswissenschaftler Justus Haucap weist darauf hin, dass es durch die neuen Technologien sehr viel einfacher und lohnenswerter geworden sei, etwas nur sehr kurz oder nur sehr kleinteilig zu teilen. Ausgehend von Online-Vermittlungsdiensten, die sehr populär und erfolgreich wurden, wie etwa *Airbnb*, *Uber* und *BlaBlaCar* oder auch durch *Filesharing* online, haben Formen des Teilens zugenommen. *Sharing Economy* oder *Collaborative Consumption* seien die Bezeichnungen für diesen neuen Trend.¹⁹

Es ist zu betonen, dass vor allem auch eine zeitliche Dimension Teil des Definitionsparadigmas der *Sharing Economy* ist. Wenngleich Formen der Vermietung bereits lange existieren, wird erst dieser Trend seit den 2000er-Jahren, dieser Aufschwung und die Neuinterpretation der traditionellen Formen des Teilens, als *Sharing Economy* bezeichnet.

Österreichische Forschungen zur Thematik sind rar. Auch wenn es aktuell österreichische Forschungsprojekte gibt, etwa an der Wirtschaftsuniversität Wien²⁰, sind noch keine Schriften veröffentlicht worden. Neben einigen journalistischen Texten und wirtschaftswissenschaftlichen Diplomarbeiten fällt in der österreichischen Forschungs-

¹⁷ Vgl. beispielsweise Scholl, Behrendt, Flick, Gossen, Henseling, Richter, Peer-to-Peer-Sharing, 10.

¹⁸ Vgl. Botsman, Rogers, What's Mine Is Yours, 97-100.

¹⁹ Vgl. Justus Haucap, Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen. In: Wirtschaftsdienst 95, H. 2 (2015) 91-95.

²⁰ Vgl. <https://www.wu.ac.at/urban/forschung/forschungsprojekte/> (23.9.16).

landschaft allerdings auf, dass sich Institutionen wie etwa die *Arbeiterkammer*²¹ und die *Stadt Wien*²² mit der *Sharing Economy* befassen.

Die *Arbeiterkammer Steiermark* beauftragte den steirischen Soziologen Gerd Kaup mit der Beforschung des österreichischen *Sharing-Marktes* im Jahr 2013. Er definiert die *Ökonomie des Teilens* über die Dauer der Nutzung: „das kurzzeitige Mieten und Vermieten, gegenseitiges Leihen und Teilen von Gütern“²³ sei *Sharing Economy*.

Darüber hinaus sind die Beteiligten Teil einer Nutzungsgemeinschaft oder eines Netzwerkes, was auch *Business-to-Peer-Sharing* von traditioneller Vermietung unterscheidet, so der Soziologe. Die Vermittlung von Angebot und Nachfrage könne dabei gratis oder gegen eine Gebühr erfolgen. Kaup verwendet, im Vergleich zu den bereits vorgestellten Definitionen, einen viel engeren *Sharing-Economy-Begriff* und exkludiert beispielsweise Formen des Schenkens. Er setzt zugangsbasierte Nutzungsformen mit *Sharing Economy* gleich, was allerdings der Fülle der verschiedenen Initiativen, die im Zuge des *Sharing-Trends* entstehen, nicht gerecht wird. Kaup kategorisiert *Sharing* anhand der involvierten Instanzen beziehungsweise Personen und unterscheidet so vier Modelle: *Peer-to-Peer*, *Business-to-Consumer*, *Business-to-Business* und *Consumer-to-Business*. *Peer-to-Peer-Sharing* bedeutet, dass Privatpersonen untereinander Güter und Dienstleistungen teilen. Die Peers organisieren das *Sharing* über eine Nutzungsgemeinschaft, wo sie Mitglied sind. Wenn Unternehmen Privatpersonen den Zugang zur Nutzung von Konsumgütern ermöglichen, kann dies dem *Business-to-Consumer-Modell* zugeordnet werden. Firmen verkaufen dabei ein zeitlich begrenztes Nutzungsrecht für ihre Güter. *Crowdfunding* hingegen, wo Privatpersonen Firmen Ressourcen, meist Geld, zur Verfügung stellen, zählt zum *Consumer-to-Business-Modell* und ist ebenso Teil der *Sharing Economy*. Das *Business-to-Business-Modell* ist die vierte Form einer *Ökonomie des Teilens*, dabei sind keine Privatpersonen involviert.²⁴

Ein Beispiel dafür ist etwa die gemeinschaftliche Nutzung von Maschinen, wie es

²¹ Vgl. Gerd Kaup im Auftrag der *Arbeiterkammer Steiermark*, *Ökonomie des Teilens*, 15 *Nutzungsgemeinschaften im Überblick* (2013), online unter https://media.arbeiterkammer.at/stmk/Sharing_Economy_2013_barrierefrei.pdf (19.8.16).

²² Vgl. *Europaforum Wien* im Auftrag der *Stadt Wien*, *The Big Transformers Sharing- und On-Demand-Economy auf dem Vormarsch. Konsequenzen und Handlungsoptionen für die öffentliche Hand im Personentransport- und Beherbergungswesen* (2015), online unter <https://www.wien.gv.at/statistik/pdf/big-transformers.pdf> (23.9.16).

²³ Kaup im Auftrag der *Arbeiterkammer Steiermark*, *Ökonomie des Teilens*, 4.

²⁴ Vgl. ebd., 5-7.

Landwirte schon jeher praktizieren und was aktuell häufig über Maschinenringe²⁵ organisiert wird.

Zusammenfassend sind zwei Definitionskriterien des *Sharing-Economy-Begriffs* zu unterstreichen: Erstens können die Inanspruchnahme und Bereitstellung von mindestens einer Ressource durch eine jeweils breitere NutzerInnengruppe sowie die Organisation dessen als Inhalt der *Sharing Economy* bewertet werden. Dies kann durch gemeinschaftliches Konsumieren, die Vergabe von zeitlich begrenzten Nutzungsrechten oder durch ein verlängertes Nutzen der Güter durch Umverteilung geschehen. Zweitens ist die zeitliche Dimension des Aufschwungs von *Kollaborativen Konsumformen* im 21. Jahrhundert ein determinierendes Merkmal für die Begrifflichkeit *Sharing Economy*. Nur diese breit angelegte Begriffsdefinition schafft es, den facettenreichen *Sharing-Trend* abzudecken. Diese Definition ist gemeint, wenn im Folgenden von einer *breiten Sharing-Economy-Definition* die Rede ist.

2.1.2 Fahrzeug-Sharing

Unter dem Begriff *Fahrzeug-Sharing (Carsharing)* versteht man die gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen. In der Praxis ist damit vor allem das Teilen von Autos gemeint. Aber auch das Teilen von beispielsweise Fahr- oder Motorrädern und sogar die gemeinschaftliche Nutzung von beispielsweise Schienenfahrzeugen, etwa im Rahmen des öffentlichen Verkehrs, werden in die Definition des *Fahrzeug-Sharings* eingeschlossen. Wenngleich Gebrauchtwarenhandel zur *Sharing Economy* gezählt wird, meint man mit dem Begriff *Carsharing* vor allem das Vermieten und gleichzeitige Nutzen von Fahrzeugen. Neben *Peer-to-Peer-Carsharing* machen sich in diesem Bereich auch viele *Business-to-Peer-Konzepte* einen Namen. In der Fachliteratur wird modernes *Carsharing* von traditioneller Autovermietung abgegrenzt, auch wenn die Unterscheidung meist nicht sehr klar formuliert wird. Laut der *Sharing-Economy-Definition*, deren determinierendes Merkmal der Vorzug des Zugangs zur Nutzung gegenüber dem Besitz ist, muss auch traditionelle Autovermietung als Teil dieser Konsumform betrachtet werden.

Die beiden *Carsharing-Formen* unterscheiden sich allerdings insofern, als traditionelle Autovermietung nicht die Flexibilität in der Autonutzung garantiert, wie es mo-

²⁵ Vgl. <http://www.maschinenring.at> (3.10.16).

derne *Fahrzeug-Sharing-Modelle* tun. Die Autos sind bei traditionellen Vermietfirmen stationär bei den Firmen auszuleihen, was darüber hinaus meistens eine Bindung an die Öffnungszeiten der Firma bedeutet. *Carsharing-Autos* sind im Gegensatz dazu überall im Geschäftsgebiet, zum Beispiel in einer Stadt, verteilt und werden nach einem Selbstbedienungsprinzip vermietet, wobei die KundInnen als Mitglieder einer Nutzungsgemeinschaft registriert sein müssen.²⁶

Der Soziologe Kaup bewertet kommerzielles *Carsharing* als eine Ausprägung der herkömmlichen Fahrzeugvermietung und argumentiert den feinen Unterschied auch mit den Standorten der Fahrzeuge sowie der Voraussetzung einer Mitgliedschaft zur Nutzung der Autos bei *Carsharing*. Darüber hinaus gehe es bei *Carsharing* um eine tendenziell kürzere Benutzung der Fahrzeuge. *Business-to-Consumer-Carsharing* bedeutet, dass Firmen ihre Fahrzeuge an KundInnen vermieten. Die Autos können den NutzerInnen standortgebunden oder auf flexiblen Plätzen innerhalb eines Geschäftsgebiets zur Verfügung stehen. *Peer-to-Peer-Fahrzeug-Sharing* bedeutet, dass Autos zwischen Privatpersonen geteilt werden. Dies geschieht entweder durch gemeinschaftlichen Besitz oder durch das Zur-Verfügung-Stellen des Eigentümers für andere NutzerInnen. Auch die parallele gemeinsame Nutzung von Fahrzeugen, die formal organisiert wird, ist ein Teilbereich von *Carsharing*. Diese Fahrgemeinschaften werden im Rahmen der *Sharing Economy* als *Ride-Sharing* oder *Carpooling* bezeichnet.²⁷

Die österreichische *Forschungsgesellschaft Mobilität* unterscheidet vier Formen der gemeinsamen Autonutzung: *Formelles Carsharing*, *formelles Carpooling*, *informelles Carsharing* und *informelles Carpooling*. Zu *formellem Carsharing* zählen neben organisiertem *Carsharing* auch das Mietwagengewerbe sowie Taxi oder Nachbarschaftsautos. *Formelles Carpooling* meint hingegen die Bildung von Fahrgemeinschaften, die beispielsweise über Mitfahrzentralen oder Pendlervermittlungen zustande kommen. *Informelles Carsharing* und *informelles Carpooling* bezeichnet das Ausleihen von Fahrzeugen oder das Zustandekommen informeller Fahrgemeinschaften im Familien- und Freundeskreis.²⁸

²⁶ Vgl. Bardhi, Eckhardt, Access-Based Consumption, 881-898.

²⁷ Vgl. Gerd Kaup im Auftrag der Arbeiterkammer Steiermark, Ökonomie des Teilens, 7-14.

²⁸ Vgl. *Forschungsgesellschaft Mobilität* (Hg.), Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr. Studie im Auftrag des Umweltministeriums, des Wissenschaftsministeriums und des Landes Steiermark (Graz 1996) 7-11.

Wenn man den Grad der Selbstbestimmung betrachtet, so fällt professionelles *Car-sharing* im engeren Sinn in einen Bereich zwischen der selbstbestimmten Nutzung des eigenen Autos und dem weitgehend fremdbestimmten Angebot des öffentlichen Verkehrs.²⁹

Diesen Zwischenbereich definiert *Club-of-Rome-Mitglied* und Umweltexperte Frederic Vester als *öffentlichen Individualverkehr*.³⁰

Historisch betrachtet entwickelte sich organisiertes *Carsharing* Ende der 1980er vor allem in der Schweiz, in Deutschland, Österreich und den Niederlanden als Antwort auf die ökonomischen und ökologischen Probleme des PKW-Besitzes. Die ersten beiden *Carsharing-Organisationen* Europas, die *ShareCom* und die *Auto-Teilet-Genossenschaft*, entstanden beide unabhängig voneinander 1987 in der Schweiz. Im Jahr darauf folgte die Gründung von *Stattauto Berlin* und nach und nach kam es zur Entstehung vieler verschiedener *Carsharing-Initiativen* in Deutschland. Bereits 1993 waren 30 voneinander unabhängige *Carsharing-Organisationen* in Deutschland tätig.³¹

2.1.3 Gegenstand-Sharing

Die vielen verschiedenen Facetten der *Sharing Economy* sind vor allem im Bereich des *Gegenstand-Sharings* auszumachen. In dieser Sparte gibt es einen großen Markt für das Wiederverkaufen von Diversem. Was schon lange beispielsweise Flohmärkten auf, in Secondhandshops, über Kleinanzeigen und Gebrauchtwarenhändler weiterverkauft wurde, geschieht heute zunehmend auch über virtuelle Marktplätze, etwa via Flohmarktapps (z.B. *shpock*³² und *Kleiderkreisel*³³) oder via *eBay*³⁴ und *willhaben*³⁵. Neben dem Verkauf von Gebrauchtwaren, gibt es im Bereich des *Gegenstand-Sharings* sehr viele Initiativen, die auf Tauschen basieren. Beispielsweise wird auf *TOP SWAP*³⁶ und *tauschkreis.at*³⁷ online getauscht, lokal in Wien geschieht dies zum Beispiel auch auf diversen Kleidertausch-Veranstaltungen. Das

²⁹ Vgl. *Forschungsgesellschaft Mobilität* (Hg.), *Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr*, 7-11.

³⁰ Vgl. Frederic Vester, *Crashtest Mobilität. Die Zukunft des Verkehrs*. (aktual. Neuausgabe, München 1999) 345.

³¹ Vgl. *Forschungsgesellschaft Mobilität* (Hg.), *Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr*, 29-36.

³² Vgl. <http://www.shpock.com> (23.8.16).

³³ Vgl. <https://www.kleiderkreisel.at> (23.8.16).

³⁴ Vgl. <http://www.ebay.at> (23.8.16).

³⁵ Vgl. <https://www.willhaben.at/iad> (23.8.16).

³⁶ Vgl. <http://www.topswap.at> (23.8.16).

³⁷ Vgl. <http://tauschkreis.at> (23.8.16).

Verschenken und Beschenktwerden als Teil von *Sharing Economy* ist vor allem im Bereich des *Gegenstand-Sharings* vertreten. Online geschieht dies in Wien vor allem über die Plattformen *share&care*³⁸ und *WienVerschenkt*³⁹. Lokal werden in Wien beispielsweise über in der Stadt verteilte *offene Bücherschränke*⁴⁰, den *Kostnixladen*⁴¹ und die *Schenke*⁴² Dinge gratis weitergegeben. Das Vermieten und Verleihen von Gegenständen, welches traditionell von Firmen angeboten wurde, beispielsweise Kostüm- und Geräteverleiher oder Videotheken oder durch die Mitgliedschaft bei einem Verein ermöglicht wurde (z.B. Sportvereine, Musikvereine), bekommt im Rahmen der *Sharing Economy* durch verstärktes *Peer-to-Peer-Sharing* eine neue Dimension. Immer mehr Privatpersonen vermieten über Online-Netzwerke ihre Ressourcen.

Botsman und Rogers nennen verschiedene Produktkategorien, die im Rahmen der bereits beschriebenen *Product Service Systems* geteilt werden: Besonders geeignet seien Produkte, die lange Zeit ungenutzt sind, wie zum Beispiel gewisse Haushaltsgeräte und Fahrzeuge, aber auch Produkte, die nur einen zeitlich limitierten Nutzen für ein Individuum bringen, was etwa bei Umstandsmode oder Kinderspielzeug der Fall ist. Durch schnelllebiges Mode sind auch Handtaschen und Kleidung sehr geeignet, sie zu teilen. Filme und Bücher sind laut Botsman und Rogers einer eigenen Kategorie zuzuordnen, da sie oft für den Einzelnen/die Einzelne an Wert verlieren, nachdem sie benutzt wurden. Als letzte Sparte führen sie Produkte an, die hohe Kosten in der Anschaffung mit sich bringen, wie zum Beispiel Solarzellen.⁴³

Auch *Co-Using* kann im Bereich des *Gegenstand-Sharings* ausgemacht werden. In diesem Bereich gibt es kommerzielle Angebote wie etwa Fitnessstudios und Waschsalons und auch viele öffentliche Angebote wie zum Beispiel Spielplätze oder Schwimmbäder.

In Abgrenzung zu Immateriellem, Fahrzeugen, Räumen und kurzlebigeren Konsumgütern wie etwa Nahrung wird im Rahmen der Forschung unter *Gegenstand-Sharing* das Teilen von langlebigeren materiellen Konsumgegenständen verstanden. Dazu werden beispielsweise Haushaltsgeräte, Werkzeuge, Sportartikel, Spiele, Bücher, Filme und mehr gezählt.

³⁸ Vgl. <https://www.facebook.com/groups/shareandcare.vienna/?fref=ts> (23.8.16).

³⁹ Vgl. <https://www.facebook.com/groups/431921123500137/?fref=ts> (23.8.16).

⁴⁰ Vgl. <http://www.offener-buecherschrank.at> (24.9.16).

⁴¹ Vgl. <http://www.kostnixladen.at> (23.8.16).

⁴² Vgl. <https://dieschenke.wordpress.com> (23.8.16).

⁴³ Vgl. Botsman, Rogers, *What's Mine Is Yours*, 101.

2.2 Eingrenzung des Forschungsgegenstandes

Nach der sehr breit angelegten, allgemeinen *Sharing-Economy-Definition* geht es nun darum, das Forschungsgebiet deutlich einzugrenzen. Dies geschieht hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes, -zeitraums und –raums und führt schließlich zu einer weiteren Verengung bei der Entwicklung der Typologie der Beispiele.

2.2.1 Untersuchungsgegenstand

In Anlehnung an Rachel Botsmans und Roo Rogers' Kategorisierung werden im Zuge der Diplomarbeit nur Konzepte in den Blick genommen, die den *Product Service Systems* zugeordnet werden können, wenngleich Formen des Reparierens nicht behandelt werden. Bei diesen Formen des *Sharings* geht es darum, dass der Nutzen eines Konsumguts im Vordergrund steht und nicht dessen Besitz. Dazu gehören Formen des Leihens und Mietens, aber nicht des Wiederverkaufens, Tauschens oder Verschenkens.⁴⁴

Dies bedeutet, um in den Worten Gerd Scholls et al. zu sprechen, dass lediglich *Sharing-Formen*, die eine *intensivere Nutzung*⁴⁵ einer Ressource bedeuten, näher behandelt werden. Gegenstand der Diplomarbeit wird daher nur Teilen ohne Eigentumsübertragung sein. Bei allen Beispielen geht es darum, dem Nutzen gegenüber dem Besitzen den Vorzug zu geben.

Zwei Sparten des *Sharings* werden analysiert: *Gegenstand-Sharing* und *Fahrzeug-Sharing*. Darüber hinaus wird nur der Bereich der *Sharing Economy* näher betrachtet, in welchem Privatpersonen involviert sind, und der sich somit auf Konsumtion beschränkt. Formen des *Business-to-Business-Sharings* werden nicht berücksichtigt. Dies bedeutet für die Sparte der Fahrzeuge auch eine Einschränkung auf Personenverkehrsmittel.

Hinsichtlich der Organisationsform lässt sich eine weitere Einschränkung treffen: Nur formal organisiertes Teilen findet Eingang in die Diplomarbeit, informelles Teilen und gemeinschaftliches Nutzen, etwa im Familien- und Freundeskreis, fließt nicht in die Arbeit ein.

Neben neueren Konzepten des *Business-to-Consumer-Fahrzeug-Sharings* und des

⁴⁴ Vgl. Botsman, Rogers, *What's Mine Is Yours*, 71f.

⁴⁵ Vgl. Scholl, Behrendt, Flick, Gossen, Henseling, Richter, *Peer-to-Peer-Sharing*, 9.

Peer-to-Peer-Fahrzeug-Sharings werden auch traditionelle Fahrzeug-Vermietung, Mobilitätsdienstleistungen, Mitfahrgemeinschaften und öffentliche Angebote für gemeinschaftliche Nutzung der Vollständigkeit halber eingearbeitet, wobei der Fokus auf neuere Entwicklungen des *Car-* und *Ride-Sharings* im Zuge des *Sharing-Booms* im 21. Jahrhundert, gelegt wird. In der Sparte *Gegenstand-Sharing* werden vor allem die *Peer-to-Peer-Sharing-Communities* gelegt, die im Rahmen der *Sharing Economy* entstanden, behandelt. Darüber hinaus werden Veranstaltungen nicht berücksichtigt.

Der Forschungsgegenstand folgt den folgenden Definitionskriterien. Sie sind als Spezifizierung der allgemeinen Begriffsdefinition (s.o.) zu verstehen:

- Vergabe, Inanspruchnahme und Organisation von zeitlich begrenzten Nutzungsrechten für Konsumgüter sowie deren gemeinschaftliche Nutzung
- Gegenstände und/oder Fahrzeuge werden geteilt
- Privatpersonen nutzen die geteilten Güter
- Formelles Teilen

2.2.2 Untersuchungsraum

Eine weitere Spezifizierung des Forschungsgegenstandes ist die Eingrenzung des zu untersuchenden Raumes. *Sharing Economy* ist ein globales Phänomen. Durch das Internet wird das Teilen auch mit Fremden fast überall möglich. Vor allem *File-Sharing* und *Room-Sharing* funktionieren nicht lokal. *Fahrzeug-Sharing* und *Gegenstand-Sharing* im Sinne eines Vermietens und Verleihens sind dagegen eine mehr oder weniger lokale Angelegenheit. Es ist daher sinnvoll, lokale Initiativen und *Sharing-Communities* zu untersuchen und sich auf einen überschaubaren Raum zu beschränken.

Wie Siegfried Mattl treffend formuliert, sind die Konsumorte und -praktiken zentral, um das *Lebensgefühl* einer Stadt zu beschreiben, da sie zu deren Individualität beitragen. Er bewertet den Tausch, den Handel, als das *elementare Ereignis* von Urbanität.⁴⁶

⁴⁶ Vgl. Siegfried Mattl, Konsumtion und Stadtentwicklung in Wien. In: Susanne Breuss, Franz Eder (Hg.), Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert (Querschnitte 21, Innsbruck/Wien/Bozen 2006) 86-104, hier 86-90.

Sharing ist ein urbanes Phänomen. Dies liegt vor allem auch daran, dass in Städten eher eine kritische Masse erreicht werden kann.⁴⁷

In diesem Sinne werden Konsumpraxen des *Sharings* im Raum der Stadt Wien untersucht, was bedeutet, dass das Teilen der Konsumgüter tatsächlich in Wien stattfindet und Angebot und Nachfrage lokal in Wien vorhanden sind. Im österreichischen Vergleich gibt es in der Hauptstadt die meisten Initiativen. Die Einschränkung des zu untersuchenden Ortes des *Sharings* auf Wien birgt zwei weitere Gründe – einen persönlich motivierten und einen pragmatischen: Da ich in Wien lebe, arbeite und studiere liegt ein Interesse für diese Stadt nahe. Außerdem wählte ich im Zuge meines Studiums immer wieder fachliche Schwerpunkte auf die Stadtgeschichte Wiens. Der pragmatische Grund liegt darin, dass ich aufgrund meiner Lebens- und Arbeitssituation die Begebenheiten in Wien leichter beforschen kann, Initiativen selbst ausprobieren, mich mit AkteurInnen vernetzen und leichter InterviewpartnerInnen finden kann.

2.2.3 Untersuchungszeitraum

Das Thema der Diplomarbeit kann aufgrund der Nähe zur Gegenwart und aufgrund eines Fokus auf das 20. und vor allem auf das 21. Jahrhundert eindeutig der *Zeitgeschichte* zugeordnet werden. Die Frage, die im Zuge der Vorbereitungen auf diese Diplomarbeit dringlich schien, war die der Historizität des Themas, da es doch auch deutlich in die Gegenwart reicht und zudem sowohl ökonomische als auch soziologische Aspekte in sich vereint.

Der in Definitionen des Epochenbegriffs *Zeitgeschichte* viel zitierte Hans Rothfels versteht *Zeitgeschichte* als „Epoche der Mitlebenden und ihre wissenschaftliche Behandlung“⁴⁸, was eine Abgrenzung zur Gegenwart hin offen lässt. Durch diese Definition ist die *Zeitgeschichte* als eine sehr dynamische Epoche zu begreifen, deren Anfang und Ende sich ständig verschieben.

Prinzipiell, aber vor allem in Bezug auf *Zeitgeschichte*, scheint es notwendig, Periodisierungen zu hinterfragen und feste Epochengrenzen abzulehnen. Nach Gabriele Metzler soll das Arbeitsfeld der ZeithistorikerInnen als „unmittelbare Vorgeschichte

⁴⁷ Vgl. Nestor Davidson, The Sharing Economy as an Urban Phenomenon. In: Yale Law & Policy Review 32, H. 2 (2016) 214-279, hier 217f.

⁴⁸ Hans Rothfels, Zeitgeschichte als Aufgabe. In: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte 1 (1953) 1-8, hier 2.

unserer Gegenwart“⁴⁹ begriffen werden, wobei die Wurzeln der Inhalte und Problemfelder unterschiedlich weit zurückreichen, was den zu untersuchenden Zeitraum zur Vergangenheit und zur Gegenwart hin offen lässt. Außerdem müsse die interdisziplinäre Dimension von zeitgeschichtlichen Themen wahrgenommen werden, um eine Verengung von Themen zu vermeiden. Zeithistorische Forschung solle sich entlang von Themen orientieren und Grenzen zwischen den einzelnen Disziplinen hinterfragen, so Metzler.⁵⁰

Diese Herangehensweise an *Zeitgeschichte* rechtfertigt die Themenwahl dieser Diplomarbeit hinsichtlich des gegenwartsnahen und interdisziplinären Charakters des Forschungsfeldes. Im Sinne dieses Bekenntnisses zur zeitlichen Offenheit muss auch der Beginn der Entstehungsgeschichte einer *Sharing Economy* in Wien als unbestimmt angenommen werden. Es ist davon auszugehen, dass weit zurückreichende Formen des Teilens, aber auch andere ökonomische, ökologische und soziologische Aspekte aktuelle *Sharing-Praxen* prägen. Auch wenn es im 21. Jahrhundert zu einem Trend kommt⁵¹ und auch wenn Definitionen der *Sharing Economy* den Boom im 21. Jahrhundert als determinierendes Merkmal bezeichnen⁵², können auch Formen des Teilens und der gemeinschaftlichen Nutzung im Mittelalter inhaltlich zu einer *Sharing Economy* gezählt werden. Bei dem Versuch, eine möglichst vollständige Geschichte des *Sharings* für Wien zu umreißen, muss dabei der Anfang dieser Entwicklung offen bleiben.

Steigende Einkommen und Produktivitätssteigerung in der industriellen Massenproduktion ab der Mitte des 20. Jahrhunderts führten zur Herausbildung der *Konsumgesellschaft* in Wien.⁵³ (s.u.) Im Hinblick auf das Herausarbeiten von Entstehungsbedingungen einer sich neu entwickelnden *Sharing Economy* im 21. Jahrhundert eignet sich ein Fokus auf die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts, als Zeitraum der *Konsumgesellschaft* in Wien, um im Kontrast zur unmittelbaren Vergangenheit, in der es zur Entstehung des *Sharing-Trends* kommt, Neues auszumachen. Durch die Dynamik und Aktualität des Forschungsfeldes ist es von Bedeutung, dem Forschungszeitraum einen Endpunkt zu setzen, damit eine in sich abgeschlossene Untersuchung gewährleistet werden kann. Als Abgrenzungszeitpunkt zur Gegenwart hin wurde der 31.

⁴⁹ Gabriele Metzler, *Zeitgeschichte – Begriff – Disziplin – Problem*. In: Frank Bösch, Jürgen Danyel (Hg.), *Zeitgeschichte – Konzepte und Methoden* (Göttingen 2012) 22-46, hier 44.

⁵⁰ Vgl. ebd., 22-46.

⁵¹ Vgl. Botsman, Rogers, *What's Mine Is Yours*, xv-73.

⁵² Vgl. Haucap, *Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen*, 91-95.

⁵³ Vgl. Franz Eder, *Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert*. In: Franz Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), *Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum* (Querschnitte 12, Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003) 201-285.

Dezember 2015 definiert, wobei zu betonen ist, dass diese Entwicklungen keineswegs als abgeschlossen zu verstehen sind.

Sharing Economy kann als eine spezielle Form des Teilens, die seit wenigen Jahren in das Bewusstsein und die Konsum- und Wirtschaftspraxis einer breiteren Gesellschaft und in ökonomische Theorien Eingang gefunden hat, gesehen werden. Aber seit wann gibt es *Sharing Economy* in Wien?

Erst 2013 weist auch *Google Trends* den Begriff der *Sharing Economy* für Deutschland erstmals aus. Seither kann man also davon ausgehen, dass der Begriff im deutschsprachigen Raum mehr oder weniger angekommen ist. Weltweit wurde der Begriff erstmals 2010 auf *Google* gesucht.⁵⁴ Ab wann gibt es jedoch *Sharing-Economy-Konzepte* und –*Praktiken* in Wien?

Eine radikale Veränderung für Kommunikation und auch Konsum stellt das Internet dar. Beide sind wichtige Komponenten des *Sharings*, da es um eine Form des Konsumierens geht, die erst durch Interaktion zwischen Menschen stattfinden kann. Die Bedeutung des Internets für den Aufschwung der *Sharing Economy* liest man in der Fachliteratur.⁵⁵ Wann ist jedoch das Internet in der Wiener Gesellschaft angekommen? Seit wann spielt es tatsächlich eine tragende Rolle Konsum und Kommunikation betreffend? In diesem Fall ist es naheliegend, aufgrund der vorhandenen Daten, von Gesamtösterreich auf Wien zu schließen: Laut *Statistik Austria* hatten 2006 erstmals mehr als die Hälfte der österreichischen Haushalte Internetzugang, nämlich genau 52,3 %⁵⁶; bereits 2004 nutzten schon 51, 9% der ÖsterreicherInnen das Internet.⁵⁷ Online-Shopping betreibt mit 54% die Mehrheit der österreichischen Bevölkerung erst seit 2013.⁵⁸

Es gibt aber auch *Sharing-Economy-Formen*, bei denen das Internet eine sehr unwichtige oder gar keine Rolle spielt, weshalb eine alleinige Begründung des Untersuchungszeitraums durch das Internet nicht ausreichend erscheint. Gerade in den Anfangsjahren von organisiertem *Carsharing* funktionierte die Koordination noch mittels Telefon und in der Stadt verteilten Tresoren für die Autoschlüssel.⁵⁹

⁵⁴ Vera Demary, Mehr als das Teilen unter Freunden – Was die Sharing Economy ausmacht. In: Wirtschaftsdienst 95, H.2 (2015) 95-98.

⁵⁵ Vgl. beispielsweise Botsman, Rogers, What's Mine Is Yours, 101.

⁵⁶ www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=041015 (4.1.16).

⁵⁷ www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=053946 (4.1.16).

⁵⁸ www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=053947 (4.1.16).

⁵⁹ Vgl. *Forschungsgesellschaft Mobilität* (Hg.), Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr, 32-34.

2008, das Jahr der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise, ist ein weiteres Jahr von Bedeutung für den Aufschwung der *Sharing Economy*. Die These, dass die Wirtschaftskrise ein Treiber für den Sharing-Trend sei, ist häufig in der Fachliteratur zu finden.⁶⁰ Auch der *Economist* weist darauf hin, dass die vielen Neugründungen von *Sharing-Initiativen* zwischen 2008 und 2010 als Folge der Krise zu interpretieren seien.⁶¹

Die ersten beiden *Carsharing-Organisationen* entstanden in Wien bereits 1992.⁶² Wenn man also 1992 vorsichtig als ersten Beginn von *Sharing Economy* in Wien festlegt und 2015 als zeitliches Ende der Forschung fixiert, so ergibt sich daraus ein Zeitraum von 23 Jahren, in welchem sich die Forschung um die Praxisbeispiele in etwa bewegen wird. Der weltweite *Sharing-Trend* im 21. Jahrhundert der ein begriffsdeterminierendes Merkmal von *Sharing Economy* darstellt, begründet die Fokussierung auf die letzten 15 Jahre.

2.2.4 Typologie der Beispiele

Die Definition des Forschungsgegenstandes lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Vergabe, Inanspruchnahme und Organisation von zeitlich begrenzten Nutzungsrechten für Konsumgüter sowie deren gemeinschaftliche Nutzung
- Gegenstände und/oder Fahrzeuge werden geteilt
- Privatpersonen konsumieren die geteilten Güter
- Formelles Teilen
- Untersuchungsraum: Wien
- Endpunkt der Forschung: 31.12.15

Das Thema soll beispielhaft behandelt werden. Je drei Konzepte aus den beiden Bereichen *Gegenstand-Sharing* und *Fahrzeug-Sharing* werden genauer untersucht. Die gewählten Beispiele müssen Teil des oben skizzierten Forschungsgegenstandes sein. Darüber hinaus muss es sie Stand 2015 noch geben. Aufgrund der Entste-

⁶⁰ Vgl. beispielsweise *Heinrichs, Grunenberg*, *Sharing Economy*, 2.

⁶¹ Vgl. All eyes on the Sharing Economy. In: *The Economist*, 9.3.13, online unter <http://www.economist.com/news/technology-quarterly/21572914-collaborative-consumption-technology-makes-it-easier-people-rent-items> (22.7.16).

⁶² Vgl. *Forschungsgesellschaft Mobilität* (Hg.), *Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr*, 32-34.

hungsjahre der Wiener *Sharing-Economy-Initiativen*, die sich erst ab 2010 deutlich häufen⁶³ und des weltweiten *Sharing-Booms* ab ca. 2005⁶⁴, der, wie bereits erläutert, eine begriffsdeterminierende Komponente darstellt, begründet sich die Festlegung des Zeitraums, aus welchem die Beispiele gewählt wurden, auf die letzten zehn Jahre. Auch wenn öffentliche Angebote der *Stadt Wien* und klassische Vermietung als Teil der *Sharing-Economy-Definition* im Rahmen der Arbeit kurz behandelt werden, sind die Beispiele für eine tiefere Auseinandersetzung nicht aus diesem Bereich gewählt.

Der entwickelten Typologie der Beispiele entsprechend wurde Ende des Jahres 2015 eine Bestandsaufnahme durchgeführt. Aus dem Beispielpool wurden schließlich sechs Konzepte ausgewählt, deren InitiatorInnen im Rahmen von Interviews befragt wurden.

Tabelle 1: Typologie der Beispiele

Form des Sharings	Intensivere Nutzung von Ressourcen durch Verleihung und Vermietung
Ort des Sharings	Wien
Ort der Gründung	Wien
Gegenstand des Sharings	Gegenstände und Fahrzeuge
Bedeutung des Beispiels	Das Beispiel gibt es Stand 2015 immer noch.
Art und Weise des Sharings	Privatpersonen konsumieren
Grad der Formalisierung	formal organisiert
Entstehungszeitraum	2005-2015
Abgrenzung	traditionelle Vermietung, städtische Angebote

⁶³ Vgl. Kapitel 7.1.

⁶⁴ Vgl. *Botsman, Rogers, What's Mine Is Yours*, xv-73.

2.3 Forschungsfragen

Im Zuge der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Thematik und der Analyse des generierten Quellenmaterials sollen folgende Forschungsfragen beantwortet werden:

1. Was sind Entstehungsgründe und Entwicklungseinflüsse der Wiener *Sharing Economy*?

- a. Warum entstand und wie entwickelte sich die *Sharing Economy* in Wien im Bereich des *Fahrzeug-Sharings*?

-Warum entstanden und wie entwickelten sich die Beispiele *carsharing24/7*, *LastenRadKollektiv* und *share me*?

- b. Warum entstand und wie entwickelte sich die *Sharing Economy* in Wien im Bereich des *Gegenstand-Sharings*?

-Warum entstanden und wie entwickelten sich die Beispiele *FragNebenan*, *Leila* und *usetwice*?

- c. Inwiefern unterscheiden sich die Entwicklungen der Sparten *Gegenstand-Sharing* und *Fahrzeug-Sharing*?

2. Welche Bedeutung kommt der Wiener *Sharing Economy* zu?

-Welche Relevanz hat die *Sharing Economy* für Wien?

-Inwiefern kann die Entwicklung der *Sharing Economy* in Wien in den Bereichen *Gegenstand-Sharing* und *Fahrzeug-Sharing* als Verbreiterung und Verbreitung alternativer und konsumkritischer Konsumformen bewertet werden?

3 Methodik

3.1 Methodenpluralismus

Im Sinne einer für die Wirtschafts- und Sozialgeschichtsforschung sinnvollen Bereitschaft zum Methodenpluralismus, wie es Rolf Walter propagiert, der eine monomethodische Vorgehensweise als in der Regel nicht ergiebig bewertet⁶⁵, ist auch das Ziel dieser Diplomarbeit, durch eine Kombination verschiedener Quellen und Methoden, auch im Sinne der Verpflichtung zur Multiperspektivität, die Forschungsfragen zu beantworten.

Längst sei eine Zeitgeschichte nicht mehr in Abgrenzung zu Sozial- und Kulturwissenschaften zu verstehen. Die Grenzen seien durchlässig und thematische, methodologische und theoretische Dimensionen nicht mehr eindeutig zuordenbar, was als Chance begriffen werden soll, so Gabriele Metzler.⁶⁶

Für den konkreten Fall der vorliegenden Arbeit erscheint eine hermeneutisch-historische Herangehensweise, kombiniert mit empirischen Verfahren, die für die Sozialwissenschaft typisch sind, sinnvoll. Um grundlegende Theorien und Begriffe, die für das Verständnis und die Klarheit der Thematik unumgänglich sind, zu erläutern, bedarf es einer gründlichen Literaturrecherche, die den aktuellen Forschungsstand widerspiegeln muss. Dabei ist es vor allem auch relevant, Unstimmigkeiten in der Forschung herauszuarbeiten und die Literatur kritisch zu kommentieren. Die Interpretation der Sekundärliteratur wird vor allem auch dann relevant sein, wenn es darum geht, frühere Formen des Teilens und des gemeinschaftlichen Konsumierens zu beleuchten und mit den aktuelleren in ein Verhältnis zu setzen. Dabei werden verschiedene Kontexte behandelt, um so die praktischen Beispiele der *Sharing Economy* in Wien theoretisch wie historisch gut einzubetten. Wenn man die Entstehungsgeschichte der Wiener *Sharing Economy* erläutern möchte, so ist es von Bedeutung, sich bewusst zu sein, dass die Geschichte „keine Gesetzmäßigkeiten im Sinne einer prognostizierbaren Kausalität kennt“⁶⁷.

Vielmehr soll es darum gehen, mögliche Gründe für eine Entstehung herauszuarbeiten und „die historisch gewachsenen Bedingungen zu erhellen, in

⁶⁵ Vgl. Rolf Walter, Einführung in die Wirtschafts- und Sozialgeschichte (Köln/Weimar/Wien 2008) 37.

⁶⁶ Vgl. Gabriele Metzler, Einführung in das Studium der Zeitgeschichte (Paderborn 2004) 70-73.

⁶⁷ Walter, Einführung in die Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 25.

denen sich das gegenwärtige Handeln einer Gesellschaft vollzieht.“⁶⁸

Damit schließlich die quantitative Entwicklung der *Sharing-Economy-Angebote* in Wien in den gewählten Sparten gezeigt werden kann, scheint es sinnvoll, eine Bestandsaufnahme durchzuführen. Dabei werden etwa Fragen danach, welche *Sharing-Angebote* es mit Ende 2015 in Wien gibt, wann sie entstanden sind, wer sie gründete usw. beantwortet werden. So soll ein Überblick der Entstehungsgeschichte des Angebots der letzten Jahre gegeben werden. Um ein möglichst vollständiges Bild der Wiener *Sharing-Szene* zu erhalten, musste eine umfassende Online-Recherche durchgeführt werden, die sowohl die Online-Archive der Wiener Tages- und Wochenzeitungen, als auch Blogs, Social Media und die einschlägigen Websites miteinschloss. Auch der direkte Kontakt zu AkteurInnen der Wiener *Sharing Economy* wurde genutzt, um so möglichst alle Initiativen ausfindig zu machen. Trotz großer Bemühungen, ein möglichst vollständiges Bild zu zeichnen, muss an dieser Stelle festgehalten werden, dass dies vor allem durch die viele Kleinstinitiativen nicht erfüllbar sein kann, weshalb nach bestem Wissen und Gewissen eine Auswahl getroffen wurde, die nicht Anspruch auf Vollständigkeit erheben darf. An dieser Stelle soll auch gleich darauf hingewiesen werden, dass die Praxisbeispiele einer Momentaufnahme zum Zeitpunkt Dezember 2015 entspringen und das Feld als äußerst dynamisch hinsichtlich des Entstehens und auch des Wieder-von-der-Bildfläche-Verschwindens zu verstehen ist. Schließlich sollen sechs Beispiele (je drei aus den beiden Bereichen) und deren spezielle Entstehung und Entwicklung genauer untersucht werden. Um dabei in die Tiefe zu gehen, wurden ExpertInnen für diese Konzepte ausfindig gemacht, die sich bereit erklärten, ihre Einschätzungen und Erfahrungen mit der Entstehung und Entwicklung des speziellen Konzepts im Rahmen eines qualitativen Interviews zu teilen. Diese Initiativen und Geschäftsmodelle sollen beispielhaft für die Entwicklung der *Sharing Economy* in Wien in den beiden Teilbereichen betrachtet werden. Als aktive AkteurInnen der Wiener *Sharing Economy* wurden sie außerdem gebeten, ihre Einschätzungen über allgemeinere Entwicklungen zu erläutern. Zur Einschätzung der *Sharing Economy* in Wien wird dabei induktiv vorgegangen. Die ausgewählten Konzepte stehen stellvertretend für eine gesamte Entwicklung in den Sparten.

⁶⁸ Walter, Einführung in die Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 25.

Im Sinne der induktiven Vorgehensweise können die sechs ausgewählten Beispiele als Fallstudien, sogenannte *case studies*, gesehen werden. Im Rahmen dieser Methode werden ausgewählte Fälle untersucht und ihnen im Sinne einer Vereinfachung des Forschungsaufwandes eine gewisse repräsentative Bedeutung zugemessen.⁶⁹

Es wurden insgesamt neun Interviews mit AkteurInnen der Wiener *Sharing Economy* im Zeitraum von Februar bis Mai 2016 durchgeführt. Zu jedem der sechs ausgewählten Beispiele wurde eine Person als RepräsentantIn für das Konzept über das Beispiel und über allgemeinere Entwicklungen befragt. Um genauere Auskünfte zur Entstehung der Beispiele geben zu können, wurden die GründerInnen beziehungsweise GeschäftsführerInnen zur Befragung gebeten. Auf diese Weise konnten Informationen über die Praxisbeispiele des Wiener *Sharings* generiert werden, die es so nicht als Quellenmaterial gibt, was im Rahmen der Forschung zur Schaffung von neuen Quellen führte. Darüber hinaus wurden drei Interviews geführt, deren Inhalt sich mehr auf die Einschätzung der allgemeineren Entwicklungen und Bedeutung der Wiener *Sharing Economy* konzentrierte, wobei die InterviewpartnerInnen als ExpertInnen für die Wiener Situation bewertet werden können. Im Zuge dessen wurden Mirjam de Klepper, Gründerin von *Vienna Shares*, einem Verein, der sich als Botschafter der *Sharing-Idee* in Wien sieht, zwei VertreterInnen der *Wirtschaftskammer Wien*, die mit der *Stadt Wien* daran arbeiten, wie man mit der Herausforderung der *Sharing Economy* umgehen kann, und Dr. Rahel Falk, die an der *Wirtschaftsuniversität Wien* am *Competence Center für Emerging Markets* arbeitet und sich mit der *Sharing Economy* wissenschaftlich auseinandersetzt, interviewt.

3.2 Qualitative Interviews und Analyse

Qualitative Interviews erscheinen als die geeignete Methode, um einen Teil der Forschungsfragen zu beantworten, da sie ermöglichen, die jeweils spezielle Expertise der AkteurInnen der Wiener *Sharing Economy* zu erschließen und so Informationen in Erfahrung zu bringen, die anders nicht zu beschaffen sind. Die InterviewpartnerIn-

⁶⁹ Vgl. Walter, Einführung in die Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 50.

nen gelten bei qualitativen Interviews immer als ExpertInnen, da man ihre Ansichten und ihre eigenen Erfahrungen zum Thema macht.⁷⁰

Beim ExpertInneninterview wird die interviewte Person als SpezialistIn befragt. Es soll um die Erschließung der Sichtweisen, Meinungen, Erfahrungen und des Wissens des/der Befragten gehen. Als Technik dieser Erhebung eignen sich für diese Forschung nichtstandardisierte Interviews, im Besonderen Leitfrageninterviews. Dabei sind weder der Fragewortlaut noch die Reihenfolge oder die Antwortmöglichkeiten vorgegeben, man entwickelt aber Leitfragen⁷¹, deren Beantwortung als Interviewziel festgelegt wird, was auch eine Vergleichbarkeit verschiedener Befragungen erleichtert. Man kann aber trotzdem individuell auf die Gesprächssituation und die interviewte Person eingehen und etwa zusätzliche Fragen stellen, was auch einen natürlicheren Gesprächsverlauf ermöglicht.⁷²

Die mittels Tonrekorder aufgezeichneten Interviews wurden anschließend transkribiert.

Da die Inhalte der Aussagen der befragten Personen bereits den Forschungsfokus bilden und es mehr von Interesse ist, was gesagt wurde und nicht wie, sind reduzierte Interpretationsverfahren ausreichend. Dies bedeutet, dass es sinnvoll ist, die Transkriptionen sprachlich zu bereinigen. Dialektale Ausdrücke sollen dabei etwa vermieden werden, da sprachliche Besonderheiten nicht relevant sind.⁷³

Die Transkription orientierte sich an den von Jochen Gläser und Grit Laudel vorgeschlagenen Transkriptionsregeln. Das Gesprochene wurde in Standardorthographie verschriftlicht, wobei zum Beispiel dialektale Wörter geglättet werden. Nonverbale Äußerungen wie etwa Lachen oder Stottern und paraverbale Äußerungen wie „äh“ werden nur dann transkribiert, wenn sie für das Verständnis des Inhaltes von Bedeutung sind. Allerdings sollen Besonderheiten von Ja- und Nein-Antworten vermerkt werden (z.B. zögerliche Zustimmung). Darüber hinaus werden alle Unterbrechungen und unverständlichen Abschnitte oder Worte gekennzeichnet.⁷⁴

Ansonsten wurden die Gespräche so gut wie möglich wortwörtlich transkribiert, was auch dazu führt, dass im Text teilweise unvollständige Sätze vorkommen, da es auf

⁷⁰ Vgl. Ulrike Froschauer, Manfred Lueger, *Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme* (Wien 2003) 16-36.

⁷¹ Vgl. Anhang S. 1.

⁷² Vgl. Jochen Gläser, Grit Laudel, *ExpertInneninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen* (Wiesbaden 2010) 37-42.

⁷³ Vgl. Froschauer, Lueger, *Das qualitative Interview*, 91-159.

⁷⁴ Vgl. Gläser, Laudel, *ExpertInneninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*, 193f.

keinen Fall Aufgabe der Interpretation sein darf, Inhalte zu ergänzen. Der mündliche Charakter ist deshalb vorhanden geblieben.

Für die Zusammenfassung, Analyse und Interpretation der Daten erscheint eine Themenanalyse sinnvoll, da es um die expliziten Inhalte der Gespräche geht. Sie gilt als geeignet, wenn beispielsweise Meinungen und Erfahrungen bestimmter Personen zu bestimmten Themen herausgearbeitet, zusammengefasst und in ihrer Differenziertheit dargestellt werden sollen. Um eine Themenanalyse sinnvoll durchzuführen, muss der Text komprimiert werden. Im Anhang dieser Diplomarbeit sind allerdings die vollständigen Transkriptionen aller geführten Interviews zu finden. Um mit der Fülle an Material auch sinnvoll etwas anfangen zu können, werden beim Textreduktionsverfahren thematisch zusammengehörige Textstellen herausgearbeitet und schließlich verdichtet. Dabei ist es wichtig, sich zu überlegen, was ein wichtiger Inhalt ist und wo dieser genau zum Ausdruck kommt, bevor man die wichtigsten Komponenten eines Themas zusammenfasst. Es gilt auch zu reflektieren, inwiefern innerhalb eines Gesprächs oder auch zwischen den Interviews thematische Unterschiede zu erkennen sind. Bei einer vergleichenden Analyse können Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausgearbeitet werden, was zu einem differenzierten Themenverständnis führt. Dabei ist zu überlegen, was etwaige Unterschiede erklären könnte, wozu man die Motive und Einstellungen der Gesprächspartner reflektieren soll. Als letzter Schritt muss das Herausgearbeitete mit den Forschungsfragen in Zusammenhang gebracht werden.⁷⁵

⁷⁵ Vgl. *Froschauer, Lueger*, Das qualitative Interview, 158-162.

4 Kontexte

Nach Definition und Strukturierung sollen nun verschiedene Kontexte behandelt werden, die die *Sharing Economy* Wiens theoretisch wie auch historisch einbetten und so einen fundierteren Zugang zur Thematik ermöglichen. Bevor auf die Wiener Wirtschafts- und Konsumgeschichte des 20. Jahrhunderts eingegangen wird, soll der Blick auf die westliche *Konsumgesellschaft* und ihre Kritik gerichtet werden. Außerdem werden Theorien alternativen Wirtschaftens vorgestellt, denen die *Sharing-Idee* inhärent ist.

4.1 Konsumgesellschaft und Konsumkritik

Laut gängiger ökonomischer Definition wird „die Auswahl, der Kauf, Ge- und Verbrauch von Gütern und Dienstleistungen“⁷⁶ als *Konsum* verstanden. Die konsumierbaren Güter können dabei sowohl materiell als auch immateriell sein und werden als Mittel der menschlichen Bedürfnisbefriedigung gesehen. Auch der nicht marktvermittelte Konsum wird in der Konsumgeschichtsforschung berücksichtigt.⁷⁷ Neben dieser wirtschaftswissenschaftlichen Definition werden darüber hinaus die mit Konsum verbundenen „sozialen Praktiken, Diskurse, Codes, Images und Symbole, die unserem Umgang mit Dingen erst Sinn und Bedeutung geben“⁷⁸ zum Konsumieren gezählt.⁷⁹ Wenn sich KonsumtheoretikerInnen auf die Befriedigung der menschlichen Grundbedürfnisse wie Ernährung, Bekleidung, Wohnung, Fortpflanzung und Sexualität als Ursprung von Konsumtion berufen, so geht es heute mehr auch darum, mittels Konsum die eigene Persönlichkeit auszudrücken und die Integration in gesellschaftliche Gruppierungen zu erreichen.⁸⁰

⁷⁶ Franz Eder, Geschichte des Konsumierens – Ansätze und Perspektiven der (historischen) Konsumforschung. In: Susanne Breuss, Franz Eder (Hg.), Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert (Querschnitte 21, Innsbruck/Wien/Bozen 2006) 9-41, hier 11.

⁷⁷ Vgl. ebd., 11f.

⁷⁸ Susanne Breuss, Franz Eder, Vorwort. In: Susanne Breuss, Franz Eder (Hg.), Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert (Querschnitte 21, Innsbruck/Wien/Bozen 2006) 7f., hier 7.

⁷⁹ Vgl. ebd., 7f.

⁸⁰ Vgl. Wolfgang König, Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft. Konsum als Lebensform der Moderne (Stuttgart 2013) 15.

Der Begriff *Konsumgesellschaft* kennzeichne die moderne westliche Gesellschaft wie kein anderer, schreibt Eder. Damit meint der Historiker eine ökonomische, kulturelle und soziale Erfolgsgeschichte, wie sie in der bisherigen Geschichte einzigartig ist. Es entstand eine umfangreiche Konsumkultur, die impliziert, dass es, anders als in Zeiten von Mangel, nicht mehr nur darum geht, die überlebenswichtigen Bedürfnisse zu befriedigen. Vielmehr soll das Verlangen nach immer neuen Produkten stimuliert werden.⁸¹

Darüber hinaus stellt ein reichhaltiges Konsumangebot, das über die lebensnotwendigen Waren und Dienstleistungen hinausgeht, die Voraussetzung für die Herausbildung der *Konsumgesellschaft* dar.⁸²

In der Forschung herrscht Uneinigkeit darüber, auf wann der Beginn der *Konsumgesellschaft* festzusetzen ist. Laut König impliziert der Begriff, dass die Konsumtion in einer bestimmten Zeit eine besonders wichtige, vielleicht sogar die wichtigste, gesellschaftsprägende Kraft ist. Davon ausgehend könne der Begriff der *Konsumgesellschaft* nur jene Zeit betreffen, in welcher die Industrieproduktion nicht mehr die Wirtschaft bestimmte, die Arbeit nicht den Lebensmittelpunkt darstellte, Mangel nicht mehr die Lebensbereiche beherrschte und Konsumpraxen eine soziale und kulturelle Bedeutung bekamen. Darüber hinaus muss dies auch auf die Mehrheit der Gesellschaft zutreffen, damit der Großteil der Bevölkerung an der Konsumtion teilnehmen kann, sodass es zum Massenphänomen wird. Basierend auf diesen Vorannahmen setzt König den Beginn der *Konsumgesellschaft* für die fortgeschrittenen Industrieländer im Laufe des 19. und 20. Jahrhunderts an.⁸³

Die Entwicklung einer Gesellschaft zur *Massenkonsumgesellschaft* setzte sich in allen Industrieländern durch. Der Prozess des Übergangs zur *Massenkonsumgesellschaft* begann in den USA. Bereits in den 1930ern und 1940ern kam es in den Vereinigten Staaten zu einem Durchbruch einer Massenkonsumkultur. In Westeuropa geschah dies nach dem Zweiten Weltkrieg ab den 1950ern, in Osteuropa ab den 1970ern beziehungsweise 1980ern.⁸⁴

Der Historiker Hannes Siegrist schreibt, dass die westeuropäische Konsumgesellschaft in „Abgrenzung zur osteuropäischen Konsumgesellschaft, die sie als kommu-

⁸¹ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, S. 201.

⁸² Vgl. Eder, Geschichte des Konsumierens, 11.

⁸³ Vgl. König, Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft, 19-21.

⁸⁴ Vgl. Hartmut Kaelble, Europäische Besonderheiten des Massenkonsums 1950-1990. In: Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (Frankfurt am Main/New York 1997) 169-203, hier 169-176.

nistische, Mangel-, Versorgungs-, Kommando- und Staatswirtschaft bezeichnet hat⁸⁵ entstand und sich an amerikanischen Praktiken und Gütern orientierte.⁸⁶

Grundlegende Entwicklungen, die schließlich die Herausbildung einer *Massenkonsumgesellschaft* ermöglichten, waren die standardisierte, industrielle Massenproduktion von Konsumgütern, die Steigerung des Haushaltsbudgets bei den KonsumentInnen und die Kommerzialisierung des Konsums. Gleichzeitig wurde die Funktion der Konsumgüter als Milieusymbole abgeschwächt, indem typisch bürgerliche Produkte wie beispielsweise Autos und Fernseher sowie proletarisch konnotierte wie Fußball und Pizza zu schichtübergreifenden Massenkonsumgütern wurden. Die soziale Distinktion wurde nun mehr über feinere Unterschiede, zum Beispiel über Marken und Urlaubsziele, ausgedrückt. Durch das Bewerben der Konsumgüter erreichte der Diskurs über Konsum im 20. Jahrhundert eine völlig neue Dimension und eine noch nie dagewesene Intensität. Das Bild, welches von den KonsumentInnen in der Werbung gezeichnet wurde, veränderte sich, es wurde internationaler und klassenübergreifender.⁸⁷

Seit den 1920ern begannen Werbung und Wirtschaft verstärkt Frauen als Konsumentinnen zu adressieren.⁸⁸ Im Europa des 20. Jahrhunderts dominierte das Bild einer klassenübergreifende Figur der Konsumentin, die dann allerdings auf klassenspezifische Weise zur Käuferin wurde, sei es beim Greißler (bürgerlich konnotiert), sei es in der Konsumgenossenschaft (proletarisch konnotiert), die Diskurse.⁸⁹ Die Partizipation der Frauen an Wirtschaft und Politik wurde „nicht durch den Anspruch gleicher Rechte im Erwerbsbereich, sondern durch die besondere gesellschaftspolitische Bedeutung des Einkaufens begründet“⁹⁰, schreiben die Historikerinnen Bernold und Ellmeier dieser Entwicklung eine gewisse emanzipatorische Kraft zu. Allerdings wurden Frauen in ihrer Rolle der Konsumentinnen politisiert und auf sie reduziert, indem „ihre Arbeit als Konsumentinnen zur ersten Staatsbürgerinnenaufgabe“⁹¹ er-

⁸⁵ Hannes Siegrist, Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa. In: Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (Frankfurt am Main/New York 1997) 13-48, hier 20.

⁸⁶ Vgl. ebd., 19f.

⁸⁷ Vgl. Kaelble, Europäische Besonderheiten des Massenkonsums 1950-1990, 169-177.

⁸⁸ Vgl. Monika Bernold, Andrea Ellmeier, Konsum, Politik und Geschlecht. Zur Feminisierung von Öffentlichkeit als Strategie und Paradoxon. In: Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (Frankfurt am Main/New York 1997) 441-466, hier 459f.

⁸⁹ Vgl. Andrea Ellmeier, Konsum, Politik und Geschlecht. Österreich in den 1950er und 1960er Jahren. (Diss., Wien 2005) 184.

⁹⁰ Bernold, Ellmeier, Konsum, Politik und Geschlecht, 459.

⁹¹ Ebd., 465.

klärt wurde.⁹² Die Zuschreibung von „Frauen als Konsumentinnen ihrer Familien hat zur Stabilisierung und Verbreitung des bürgerlichen Familienentwurfs in seiner Adaption für alle übrigen Klassen maßgeblich beigetragen“⁹³, schreibt Ellmeier.

Konsumtion wurde im 20. Jahrhundert familialisert und individualisiert. Bevor sich die westliche *Konsumgesellschaft* vollends entwickelte, konsumierte man vieles im Kollektiv. Man hörte Radio in Lokalen, ging ins Kino und nutzte Waschsalons. Die kollektive Konsumtion verlor allerdings im Laufe der Entwicklung der *Konsumgesellschaft* an Attraktivität. Konsumismus und Individualismus gingen im 20. Jahrhundert Hand in Hand. Durch den Bedeutungsverlust von traditionellen Zugehörigkeiten zu Klasse oder zu kleineren Kollektiven wie etwa Vereinen, Nachbarschaften, Parteien oder Großfamilien kam es zu einer Orientierung an den individuellen Bedürfnissen und familiären Wünschen. Die Art und Weise der Konsumtionen war in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts von gleichzeitiger Externalisierung und Internalisierung geprägt. Während die Einführung von beispielsweise Waschmaschinen und zentraler Wasserversorgung die Konsumtion von den Gemeinschaftsplätzen Waschküche und Hausbrunnen in den eigenen Wohnbereich verlagerte, fand durch die Abnahme des Selbermachens bei gleichzeitiger Zunahme des Kaufens eine Externalisierung statt. Vor allem der Einzug der Fernsehgeräte in die privaten Haushalte trug viel zur Verhäuslichung bei und erleichterte das Alleinsein. Dadurch kam es zum Bedeutungsverlust von Nachbarschaft und Familie. Vor allem bei den Konsumgütern *Auto* und *Fernseher* lässt sich eine ausdifferenziertere Individualisierung der Konsumtion bis in den Besitz der einzelnen Familienangehörigen beobachten.⁹⁴

„Der Erwerb eines Autos ist seit Langem ein Initiationsritus in die Welt der Eigentumsverhältnisse.“⁹⁵, schreibt Jeremy Rifkin und erklärt den eigenen Pkw zum Symbol des kapitalistischen Systems. Für die Internetgeneration sei Freiheit allerdings vielmehr mit dem Zugang zu anderen in Netzwerken verbunden als damit, etwas zu besitzen. Es komme zu einer Bedeutungsverschiebung weg von Besitz und hin zu Zugang. Durch das Internet wurde es möglich, sich weltweit zu vernetzen und mit

⁹² Vgl. Bernold, Ellmeier, Konsum, Politik und Geschlecht, 441-466.

⁹³ Andrea Ellmeier, Das gekaufte Glück. Konsumentinnen, Konsumarbeit und Familienglück. In: Monika Bernold, Andrea Ellmeier, Johanna Gehmacher, Ela Hornung, Gertraud Ratzenböck, Beate Wirthensohn, Familie: Arbeitsplatz oder Ort des Glücks. Historische Schnitte ins Private (Wien 1990) 165-201, hier, 166.

⁹⁴ Vgl. König, Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft, 224-231.

⁹⁵ Rifkin, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft, 329.

anderen zu teilen, was schließlich der Teil- und Tauschökonomie Aufschwung brachte.⁹⁶

Das sehr negativ besetzte Pendant zum Begriff der *Konsumgesellschaft* ist das der *Wegwerfgesellschaft*.

Typisch für die westliche *Konsumgesellschaft* in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts sei das *Wegwerfen als kulturelle Praxis*, so die Historikerin Martina Heßler.

Damit ist allerdings viel mehr gemeint als das Wegwerfen von Konsumgütern, das mit einem historisch neuen spezifischen Dingumgang einhergehe.⁹⁷ *Wegwerfen als kulturelle Praxis* bezeichnet laut Heßler

*eine Praxis des Besitzens einer großen Menge von Dingen, des achtlosen Ge- und Verbrauchens, des schnellen Austauschs oder der Entsorgung von Dingen, die noch funktionieren, die Orientierung am Neuen, am modischen Wechsel, der das Alte als überflüssig entwertet, mithin die flüchtige Nutzung von zumeist ohnehin kurzlebigen Dingen.*⁹⁸

Die Dingwertschätzung der vorindustriellen Zeit lag in der Knappheit begründet. Mit der Industrialisierung ist sie durch die Praxis von Verschwendung und Flüchtigkeit verlorengegangen. Im 20. Jahrhundert gewannen Kaufen und Wegwerfen an Bedeutung und wurden zu wirtschaftlich wichtigen Faktoren und für viele KonsumentInnen zur Normalität.⁹⁹

Wegwerfprodukte, die ihren Ursprung um 1900 im Bereich der Hygiene hatten, wurden im Laufe des 20. Jahrhunderts auf die verschiedensten Konsumtionsbereiche ausgedehnt. Mit dem zunehmenden Einsatz von Kunststoffen brach nach dem Zweiten Weltkrieg eine Phase des Wegwerfens an. Teilweise wurde das Wegwerfen sogar beworben, etwa mit der Einführung der Einwegflaschen in den 1960ern. Aber auch bei Möbeln und technischen Geräten kam eine Reparatur oft teurer als der Neukauf beziehungsweise begann man damit, Produkte so zu konzipieren, dass man sie nicht mehr reparieren konnte. Trotz der Müllflut, die ab den 1970ern vermehrt als Problem empfunden wurde, und der durch die Ölkrise gestiegenen Kunststoffpreise schafften es viele Wegwerfartikel in den Alltag der KonsumentInnen.¹⁰⁰

⁹⁶ Vgl. Rifkin, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft, 330-342.

⁹⁷ Vgl. Martina Heßler, Wegwerfen. Zum Wandel des Umgangs mit Dingen. In: Zeitung für Erziehungswissenschaft 16 (2013) 253-266, hier 254.

⁹⁸ Heßler, Wegwerfen, 254.

⁹⁹ Vgl. ebd., 255-259.

¹⁰⁰ Vgl. König, Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft, 224-226.

Parallel zur Entwicklung der *Konsumgesellschaft* formulierte sich auch ihre Kritik. Bereits in der *Frühen Neuzeit* erstarkte eine traditionell christlich motivierte Kritik an luxuriösen Lebensweisen. Konsumstreben lenke von christlichen Werten und Zielen ab. Darüber hinaus sprach die Kritik dem Konsum die Kraft zu, traditionelle Standesunterschiede aufzulösen, was abgelehnt wurde. Die konservative Konsumkritik als Kulturkritik des 19. und 20. Jahrhunderts verurteilte die Entindividualisierung und Nivellierung als vermeintliche Folgen des Konsums.¹⁰¹

In der Konsumkritik sind vor allem drei Strömungen hervorzuheben: Konsumkritik als Kulturkritik befürchtet einen durch die Verbreiterung der Konsummöglichkeiten eintretenden Kulturzerfall, der herrschaftskritische Ansatz sieht im Konsum ein Mittel der Herrschaftsstabilisierung und die dritte Strömung bezieht sich auf die durch Konsumtion entstehenden Umweltschäden. Alle drei Richtungen begleiteten die Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, wenngleich man eine Schwerpunktverlagerung von Kulturkritik zu Herrschaftskritik zu Umweltkritik erkennen kann.¹⁰²

Die linke Konsumkritik des 20. Jahrhunderts verurteilte zum Beispiel die Manipulation der Werbung, die bei den KonsumentInnen falsche Bedürfnisse und in Folge Konsumstreben wecken würde.¹⁰³

Ab den 1970ern wurde das Wegwerfen immer mehr problematisiert. Damit einhergehend entstand auch der Begriff der *Wegwerfgesellschaft*, der für die Kritik an der verschwenderischen und rücksichtslosen Konsumkultur verwendet wurde. Recycling und die Verlängerung der Konsumgüternutzung waren Ziele der KritikerInnen.¹⁰⁴

Heute sei die *Konsumgesellschaft* an ihrer Grenze angelangt, beurteilt König die Lage. Das Individuum gerate durch stagnierende Einkommen in den Wohlstandsländern an seine finanziellen Grenzen, während parallel dazu auch die Grenzen unserer Umwelt sichtbarer werden. 25 % der Weltbevölkerung brauchen drei Viertel aller Ressourcen und produzieren auch drei Viertel des Müllaufkommens. Die Bereitschaft zum Konsumverzicht sei allerdings gering, denn Lebensqualität werde über Güterbesitz und Konsumtion definiert.¹⁰⁵

So entstehen viele Ideen zur Effizienzsteigerung, also zur besseren Ausnutzung von Ressourcen oder der Erhöhung der Suffizienz, was einen Verzicht auf bestimmte

¹⁰¹ Vgl. Manuel Schramm, Konsumgeschichte. In: Docupedia-Zeitgeschichte (2011), online unter https://docupedia.de/images/9/9c/Konsumgeschichte_Version_2.0_Manuel_Schramm.pdf (31.8.16) 4f.

¹⁰² Vgl. König, Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft, 238-241.

¹⁰³ Vgl. Schramm, Konsumgeschichte, 5.

¹⁰⁴ Vgl. Heßler, Wegwerfen, 263.

¹⁰⁵ Vgl. König, Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft, 242-244.

Güter und Dienstleistungen bei gleichbleibender Lebensqualität meint.¹⁰⁶

Auch wenn gegenwärtig immer noch viele KonsumentInnen die Folgen ihres Konsumverhaltens ignorieren, achten immer mehr darauf, dass ihre Konsumpraxis möglichst wenig Schaden anrichtet. Dieser Meinung ist Peter Marwitz, der die Zunahme eines kritischen und nachhaltigen oder zumindest bewussten Konsums auch abseits einer Öko-Bewegung beobachtet.¹⁰⁷ Die Ökoszene der 1970er und 1980er war politisch motiviert und schaffte es nicht aus einer eher kleinen Nische heraus. Heute habe Konsumbewusstsein vor allem ökologische und soziale Motive und sei viel massenfähiger. Die negativen Folgen des Massenkonsums wie Umweltverschmutzung oder auch die Abhängigkeit von einigen wenigen Großkonzernen werden von mehr und mehr Menschen bewusst wahrgenommen und als Problem empfunden. Es entstehen viele Alternativen, die sich der herrschenden Marktlogik zu entziehen versuchen und das Selbstverständnis des Kaufens und Besitzens von Neuwaren in unserer Gesellschaft aufweichen.¹⁰⁸

Einige dieser Alternativen entstehen im Rahmen der *Sharing Economy*. Auch, wenn viele Konzepte marktwirtschaftlich und profitorientiert ausgerichtet sind, wird eine Alternative zum Kaufen und Besitzen von Neuwaren geboten.

4.2 Alternative Konsum- und Wirtschaftsformen

Die internationale Finanz- und Wirtschaftskrise des Jahres 2008 führte dazu, dass kapitalismuskritische Ansätze stärker Eingang in öffentliche Debatten fanden und an Aufmerksamkeit gewannen.¹⁰⁹ Alternative Konzepte wurden in den letzten Jahren populärer. Ihre Entstehungsgeschichten reichen allerdings zurück bis zu den konsumkritischen Debatten der 1960er und gehen oft mit Überlegungen zu den Grenzen des Wachstums und dem Ziel eines nachhaltigeren Lebensstils einher.¹¹⁰ Vor allem auch seit den düsteren Zukunftsprognosen des *Club of Rome*¹¹¹ 1972 wurden Themen rund um Nachhaltigkeit und Umweltschutz Inhalt eines breiteren Diskurses.

¹⁰⁶ Vgl. König, Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft, 242-244.

¹⁰⁷ Vgl. Peter Marwitz, Überdruß im Überfluß. Vom Ende der Konsumkultur (linker alltag 3, München 2013) 5f.

¹⁰⁸ Vgl. ebd., 47-53.

¹⁰⁹ Vgl. Jürgen Kocka, Geschichte des Kapitalismus (München 2014) 6.

¹¹⁰ Vgl. Heinrichs, Grunenberg, Sharing Economy, 2.

¹¹¹ Vgl. Dennis Meadows, Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit (Stuttgart 1972).

Die Formen alternativen Wirtschaftens unterliegen keiner gemeinsamen Theorie und haben sich vor allem in den letzten Jahrzehnten stark ausdifferenziert, sodass nun eine Vielzahl an verschiedenen Ideen, Konzepten und Vorstellungen einer alternativen Ökonomie existieren. Laut Gisela Notz markiere *alternatives Wirtschaften* einen Grenzbereich zwischen kapitalistischer Marktwirtschaft und der informellen Ökonomie. Selbsthilfeprojekte der Arbeiterklasse, seien es Produktions- und Konsumgenossenschaften oder Kleingartenanlagen, Nachbarschaftshilfe und Wohnbaugesellschaften können als Vorläufer alternativer Wirtschaftsformen bewertet werden.¹¹²

In den 1970ern erreichte Alternativwirtschaft mit der Entstehung vieler selbstverwalteter und alternativwirtschaftlicher Betriebe einen Höhepunkt.¹¹³ Durch ernstzunehmende globale Probleme wie Klimawandel und Umweltzerstörung wurde es nötig, Wirtschafts- und Lebensformen an einem Nachhaltigkeitsbewusstsein auszurichten und von der Vorstellung zu entkoppeln, dass Wirtschaftswachstum zwangsweise mit der steigenden Ausbeutung der Ressourcen einhergehen müsse.¹¹⁴

Auch in den letzten Jahren kam es verstärkt zum Aufschwung der Alternativökonomie und zum Entstehen vieler neuen Projekte, die auf Gemeinwohl, Tauschwirtschaft oder Gratisökonomie basieren.¹¹⁵

Beispiele für an Aufmerksamkeit gewinnende Gegenentwürfe sind etwa das Konzept der *Postwachstumsökonomie* oder die Idee der Ausweitung von Gemeinschaftsgütern, der so genannten *Commons*.

Commoning bedeutet Gemeinschaften. Gemeinschaftliches Wirken gibt es seit den Anfängen der Menschheitsgeschichte und überall auf der Welt. In der modernen Industriegesellschaft finden diese Formen des gemeinschaftlichen Wirtschaftens, die sich von einer Marktabhängigkeit loslösen, allerdings wenig Beachtung.¹¹⁶ In der Debatte wird mit *Commons*, *Allmende* oder *Gemeingüter* gemeint, dass „das, was wir bewirtschaften auch Gemeingut bleiben, und das, was wir herstellen, Gemeingut werden soll“¹¹⁷. Das bäuerliche Leben der Feudalzeit organisierte sich um die *Allmende* (*Commons*). Das Lehenwesen basierte auf Landverpachtungen. Die Bauern bestellten ihre Lehen gemeinschaftlich und legten die Grundstücke zu gemeinsamen

¹¹² Vgl. Gisela Notz, Theorien alternativen Wirtschaftens. Fenster in eine andere Welt. (Stuttgart 2011) 24-32.

¹¹³ Vgl. ebd., 78-80.

¹¹⁴ Vgl. ebd., 12.

¹¹⁵ Vgl. ebd., 117.

¹¹⁶ Vgl. Silke Helfrich, David Bollier, Ouverture. In: Silke Helfrich, David Bollier, Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.), Die Welt der Commons. Muster gemeinsamen Handelns (Bielefeld 2015) 13-23, hier 13-15.

¹¹⁷ Silke Helfrich, Einführung. Gemeingüter sind nicht, sie werden gemacht. In: Elinor Ostrom, Was mehr wird, wenn wir teilen. Vom gesellschaftlichen Wert der Gemeingüter. Hrsg., überarb. u. übersetzt von Silke Helfrich (München 2012) 11-19, hier 15.

Feldern und Weiden zusammen. Das Konzept der Feudalherrschaft existierte über 700 Jahre in Europa.¹¹⁸

Im feudalistischen Gesellschaftsvertrag waren die Bauern ihren Lehensherrschaften zinspflichtig und wurden von diesem geschützt und vertreten, auch der Grundherr hatte das Land nur als Lehen von einem hierarchisch höher gestellten Grundherrschaften.¹¹⁹

Im 16. Jahrhundert begann eine Einhegungsbewegung: Gemeinschaftlich genutztes Land wurde eingezäunt und in privates Eigentum umgewandelt. Der Prozess der Einhegungen dauerte bis ins 19. Jahrhundert an und stellte einen Übergang der ländlichen Subsistenzwirtschaft zur modernen marktorientierten Landwirtschaft dar.¹²⁰

Privateigentum wurde zum Kern des kapitalistischen Systems.¹²¹ Es wurde nachträglich immer wieder mit der Behauptung gerechtfertigt, dass jemand für Privatbesitz, den er außerdem vererben kann, besser Sorge.¹²²

Für ihre langjährige Forschung über *Gemeingüter* erhielt Elinor Ostrom 2009 als erste Frau den Wirtschaftsnobelpreis. Ostrom stellte Richtlinien auf, die der Übernutzung von *Commons* vorbeugen sollen, sodass eine gemeinschaftliche Nutzung erfolgreich sein kann. *Gemeingüter* gehen aber weit über die gemeinsame Nutzung der natürlichen Ressourcen der Erde hinaus. Ein Komplex an Eigentumswohnungen kann ebenso als Gemeingut verstanden werden wie das Internet. Auch wenn Einzelne Eigentumsrechte an den Wohnungen haben, so gibt es dennoch gemeinsame Regeln der Nutzung und des Umgangs des gesamten Gebäudes, erklärt Ostrom.¹²³ Der freie Zugang zu den natürlichen Ressourcen der Erde führe zur Übernutzung dieser, da die NutzerInnen nur auf den eigenen, kurzsichtigen Vorteil bedacht seien, schreibt Garrett Hardin im viel zitierten Aufsatz *The Tragedy of the Commons*.¹²⁴ Ostrom macht hier aber eine wichtige Unterscheidung, indem sie natürliche Gemeinressourcen von *Gemeingütern* abgrenzt.¹²⁵ *Commons* haben, so Ostrom, klar definierte Regeln und BenutzerInnengruppen. Sie entwickelte im Zuge ihrer Forschung Gestaltungsprinzipien für *Gemeingüter*, die von der Aufstellung von klaren Nutzungsbe-

¹¹⁸ Vgl. Rifkin, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft, 49-51.

¹¹⁹ Vgl. Gerhard Scherhorn, Die Welt als Allmende: marktwirtschaftlicher Wettbewerb und Gemeingüterschutz. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 61 (2011) 21-27, hier 21f.

¹²⁰ Vgl. Rifkin, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft, 49-51.

¹²¹ Vgl. ebd., 329.

¹²² Vgl. Scherhorn, Die Welt als Allmende, 21f.

¹²³ Vgl. Ostrom, Was mehr wird, wenn wir teilen, 24.

¹²⁴ Vgl. Garrett Hardin, The Tragedy of the Commons. In: Science 162 (1968) 1243-1248.

¹²⁵ Vgl. Ostrom, Was mehr wird, wenn wir teilen, 52-54.

rechtigungen und -regeln über Prinzipien der Selbstorganisation bis zur Bestrafung bei Regelverletzungen reichen.¹²⁶

Kooperativen sind im Gegensatz zu Privatunternehmen als *Commons* konzipiert und sind auf Werten wie Selbsthilfe, Zusammenarbeit, Demokratie und Selbstverantwortung aufgebaut. Heute organisiert ein Siebtel der Menschheit ihr Konsumieren und Wirtschaften zumindest teilweise in Genossenschaften, vor allem nachhaltige Energie- und Stromkooperativen entstehen in großer Zahl. In der EU investieren derzeit sogar mehr Menschen in Genossenschaften als in den Aktienmarkt.¹²⁷

Die Ökonomin Theresia Theurl konstatiert Ähnlichkeiten der *Sharing Economy* mit dem genossenschaftlichen Geschäftsmodell, dessen Entstehung bis ins 18. Jahrhundert zurückreicht. Trotz der strukturellen Gemeinsamkeiten im Sinne einer selbständigen Organisation von gemeinschaftlicher Nutzung von Ressourcen gibt es einen bedeutenden Unterschied: Beim genossenschaftlichen Geschäftsmodell sind die NutzerInnen auch gleichzeitig die EigentümerInnen, dabei wird das Eigentum nicht als Individualeigentum, sondern als kollektives Nutzungseigentum begriffen. Das Recht auf Ressourcennutzung beginnt mit dem Eintritt in die Genossenschaft.¹²⁸

Das Teilen von Fahrzeugen wird im Rahmen einer *Sharing Economy* allerdings auch teilweise genossenschaftlich organisiert. Ein Beispiel dafür ist die *Auto Teilet Genossenschaft*, die europäische Pionierin im Bereich des *Carsharings*.

Auch in den Alternativtheorien von Christian Felbers *Gemeinwohl-Ökonomie*¹²⁹ und Niko Paechs *Postwachstumsökonomie*¹³⁰ sind *Sharing-Economy-Elemente* zu finden. Der Nachhaltigkeitsforscher und Volkswirtschaftler Niko Paech gilt als einer der bedeutendsten Wirtschaftswachstumskritiker im deutschsprachigen Raum. In seiner Streitschrift *Befreiung vom Überfluss* (2012) konzipiert er das Konzept der *Postwachstumsökonomie*. Sie basiert auf Subsistenz- und Suffizienztheorie. Um Wachstumstreiber zu eliminieren, müssen Produktionsketten verkürzt und in weiterer Folge der Fremdversorgungsgrad durch Verlagerung auf Regionalversorgung, bis hin zur Selbstversorgung, reduziert werden.¹³¹ Das aktuell typische 40-Stunden-Arbeitszeitmodell teilt er in einen monetären und einen entkommerzialisierten Bereich

¹²⁶ Vgl. ebd., 85-87.

¹²⁷ Vgl. Rifkin, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft, 309-315.

¹²⁸ Vgl. Theresia Theurl, Ökonomie des Teilens: Governance konsequent zu Ende gedacht. In: Wirtschaftsdienst 95, H. 2 (2015) 87-91.

¹²⁹ Vgl. Christian Felber, Gemeinwohl-Ökonomie. Eine demokratische Alternative wächst (Wien 2010).

¹³⁰ Vgl. Niko Paech, Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie (München 2015).

¹³¹ Vgl. Ebd., 113f.

zu je 20 Stunden auf. Im Bereich der Entkommerzialisierung konzipiert er Formen der Suffizienz wie Entrümpelung und entschleunigte Lebensstile und Formen der Subsistenz wie Nutzungsdauerverlängerungen und –intensivierung, gemeinnützige Arbeit und Eigenproduktion. Den monetären Bereich gestaltet Paech in seiner Theorie durch Formen von Regionalökonomie und globaler Arbeitsteilung.¹³²

Der österreichische Kapitalismus- und Globalisierungskritiker Christian Felber kritisiert vor allem das Verfolgen des Eigeninteresses in der marktwirtschaftlichen Praxis und konzipiert als Alternativmodell dazu die *Gemeinwohl-Ökonomie* als Marktwirtschaft, die ethischen Prinzipien folgt.¹³³ Darin kritisiert er unter anderem die Nicht-Begrenzung von Eigentumsrechten und plädiert für die Stärkung von *Commons*, öffentlichem Eigentum und Nutzungsrechten.¹³⁴

Sharing Economy kann in ihren verschiedenen Ausprägungen marktwirtschaftlich und alternativwirtschaftlich ausgerichtet sein. Rifkin definiert sie als „Hybrid, teils Markt-, teils Sozialwirtschaft“¹³⁵. Darüber hinaus sind auch solidarökonomische Formen typisch für die *Sharing-Landschaft*. *Solidarische Ökonomie* folgt den Ansprüchen Selbstorganisation und Demokratie und befriedigt menschliche Bedürfnisse auf Freiwilligenbasis und gegenseitiger Hilfe fern von Orientierung an Konkurrenzdenken und Gewinnmaximierung.¹³⁶ Beispiele, die sowohl der *Sharing Economy* als auch der *Solidarökonomie* zugeordnet werden können, sind etwa *Kostnixläden* und *Lasten-RadKollektive*.

4.3 Wirtschaft und Konsum Wiens im 20. Jahrhundert

Viele öffentliche Dienstleistungen wie etwa das Post- und Radiowesen, die Elektrifizierung der Wohnungen und Straßenbahnen sowie der Ausbau von Kanalisation und Wasserversorgung entwickelten sich in Wien ab den 1880ern.¹³⁷

¹³² Vgl. Paech, Befreiung vom Überfluss. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie, 151.

¹³³ Vgl. Felber, Gemeinwohl-Ökonomie, 32-44.

¹³⁴ Vgl. ebd., 85-109.

¹³⁵ Rifkin, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft, 376.

¹³⁶ Vgl. Dagmar Embshoff, Sven Giegold, Solidarische Ökonomie im globalisierten Kapitalismus. In: Sven Giegold, Dagmar Embshoff (Hg.), Solidarische Ökonomie im globalisierten Kapitalismus (Hamburg 2008) 11-24, hier 12f.

¹³⁷ Vgl. Siegfried Mattl, Wiener Paradoxien: Fordistische Stadt. In: Roman Horak, Wolfgang Maderthaner, Siegfried Mattl, Gerhard Meissl, Lutz Musner, Alfred Pfoser (Hg.), Metropole Wien. Texturen der Moderne 1 (Wien 2000) 81.

In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts kam es dann in der Stadt zu zwei bedeutenden Phasen der Kommunalisierung: 1897 wurde der Christlichsoziale Karl Lueger Bürgermeister von Wien. Als solcher kommunalisierte er viele Dienstleistungen, was das Einkommen der Stadt rasch verbesserte. Beispiele für Luegers Kommunalisierungspolitik sind etwa die städtische Übernahme der Verkehrsbetriebe, die Eröffnung des städtischen Gaswerks in Simmering sowie die Inbetriebnahme des städtischen Elektrizitätswerks, die Kommunalisierung des Bestattungswesens, der Bau von Alters- und Waisenheimen, Badeanstalten, Kindergärten und Schulen. Durch die Erweiterung der Versorgungsleistungen übernahm die Kommunalpolitik die Rolle der Prävention von sozialem Elend.¹³⁸

Die zweite Phase begann nach dem Ersten Weltkrieg, als 1919 die Sozialdemokraten die Christlichsozialen in der Stadtregierung ablösten und Jakob Reumann der erste sozialdemokratische Bürgermeister Wiens wurde. Nach der Einführung des allgemeinen Wahlrechts erreichten die Sozialdemokraten in der Hauptstadt über 60%, womit eine Phase des *Kommunalsozialismus* begann, die im Nachhinein als *Rotes Wien* bezeichnet wurde. Die kommunale Fürsorgepolitik sowie der städtische Wohnbau waren wichtige Säulen der Wiener Sozialdemokratie. Ein großer Punkt des *Kommunalsozialismus* war die Errichtung der Wiener Gemeindebauten. Bis zu 26 % des Gemeindebudgets flossen in den kommunalen Wohnbau. Typisch für diese Wohnbauten waren niedrige Mieten und die Erhaltung von mindestens 50 % der Grundfläche als Spiel- und Erholungsflächen in Hofform. Darüber hinaus wurden Gemeinschaftsbereiche wie Brause- und Wannenbäder im Untergeschoß eingerichtet. Zahlreiche sozialdemokratische Partei-, Vereins-, und Versammlungslokale mieteten sich in den Gemeindebauten ein. So entstand eine dicht organisierte sozialdemokratische Gemeinschaft in Wien, die auf regelmäßigen gemeinsamen Aktivitäten beruhte. Jeder zweite Rotwähler/jede zweite Rotwählerin Wiens war Parteimitglied und noch mehr waren Mitglied bei sozialdemokratischen Vereinen.¹³⁹

Der Historiker Siegfried Mattl erkennt in der Kommunalisierung der städtischen Infrastruktur am Beginn des 20. Jahrhunderts die Entstehung von fordistischen Netzwerkstrukturen wie die Normierung und Standardisierung von Gütern und Leistungen und den aufkommenden Massenkonsum von Dienstleistungen:¹⁴⁰ „Innerhalb weniger

¹³⁸ Vgl. Siegfried Mattl, *Wien im 20. Jahrhundert* (Wien 2000) 24-31.

¹³⁹ Vgl. Mattl, *Wien im 20. Jahrhundert*, 39-51.

¹⁴⁰ Vgl. Mattl, *Wiener Paradoxien*, 82f.

Jahre wird Wien damit – lange vor anderen Metropolen – zur *fordistischen Stadt*¹⁴¹. Die Widersprüchlichkeit liege dabei allerdings im Fehlen eines „gesellschaftlichen Fordismus“¹⁴², so Mattl. Während die kommunalen Dienstleistungen fordistischen Prinzipien folgten, fanden diese noch nicht in Produktion und soziale Strukturen Eingang. Großfamiliäre und berufsgenossenschaftliche Orientierungen dominierten nach wie vor die sozialen Strukturen.¹⁴³

Genossenschaften haben in Österreich eine lange Tradition. 1856 wurde Österreichs erster Konsumverein nach englischem Vorbild in Niederösterreich gegründet. Die Zugehörigkeit zur Konsumgenossenschaft bewertet Ellmeier neben Partei und Gewerkschaft als die dritte Säule der österreichischen Arbeiterbewegung.¹⁴⁴ Der Großteil der Konsumvereine wurde von ArbeiterInnen gegründet. 1920 galt Wien als weltweites Zentrum der Konsumgenossenschaften.¹⁴⁵ Die Philosophie der Konsumgenossenschaften war lange eine der Bedarfsdeckung und stand in Opposition zur Bedarfsweckungsökonomie, wie sie im Zuge des 20. Jahrhunderts an Dominanz gewann.¹⁴⁶

Charakteristisch für Wien sei die Erwartung und Einforderung der Verantwortlichkeit der Stadt für verschiedene Bereiche des Privatlebens bei gleichzeitiger Unterrepräsentanz von nachbarschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Initiativen, schreibt Mattl.¹⁴⁷

Dennoch wurden Selbst- und Nachbarschaftshilfe vor allem nach den beiden Weltkriegen ein wichtiger Faktor für die Wiener Bevölkerung. Nach dem Ersten Weltkrieg entwickelten sich in Wien mehr Genossenschaften als in jeder anderen europäischen Stadt. Da großer Mangel die zwischenkriegszeitliche Lebenswelt der WienerInnen bestimmte, nahmen auch Strategien der Selbstversorgung zu, und vor allem Schrebergärten gewannen an Bedeutung.¹⁴⁸ Hohe Arbeitslosigkeit und ein finanziell und organisatorisch überforderter Staat führten zur Notwendigkeit der kollektiven Selbsthilfe der Siedlerbewegung, die über den Wohnbau hinausging. Selbst infrastrukturelle Baumaßnahmen wie Straßenbau, -reinigung und -beleuchtung oder Abfallent-

¹⁴¹ Mattl, Wiener Paradoxien, 82.

¹⁴² Ebd., 82.

¹⁴³ Vgl. ebd., 82f.

¹⁴⁴ Vgl. Ellmeier, Konsum, Politik und Geschlecht, 58-60.

¹⁴⁵ Vgl. Felix Czeike, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 3 (Wien 2004) 570f.

¹⁴⁶ Vgl. Ellmeier, Konsum, Politik und Geschlecht, 58-60.

¹⁴⁷ Vgl. Mattl, Wien im 20. Jahrhundert, 24.

¹⁴⁸ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Querschnitte 12, Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003) 8-140, hier 9-13.

sorgung wurden von den SiedlerInnen übernommen. Soziale und kulturelle Einrichtungen wie beispielsweise Kindergärten, Bibliotheken, Sporteinrichtungen, Jugendheime und Spielplätze wurden selbstorganisiert betrieben, auch wenn die *Stadt Wien* sie finanziell unterstützte. Die Siedlungen Wiens zeichneten sich durch die vielen Gemeinschaftseinrichtungen aus. Im Genossenschaftshaus gab es ein Zimmer für gemeinschaftlichen Konsum, aber auch viele sozialdemokratische Vereinigungen fanden sich dort zusammen.¹⁴⁹

Zur Zeit des Nationalsozialismus wurde *Konsum* mehr denn je, ideologisch mit *Nation* und *Volksgemeinschaft* verknüpft. Der sogenannten *arischen Rasse* wurde eine *nationalsozialistische Konsumgesellschaft* versprochen. In der Realität war diese allerdings weit von einer eigentlichen *Konsumgesellschaft* entfernt.¹⁵⁰

1945, als Wien in Trümmern lag und eine große Versorgungsnot herrschte, stieg die Bedeutung von Tauschwirtschaft und Schrebergärten erneut deutlich an.¹⁵¹ Nach einem kurzen Aufschwung der solidarischen Selbsthilfe nach 1945 löste ein zunehmend individualistisch ausgerichteter Zeitgeist den Gemeinschaftsgedanken jedoch schnell wieder ab und es kam zu einem Rückzug in die Privatheit und einem Fokus auf die Kernfamilie.¹⁵²

Wachsende Einkommen und eine enorme Produktivitätssteigerung in der industriellen Massenproduktion in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts führten zur Herausbildung der *Konsumgesellschaft* in Wien. Ab 1948 setzte ein starkes Wirtschaftswachstum ein, was sich nach der Stabilisierungskrise von 1952/53 mehr oder weniger ungebremsst fortsetzte. Bis zur Mitte der 1950er dominierte in Anbetracht der Lebensumstände und der Mangelerfahrung nach wie vor ein Konsumieren, das durch Sparsamkeit und Verzicht gekennzeichnet war. Die zur Tugend gewordene, teilweise zwanghafte Bescheidenheit konnten manche auch nach dem Ende der Mangelökonomie nicht ablegen.¹⁵³

Die Phase des Wiederaufbaus der Nachkriegszeit wich ab etwa 1953 der Zeit des sogenannten *Wirtschaftswunders*, die bis in die 1960er andauerte. In Wien setzte der Wirtschaftsboom, etwas später als im restlichen Land, erst nach dem Staatsvertrag 1955 stärker ein. In diesen Jahren setzten sich Keynesianismus beziehungsweise

¹⁴⁹ Vgl. Klaus Novy, Wolfgang Förster, einfach bauen. Genossenschaftliche Selbsthilfe nach der Jahrhundertwende. Zur Rekonstruktion der Wiener Siedlerbewegung (Wien 1991) 8-93.

¹⁵⁰ Vgl. Oliver Kühschelm, Konsumieren und die diskursive Konstruktion nationaler Gemeinschaft. In: Susanne Breuss, Franz Eder (Hg.), Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert (Querschnitte 21, Innsbruck/Wien/Bozen 2006) 189-211.

¹⁵¹ Vgl. Eigner, Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert, 9-13.

¹⁵² Vgl. Novy, Förster, einfach bauen, 110.

¹⁵³ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, 202-226.

Fordismus in Österreich und Wien durch. Mit Fordismus ist eine Industriegesellschaft, die auf spezialisierter Massenproduktion basiert, gemeint. Die Produktivitätssteigerungen wirkten sich zum Teil auch auf die Löhne aus, was wiederum höhere Konsumausgaben der WienerInnen ermöglichte. Dies führte zu einem hohen Wirtschaftswachstum und aufnahmefähigen Binnenmärkten für langlebigere Konsumgüter, vor allem für Autos, Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte.¹⁵⁴

Ab den 1950er-Jahren entwickelte sich in Wien ein sehr reichhaltiges Angebot an Waren und Dienstleistungen, welches von den WienerInnen dank der steigenden Haushaltseinkommen auch nachgefragt und konsumiert wurde. Dadurch begannen Freizeit und Konsum zunehmend an Bedeutung zu gewinnen und es entstand eine allumfassende Konsumkultur. Ab der zweiten Hälfte der 1950er konnten es sich immer mehr KonsumentInnen leisten, langlebigere Konsumgüter wie etwa Kühlschränke oder Autos anzuschaffen. In den 1950ern und 1960ern wurde das eigene Auto zum Inbegriff von Freiheit, Wohlstand und Mobilität, was zum Einsetzen einer Autowelle in Wien führte. Steigende Realeinkommen bei gleichzeitiger Verkürzung und Intensivierung der Arbeitszeit trieben den Massenkonsum an, da die Leute in kürzerer Zeit mehr arbeiteten und auch mehr verdienten und dadurch mehr Geld und Zeit für Konsumtionen zur Verfügung hatten. Zwischen 1955 und 1968 verdoppelten sich die verfügbaren Einkommen der ÖsterreicherInnen und auch bis zur Mitte der 1970er kam es zu deutlichen Einkommenszuwächsen.¹⁵⁵

Das Überstehen des Kriegs und des Mangels führte bei vielen zu einem Bedürfnis nach häuslichem Glück durch familiäre Konsumtion. Es kam zum Rückzug der WienerInnen in die Sphäre der Familie und des Heims, die apolitisch zu sein scheint. Besonders im Bereich der Wohnungsausstattung kam es zu einer Überhöhung von Konsumgütern. Die in den 1950ern einsetzende *Elektrifizierungsrevolution* führte dazu, dass Elektrogeräte zur Arbeitserleichterung in die Haushalte Eingang fanden. In den 1950ern kam es etwa zum sogenannten *Kühlschrankboom* und in den 1970ern kauften zahlreiche KonsumentInnen eine Waschmaschine. Die Anschaffung dieser Geräte war für viele erst mittels Ratenzahlung möglich. In den 1960ern stieg die Anzahl der Fernsehgeräte in den Wiener Haushalten schnell an.¹⁵⁶

Allerdings entstanden in den 1970ern, nach einer Periode des Wachstums und der Vollbeschäftigung, erstmals wieder Beschäftigungsprobleme, die in den 1980ern

¹⁵⁴ Vgl. Eigner, Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert, 8-20.

¹⁵⁵ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, 201-239.

¹⁵⁶ Vgl. Ebd., 201-239.

richtig einsetzen, als eine erhöhte Arbeitslosigkeit zum Dauerzustand wurde. Globalwirtschaftliche Zäsuren wie der Zerfall des *Bretton-Woods-Systems* mit stabilen Wechselkursen 1973 und der 1. Erdölschock im selben Jahr sowie die zunehmende Öffnung der Wirtschaft hatten eine enorme Tragweite. In Österreich konnte man trotz der schweren Rezession 1974 und der Ölpreisschocks 1973, 1975 und 1979 mittels *Austro-Keynesianismus* die Vollbeschäftigung bis Ende der 1970er aufrecht erhalten, indem man mit der Ausweitung des Budgetdefizits auf die Krise reagierte.¹⁵⁷

Durch diese Politik des *Austro-Keynesianismus* setzte die weltweite Rezession in Österreich und Wien verspätet, erst Anfang der 1980er, ein.¹⁵⁸

Trotz wirtschaftlicher Probleme, blieb die Konsumorientierung der WienerInnen auch in den 1980ern und 1990ern ungebrochen.¹⁵⁹

Die globale Umgestaltung der westlichen Metropolen zu fordistischen Konsum- und Produktionsorten in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts schien in Wien, nach Mattl, sogar erst in den 70ern in vollem Umfang einzusetzen, indem es zu einer deutlichen Ausweitung der Konsumtionsorte kam.¹⁶⁰ Mattl beschreibt einen „raschen Transformationsprozess hin zu nachfordistischen Strukturen“¹⁶¹ für das Wien der 1970er. Die Verkaufsflächen Wiens stiegen zwischen den 1970ern und den 1990ern von 350 000 m² auf 1 500 000 m². Diese Entwicklung, die mit einer Veränderung der Ausgaben der WienerInnen einherging, ist für Mattl der Indikator des endgültigen Übergangs von einer arbeitszentrierten Gesellschaft hin zur *Konsumgesellschaft* in Wien.¹⁶²

Vor allem bei der jüngeren Generation sanken in den 1980ern und 1990ern die immateriellen Ansprüche an den Arbeitsplatz. Konsum wurde für viele zunehmend Mittel der Selbstkonstruktion, wodurch die Geldorientierung erklärt werden kann. Konsum sollte den durch den Verlust der identitätsstiftenden Bedeutung von Arbeit und den Niedergang von Traditionen und kirchlichen oder politischen Sinnangeboten freigewordenen Lebensraum füllen.¹⁶³

1950 eröffnete in Wien der erste Selbstbedienungsladen. Mit der Verbreitung der Supermärkte, die die Greißler ablösten, wurde das Verpacken von Lebensmitteln immer wichtiger, was zu einer Mülllawine in den 1970ern führte. Mit dem steigenden

¹⁵⁷ Vgl. Eigner, Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert, 19-26.

¹⁵⁸ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, 203.

¹⁵⁹ Vgl. ebd., 245-249.

¹⁶⁰ Vgl. Mattl, Konsumtion und Stadtentwicklung in Wien, 97-99.

¹⁶¹ Ebd., 99.

¹⁶² Vgl. ebd., 97-99.

¹⁶³ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, 245-249.

Müllaufkommen begann auch langsam eine Debatte darüber einzusetzen, ob Massenkonsum nicht der Umwelt und dadurch den Menschen schade. Die negativen Seiten des Individualverkehrs wurden immer sichtbarer. Durch Luftverschmutzung, Lärm und Überlastung der Straßen sank die Lebensqualität in Wien. Zusätzlich wurden die Grenzen des PKW-Verkehrs durch die steigenden Benzinpreise infolge der Ölkrisen und der Verordnung eines autofreien Tages pro Woche im Jahr 1974 sichtbar.¹⁶⁴

Infolgedessen begann ab Mitte der 1970er die Umweltbewegung an Bedeutung zu gewinnen und Anfang der 1980er zu erstarken. In den 1980ern herrschte in Wien ein bedeutender Umweltaktivismus, *die Grünen* kamen in den Nationalrat und es wurden einige Umweltgesetze beschlossen. Ab 1993 verlor das Umweltthema durch den bevorstehenden EU-Beitritt und die Wirtschaftskrise jedoch wieder an Bedeutung.¹⁶⁵

¹⁶⁴ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, 217-239.

¹⁶⁵ Vgl. Volkmar Lauber, Geschichte der Politik zur Umwelt in der Zweiten Republik. Vom Nachzügler zum Vorreiter – und zurück? In: Sylvia Hahn, Reinhold Reith (Hg.), Umwelt-Geschichte. Arbeitsfelder – Forschungsansätze – Perspektiven (Querschnitte 8, Wien 2001) 181-203.

5 *Sharing Economy* in Wien – Geschichte und Bestandsaufnahme

In diesem Kapitel geht es darum, zu eruieren, welche *Sharing-Economy-Beispiele* es Stand 2015 in Wien gibt sowie die Entstehungsgeschichte der Wiener *Sharing Economy* in den Sparten *Fahrzeug-Sharing* und *Gegenstand-Sharing* zu umreißen. Dabei wird der Fokus auf je drei Beispiele aus den beiden Bereichen gelegt. Ziel ist es, die Entwicklung der zwei Sparten und die der sechs Beispiele herauszuarbeiten. Hier noch einmal zusammenfassend der Kriterienkatalog, welchem die Bestandsaufnahme folgt:

- Vergabe, Inanspruchnahme und Organisation von zeitlich begrenzten Nutzungsrechten für Konsumgüter sowie deren gemeinschaftliche Nutzung
- Gegenstände und/oder Fahrzeuge werden geteilt
- Privatpersonen nutzen die geteilten Güter
- Formelles Teilen
- Untersuchungsraum: Wien
- Endpunkt der Forschung: 31.12.15

5.1 *Fahrzeug-Sharing in Wien*

Aktuell gibt es in Wien verschiedene Formen der gemeinschaftlichen Nutzung von Fahrzeugen. Behandelt wird ausschließlich das formell organisierte *Sharing* von Personennahverkehrsmitteln. Für Wien bedeutet das aktuell vor allem das Teilen von Autos, aber auch von Motorrädern, Mopeds, Fahrrädern und von öffentlichen Verkehrsmitteln, was die gemeinschaftliche Nutzung der Busse, U-Bahnen, Straßen- und Schnellbahnen einschließt. Im Zuge einer Bestandsaufnahme soll nun die Geschichte des *Sharings* dieser Fahrzeuge in der Stadt Wien in den verschiedenen Ausprägungen umrissen werden, bevor drei ausgewählte Beispiele genauer behandelt werden.

5.1.1 Business-to-Consumer-Sharing

An dieser Stelle müssen drei Formen des *Business-to-Consumer-Carsharings* unterschieden werden: Taxigewerbe, traditionelles Mietwagengewerbe und kommerzielles, modernes *Carsharing*. Alle drei Sparten werden von profitorientierten Unternehmen betrieben, die den privaten KundInnen den Zugang zur Nutzung ihrer Fahrzeugflotte gegen eine monetäre Gegenleistung kurzfristig zur Verfügung stellen.

Taxi

Bereits um ca. 1500 begannen private Fuhrwerker, so genannte *Fliegenschützen*, mit dem Geschäft der Personenbeförderung in Wien; sie können als älteste Wiener Lohnwagen und somit als Vorläufer der heutigen Taxis gesehen werden. Ab 1670 wurden für den innerstädtischen Verkehr Fiaker, zweispännige Lohnkutschen, eingesetzt. Außerhalb des Linienwalls oblag die Personenbeförderung den Landkutschern.¹⁶⁶

Ab 1909 gab es in Wien Konzessionen für die sogenannten *Automobilfiaker*, wie Taxis ursprünglich bezeichnet wurden. Von den 6190 Autos, die 1913 auf Wiens Straßen fuhren, waren mehr als ein Viertel, genau 1619, Taxis.¹⁶⁷ In der Zwischenkriegszeit gewannen Taxis weiter an Bedeutung, 2825 waren 1928 in Wien unterwegs. Die 1926 errichteten Autorufsäulen wurden nach dem Zweiten Weltkrieg vom Funktaxi ersetzt. Die Zahl der Autos in Wien reduzierte sich während des Zweiten Weltkriegs enorm und auch die Anzahl der Taxis schwand auf nur mehr rund 400. In der Zweiten Republik stieg die Zahl wieder auf 4316 im Jahr 1996¹⁶⁸ und bis auf 4603 Taxis 2014.¹⁶⁹

2014 startete *Uber* in Wien,¹⁷⁰ was Druck auf die traditionelle Taxibranche ausübte. *Uber* vermittelt Taxifahrten, die auch von Privatpersonen mit ihren eigenen Pkws durchgeführt werden. (Kann also auch dem Peer-to-Peer-Sharing zugerechnet werden.)¹⁷¹ Die *Wirtschaftskammer Wien* sieht durch den Fahrtendienst einen unlauteren Wettbewerb. Für das Taxigewerbe gelten bestimmte Auflagen und Vorschriften, die

¹⁶⁶ Vgl. Felix Czeike, *Historisches Lexikon Wien* in 6 Bänden, Bd. 2 (Wien 2004) 294-329.

¹⁶⁷ Vgl. Felix Czeike, *Historisches Lexikon Wien* in 6 Bänden, Bd. 1 (Wien 2004) 213-215.

¹⁶⁸ Vgl. Felix Czeike, *Historisches Lexikon Wien* in 6 Bänden, Bd. 5 (Wien 2004) 422f.

¹⁶⁹ Vgl. *Fachverband der Beförderungsgewerbe mit PKW-Bundessparte Transport und Verkehr der Wirtschaftskammer Österreich* (Hg.), *Statistik* (Wien 2015), unter https://www.wko.at/Content.Node/branchen/vbg/TransportVerkehr/BefoerderungPKW/Zahlen--Daten---Fakten/StatistikV6-2014_NEU_4.pdf (17.8.16).

¹⁷⁰ Vgl. <https://newsroom.uber.com/?s=Vienna&lang=en> (17.8.16).

¹⁷¹ Vgl. <https://www.uber.com/de-AT/> (6.9.16).

Uber umgeht, so die Kritik.¹⁷² Stand 2015 gibt es darüber hinaus drei Fahrradtaxi-Anbieter in Wien mit insgesamt mehr als 60 Fahrzeugen.¹⁷³

Traditionelle Fahrzeugvermietung

Neben E-Bikes, Rikschas, Gokarts, Oldtimern, Mopeds, Motorrädern, Elektroautos und noch mehr kann man in Wien vor allem herkömmliche Fahrräder und Autos mieten. Der Wiener Autovermietung *Dr. Hartl* wurde bereits 1958 gegründet und ist somit, nach eigenen Angaben, Wiens ältester Autoverleih.¹⁷⁴ Traditionelle Autovermietung erfolgte meistens über tageweise Abrechnung. *EuropCar* begann ab 1995, Autos auch stundenweise in Deutschland, Italien und Frankreich zu verleihen.¹⁷⁵ In Österreich begann dies durch eine Kooperation mit dem *Carsharing*-Anbieter *Easy-Drive*.¹⁷⁶ Stand 2015 gab es in Wien 1179 zugelassene Mietwagen.¹⁷⁷ Den Markt dominieren Autovermietungen wie *Avis*¹⁷⁸, *Sixt*¹⁷⁹, *Europcar*¹⁸⁰, *Hertz*¹⁸¹, *Alamo*¹⁸², *Budget*¹⁸³, *Dr. Hartl*¹⁸⁴, *Buchbinder*¹⁸⁵, *Megadrive*¹⁸⁶, *FunCar*¹⁸⁷ *cash4car*¹⁸⁸, um die größten, der in Wien vertretenen zu nennen. Außerdem verleihen und vermieten Kfz-Werkstätten und Händler Autos vor allem für den Zeitraum einer Reparatur des eigenen Pkws. Als Sonderform der Fahrzeugvermietung ist darüber hinaus auch Fahrzeug-Leasing zu nennen.

¹⁷² Vgl. Presseaussendung der *Wirtschaftskammer Wien* vom 5.4.2016, unter https://www.wko.at/Content.Node/iv/20160405_Chancengleichheit-Taxi-Uber-Mietwagen.pdf (17.8.16).

¹⁷³ Vgl. <http://wien.orf.at/news/stories/2724480/> (20.8.16).

¹⁷⁴ Vgl. <http://drhartl.at/ueber-uns/#top> (20.8.16).

¹⁷⁵ Vgl. *Forschungsgesellschaft Mobilität* (Hg.), *Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr*, 57.

¹⁷⁶ Vgl. Thomas Keller, *Entwicklung und Potential von organisiertem Car-Sharing in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (IVS-Schriften 9, Wien 2000) 142.

¹⁷⁷ Vgl. *Fachverband der Beförderungsgewerbe mit PKW-Bundessparte Transport und Verkehr der Wirtschaftskammer Österreich* (Hg.), *Statistik* (Wien 2015), unter https://www.wko.at/Content.Node/branchen/vbg/TransportVerkehr/BefoerderungPKW/Zahlen--Daten---Fakten/StatistikV6-2014_NEU_4.pdf (17.8.16).

¹⁷⁸ Vgl. <http://www.avis.at/rund-um-avis/mietwagen-stationen/europa/österreich/wien> (24.8.16).

¹⁷⁹ Vgl. <https://www.sixt.at/mietwagen/oesterreich/wien> (24.8.16).

¹⁸⁰ Vgl. <https://www.europcar.at/de> (24.8.16).

¹⁸¹ Vgl. <https://www.hertz.at/rentacar/reservation/> (24.8.16).

¹⁸² Vgl. https://www.alamo.com/content/enterprise_at/de_AT/car-rental/locations/destinations/vienna-austria.html (24.8.16).

¹⁸³ Vgl. <http://www.budget.at/budgetonline/at-de/budget.nsf?Open&ppc301=Y&TID=81242BFA82338A26C12579CF00352544> (24.8.16).

¹⁸⁴ Vgl. <http://drhartl.at> (24.8.16).

¹⁸⁵ Vgl. <http://www.buchbinder-rent-a-car.at/de.html?gclid=CJGg8dPu2c4CFQgq0wodDyUGCw> (24.8.16).

¹⁸⁶ Vgl. <http://www.megadrive.at/megadrive-center/standortliste/> (24.8.16).

¹⁸⁷ Vgl. <http://www.fun-car.at> (24.8.16).

¹⁸⁸ Vgl. <http://www.cash4car.co.at> (24.8.16).

Carsharing

Im Jänner 1992 fand in Graz die Tagung *Auto Teilen – Modelle intelligenter Autonutzung* statt, auf der von der Schweizer *Auto-Teilet-Genossenschaft*, der ältesten europäischen *Carsharing-Organisation*, und von *Stattauto Bremen Carsharing-Modelle* vorgestellt wurden. Daraufhin wurde noch im selben Jahr *AutoTeilen Österreich* für das gesamte Bundesgebiet und *AutoNative* für die Stadt Wien als erste österreichische *Carsharing-Organisationen* gegründet. Während *AutoNative* durch eine *AMS-Förderung* unterstützt wurde, bekam *AutoTeilen Österreich* Fördergelder von der *Stadt Graz*, dem *Land Steiermark* und dem *Verkehrsclub Österreich*. 1993 teilten sich 60 Mitglieder der *AutoNative* in Wien vier Autos, die auf drei Standorte im ersten, dritten und sechsten Bezirk verteilt waren. Aber bereits im Jahr darauf wurden die Fahrzeuge von der Konkurrenz *AutoTeilen Österreich* übernommen. 1996 war *AutoTeilen Österreich* in 16 österreichischen Städten und Gemeinden mit über 50 Fahrzeugen vertreten, in Wien gab es 31 *Carsharing-Standorte*. Auch die Mitgliedszahlen von *AutoTeilen Österreich* stiegen von 72 im Jahr 1993 auf 427 1995.¹⁸⁹

1997 wurde von der *Denzel AG* die *Carsharing-Organisation Easy-Drive* gegründet, die im Folgejahr die KundInnen von *AutoTeilen Österreich* übernahm und das Angebot weiter ausbaute. 1999 zählte *Easy-Drive* zirka 1500 Mitglieder mit mehr als 130 Fahrzeugen auf 100 Standorten.¹⁹⁰ Die *Easy-Drive Car Sharing GmbH* kooperierte mit dem *ÖAMTC*, welcher die Buchungskoordination übernahm.¹⁹¹ Aus *Easy-Drive* wurde *Carsharing.at*, das wiederum 2012 von *Zipcar* übernommen wurde und bis heute (Stand 2015) mit 70 Stationen und 116 Fahrzeugen in Wien vertreten ist.¹⁹²

Stand Dezember 2015 gibt es in Wien fünf Firmen, die sich auch selbst als *Carsharing-Anbieter* bezeichnen und dem modernen *Carsharing*¹⁹³ zugerechnet werden können. Eine Evaluierung der *Stadt Wien* aus dem Jahr 2015 nennt vier *Carsharing-Angebote* für Wien¹⁹⁴, wobei an dieser Stelle auch die Transportervermietung *share me* inkludiert wird, die eine Sonderform darstellt, indem herkömmliche Autovermietung mit Gratis-Verleihung kombiniert wird.¹⁹⁵

¹⁸⁹ Vgl. *Forschungsgesellschaft Mobilität* (Hg.), *Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr*, 32-34.

¹⁹⁰ Vgl. *Keller*, *Entwicklung und Potential von organisiertem Car-Sharing in Deutschland, Österreich und der Schweiz*, 45f.

¹⁹¹ Vgl. ebd., 130.

¹⁹² Vgl. *Stadt Wien MA – Stadtentwicklung und Stadtplanung: Carsharing Wien – Evaluierung* (Wien 2015) online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008470.pdf> (19.8.16).

¹⁹³ Vgl. Kapitel 2.1.2.

¹⁹⁴ Vgl. *Stadt Wien MA – Stadtentwicklung und Stadtplanung: Carsharing Wien – Evaluierung* (Wien 2015) online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008470.pdf> (19.8.16).

¹⁹⁵ Vgl. <http://share-me.at/ueber-uns> (5.12.15).

Tabelle 2: kommerzielle Carsharing-Anbieter 2015

Name	Unternehmen	Gegründet/ verfügbar in Wien seit
car2go ¹⁹⁶	car2go Österreich GmbH bzw. Daimler AG	2011
DriveNow ¹⁹⁷	DriveNow Austria GmbH bzw. Joint Venture der BMW Group und der Sixt SE	2014
Flinkster ¹⁹⁸	Deutsche Bahn AG	2013
share me ¹⁹⁹	KIR Group GmbH	2014
Zipcar ²⁰⁰	Zipcar Austria GmbH bzw. Avis Budget Group Inc.	2012

car2go, das weltweit erste *Carsharing*-Angebot, das stationsunabhängig funktionierte, ist eine Mobilitätsdienstleistung der *Daimler AG*. Dabei kann man Fahrzeuge, die frei über das definierte Geschäftsgebiet verteilt sind, spontan mieten und danach wieder überall in diesem Bereich abstellen, was als *Free-Floating-System* bezeichnet wird. Online kann man die Autos maximal eine Viertelstunde vor der Miete reservieren. Es gibt eine minutengenaue Abrechnung mit verschiedenen Park- und Fahrtarifen und eine Anmeldegebühr für die Mitgliedschaft. Gestartet wurde das Projekt 2009 in Ulm (Deutschland). Stand 2015 gab es *car2go* an 31 Standorten in Europa und Nordamerika. Mit mehr als einer Million KundInnen ist *car2go*, nach eigenen Angaben, gleichzeitig Marktführer und Pionier für stationsunabhängiges *Carsharing*. Neben den klassischen *Smart-Fahrzeugen* werden auch 1650 *Elektro-Smarts* vermietet. (Stand November 2015)²⁰¹ Seit 2011 gab es *car2go* auch in Wien. 2015 standen 690 Smarts, die von rund 85 000 WienerInnen genutzt wurden, zur Verfügung, womit der Standort zu den fünf erfolgreichsten für *car2go* zählt.²⁰²

¹⁹⁶ Vgl. <https://www.Car2go.com/de/wien/presse> (5.12.15).

¹⁹⁷ Vgl. <https://at.drive-now.com/#!/presse/daten-und-fakten> (5.12.15).

¹⁹⁸ Vgl. <http://www.flinkster.at/> (5.12.15).

¹⁹⁹ Vgl. <http://share-me.at/ueber-uns> (5.12.15).

²⁰⁰ Vgl. <http://www.Zipcar.at/about> (5.12.15).

²⁰¹ Vgl. One Pager *Car2go*, Stand November 2015, online unter https://www.Car2go.com/common/data/locations/europe/deutschland/pr_bereich/One_Pager_Car2go_November_2015_de.pdf (19.12.15).

²⁰² Vgl. Carsharing: Ja, aber nur im Zentrum. In: Die Presse, 7.1.16, online unter http://diepresse.com/home/panorama/wien/4899837/Carsharing_Ja-aber-nur-im-Zentrum (10.1.16).

Der *Carsharing*-Anbieter *DriveNow* ist ein Gemeinschaftsunternehmen der *BMW Group* und der *Sixt SE* und startete 2011 in München.²⁰³ 2015 gab es das *Carsharing-Angebot* in neun europäischen Städten. Das Konzept setzt auf Fahrzeuge von *BMW* und *MINI*, neben herkömmlichen Autos kann man auch Elektroautos mieten. Das *Sharing* geschieht ebenfalls nach dem *Free-Floating-Prinzip*. Der Mietvorgang erfolgt spontan über eine App oder über die Homepage.²⁰⁴ Nach einer Anmeldegebühr für die Mitgliedschaft wird nach Minuten abgerechnet, wobei die Minutenpreise nach Mietmodell, Tageszeit und Datum variieren können.²⁰⁵ In Wien startete *DriveNow* mit 400 Fahrzeugen im Oktober 2014 und freute sich ein Jahr später über 45 000 nutzende WienerInnen. Seit Beginn gab es eine Kooperation mit den *Wiener Linien* und im Mai 2015 wurde der *Carsharing-Anbieter* in die *WienMobil-Karte* integriert, was Zugangs- und Bezahlmöglichkeiten von verschiedenen Wiener MobilitätspartnerInnen in einer Karte vereint.²⁰⁶

Zipcar wurde im Jahr 2000 in den USA gegründet und ist seit 2006 auf dem europäischen Markt aktiv. Der seit 2012 in Wien vertretene, weltweit führende *Carsharing-Anbieter* wurde 2013 eine Tochtergesellschaft der *Avis Budget Group, Inc.*²⁰⁷ Anders als *DriveNow* und *car2go* verfolgt *Zipcar* ein standortgebundenes Konzept. Das bedeutet, dass es fixe Abhol- und Rückgabestationen gibt. Das Finden dieser Stationen und das Mieten der Autos funktioniert ebenfalls mittels App oder über die Homepage. Abgerechnet wird stunden- oder tageweise, wobei eine Mitgliedschaft abzuschließen ist, die monatlich oder jährlich bezahlt wird.²⁰⁸ Im Sommer 2012 wurde die österreichische *Carsharing-Organisation carsharing.at* von *Zipcar* übernommen.²⁰⁹ Die Zusammenarbeit mit den *ÖBB* setzte *Zipcar* fort. Zum Zeitpunkt der Übernahme verfügte *carsharing.at* über ca. 200 Fahrzeuge in verschiedenen österreichischen

²⁰³ Vgl. Pressemitteilung *DriveNow*, Juni 2011, online unter https://prod.drive-now-content.com/fileadmin/user_upload_de/12_Presse/Pressemitteilungen_PDF/Deutsch/2011/2011.06.09-Launch-DriveNow.pdf (19.12.15).

²⁰⁴ Vgl. Pressemitteilung *DriveNow*, Jänner 2016, online unter https://prod.drive-now-content.com/stage/fileadmin/user_upload_at/12_Presse/Pressemitteilungen_PDF/Deutsch/2016/2016.01.14_DriveNow_Jahresbilanz_2015.pdf (21.1.16).

²⁰⁵ Vgl. <https://at.drive-now.com/#!/sogehts> (19.12.15).

²⁰⁶ Vgl. Pressemitteilung *DriveNow*, Oktober 2015, online unter https://prod.drive-now-content.com/stage/fileadmin/user_upload_at/12_Presse/Pressemitteilungen_PDF/Deutsch/2015/2015.10.19_DriveNow_1_Jahr_Wien.pdf (19.12.15).

²⁰⁷ Vgl. <http://www.theverge.com/2014/4/1/5553910/driven-how-Zipcars-founders-built-and-lost-a-Car-Sharing-empire> (21.12.15).

²⁰⁸ Vgl. <http://www.Zipcar.com/press/overview> (19.12.15).

²⁰⁹ Vgl. Zipcar will Carsharing-Angebot in Österreich erweitern, In: DerStandard, 22.5.14, online unter <http://derstandard.at/2000001464660/Zipcar-will-Carsharing-Angebot-in-Oesterreich-erweitern> (20.12.15).

Städten und über 10 000 KundInnen.²¹⁰ Konkret waren in Wien rund 100 Autos an 66 Standorten vorhanden, die von etwa 7 000 WienerInnen genutzt wurden.²¹¹ Die Flotte wurde von *Zipcar* auf 133 Fahrzeuge an 82 Standorten aufgestockt. Die *Stadt Wien* unterstützte die *Carsharing-Organisation*, indem sie ihr öffentliche Parkplätze für drei Jahre gratis zur Verfügung stellte.²¹²

Flinkster ist ein *Carsharing-Konzept* der *Deutschen Bahn* und startete 2001 in Berlin. Das Konzept konzentriert sich auf die Verknüpfung von Schiene und Straße.²¹³ In den letzten Jahren wurde *Flinkster* deutschlandweit ausgebaut und auf Österreich, die Schweiz, die Niederlande und Italien ausgeweitet.²¹⁴ Seit 2013 gab es den *Carsharing-Anbieter* auch in Wien. Das Angebot umfasste hier 55 Autos an 32 Standorten, die von etwas mehr als 1 000 KundInnen genutzt wurden.²¹⁵ Das Konzept ist ein standortabhängiges, die NutzerInnen können mittels App Standorte suchen und Fahrzeuge reservieren. Zur Verfügung stehen herkömmliche Fahrzeuge und Elektroautos. Nach der Anmeldung inklusive Anmeldegebühr wird nach Stunden oder Tagen abgerechnet.²¹⁶ *Flinkster* kündigte Ende 2015 das Ende seines Angebots in Wien an. Aus „wirtschaftlichen Gründen“ müsse man sich zurückziehen und mit Ende März 2016 werde es keine *Flinkster-Fahrzeuge* mehr zu mieten geben.²¹⁷

share me wurde 2014 gegründet und ist einerseits eine klassische Autovermietung, die Kleintransporter im Sortiment hat. Andererseits hat *share me* ein *Free-Mobility-Konzept* integriert. Das bedeutet, dass die Firma einen Teil der Ressourcen gratis verleiht. Pro Miete teilen die MieterInnen eine Stunde *Free Mobility* in ein Projekt ihrer Wahl. Dies bedeutet, dass man aus verschiedenen Projekten rund um Wiener Künstler und Unternehmer, die eine Kooperation mit *share me* eingegangen sind, eines aussuchen kann, das man mit gratis Mobilität unterstützen möchte. *share me* stellt den unterstützten PartnerInnen dann stundenweise gratis die Fahrzeuge zur

²¹⁰ Vgl. http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120711_OTS0106 (19.12.15).

²¹¹ Vgl. <http://www.vienna.at/Carsharing-wien-Zipcar-baut-flotte-und-standorte-aus/3362311> (21.12.15).

²¹² Vgl. <http://wien.orf.at/news/stories/2595308/> (21.12.15).

²¹³ Vgl. Presseinformation *Deutsche Bahn*, 17.11.11, online unter https://www.flinkster.de/fileadmin/www.flinkster.de/redaktion/images/PDF/Presseinfo_Berlin_10_Jahre_CarSharing_01.pdf (21.12.15).

²¹⁴ Vgl. <https://www.flinkster.de/index.php?id=startseite> (21.12.15).

²¹⁵ Vgl. <http://wien.orf.at/news/stories/2750665/> (8.1.16).

²¹⁶ Vgl.

https://www.flinkster.de/fileadmin/www.flinkster.at/Drucksachen__Flyer_/20140630_Flinkster_OEsterreich_web.pdf (21.12.15).

²¹⁷ Vgl. <http://www.flinkster.at/> (21.12.15).

Verfügung.²¹⁸

Hinter der Autovermietung steht die *KIR Group GmbH*²¹⁹, die bereits seit 2012 Transporter vermietet.²²⁰ (siehe Kapitel 5.1.4)

Eine spezielle Variante der Fahrradvermietung, die ebenfalls dem modernen *Fahrzeug-Sharing* zugeordnet werden kann, ist der *Kids-Bike-Sharing-Club* des Fahrradgeschäfts *Bikes+Vienna*. Gegen eine einmalige Anmeldegebühr und einem jährlichen Mitgliedsbeitrag wird Kindern bis zum Alter von 13 Jahren immer ein jeweils ihrer Größe angepasstes Fahrrad zur Verfügung gestellt sowie das Service dessen übernommen.²²¹ Das Angebot gibt es seit 2014.²²²

5.1.2 Öffentliche Angebote der Stadt Wien

Heute wird der öffentliche Nahverkehr Wiens von den *ÖBB*²²³ (Schnellbahn) und von den *Wiener Linien*²²⁴ (U-Bahn, Straßenbahn, Autobus) betrieben.

Die Stellwägen aus dem 18. Jahrhundert können als Beginn der Geschichte des öffentlichen Nahverkehrs betrachtet werden. Die von privaten Fuhrwerksunternehmern betriebenen Wägen gab es ab zirka 1730 und sie galten lange, bis zur Einführung der Pferdetramway, als einziges Massenverkehrsmittel in der Stadt. Im Gegensatz zu Lohnwägen und Landkutschen fuhren die Stellwägen nach fixen Routen, bestimmten Fahrplänen und zu festgelegten Tarifen. 1842 gab es 70 Lizenznehmer in Wien. Den ebenfalls schienenungebundenen Pferdeomnibus gab es ab 1842.²²⁵

1837 fuhr die erste Eisenbahn durch Wien²²⁶ und ab 1865 wurde eine Pferdetramwaylinie zwischen Schottenring und Hernals eingerichtet. Knappe 20 Jahre später, 1883, kam auch die erste dampfbetriebene und 1897 die erste elektrische Straßenbahnlinie zum Einsatz. In der Kommunalisierungsphase unter Bürger-

²¹⁸ Vgl. <http://share-me.at/ueber-uns/> (21.12.15).

²¹⁹ Vgl. <http://share-me.at/impressum/> (21.12.15).

²²⁰ Vgl. <https://firmen.wko.at/Web/DetailsInfos.aspx?FirmaID=77c5a4b6-dfe7-4bce-abf3-7daeb9ac14c4&StandortID=0&Suchbegriff=kir+group&Page=1> (24.8.16).

²²¹ Vgl. <http://www.bikesplus.at/Kids-Bike-Sharing> (25.9.16).

²²² Vgl. <http://kurier.at/meinung/blogs/lebensnah/bikesvienna-bietet-kinderfahrrad-sharing/54.699.850> (25.9.16).

²²³ Vgl. <http://www.oebb.at/de/entdecken/s-bahn-wien-noe-bgld> (3.10.16).

²²⁴ Vgl. <http://www.wienerlinien.at/eportal3/> (3.10.16).

²²⁵ Vgl. Czeike, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 5, 332f.

²²⁶ Vgl. Czeike, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 2, 150.

meister Lueger wurden 1903 schließlich die meisten Straßenbahnlinien von der *Stadt Wien* übernommen. 1907 wurde zum ersten Mal eine Motorbuslinie eingesetzt.²²⁷

Am Ende des 19. Jahrhunderts, zwischen 1892 und 1901, kam es zum Bau der Wiener Stadtbahn, deren Planung bis in das Jahr 1852 zurückreicht. Die *Gürtellinie* verlief von Meidling Hauptstraße den Gürtel entlang (heutige U6-Strecke) bis nach Heiligenstadt und die *Vorortelinie* führte von Penzing bis Heiligenstadt. Die *Wientallinie* verband Hütteldorf mit Wien Mitte entlang des Wienflusses und die in Wien Mitte anschließende *Donaukanallinie* fuhr bis Heiligenstadt (Streckenverlauf der heutigen U4). Otto Wagner übernahm die architektonische Planung.²²⁸

Die Idee einer *autogerechten Stadt* kam in den Nachkriegsjahren auf und dominierte die 50er und 60er. Die Forcierung der öffentlichen Verkehrsmittel, die vor allem auch während der Zwischenkriegszeit erfolgte, wurde nach dem Zweiten Weltkrieg nicht fortgesetzt. Das Auto galt als Statussymbol und die Ansicht, dass nur Arme mit den Bussen und Straßenbahnen fahren würden, war verbreitet. Das Luxusgut Auto wurde ab den 50ern für viele WienerInnen ein leistbares Fortbewegungsmittel. Der stetig steigende Individualverkehr, verbunden mit der steigenden Bedeutung des Autos als Statussymbol, bewirkte eine Rückentwicklung des öffentlichen Nahverkehrs bei gleichzeitigem Ausbau des Wiener Straßennetzes. Während 1947 Straßenbahnen und Autobusse zusammen 648,7 Millionen Fahrgäste beförderten, so sank die Zahl 1954 auf 553,6 Millionen, 1960 wurden nur mehr 504,4 Millionen Fahrgäste transportiert und 1974 sogar nur mehr 395,4 Millionen.²²⁹

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurde die Stadtbahn nach und nach zur U-Bahn und Schnellbahn umgebaut. Seit 1962 gab es die Wiener Schnellbahn auf der Strecke Meidling-Floridsdorf. Bis in die 80er wurde das Schnellbahnnetz Wiens auf neun Linien ausgebaut. Aktuell befördern die Schnellbahnen in etwa 300 000 WienerInnen täglich.²³⁰

1968 kam es im Wiener Gemeinderat zum Grundsatzbeschluss des U-Bahn-Baus unter Einbeziehung der Stadtbahntrasse.²³¹ Zehn Jahre später startete schließlich die erste U-Bahn-Linie zwischen Karlsplatz und Reumannplatz. Durch den Bau der U-

²²⁷ Vgl. *Wiener Linien*, Unternehmensinfo. Alles über uns. Betriebsangaben 2012, unter https://www.wienerlinien.at/media/files/2014/betriebsangaben_2012_95106.pdf (16.8.16).

²²⁸ Vgl. Czeike, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 5, 284f.

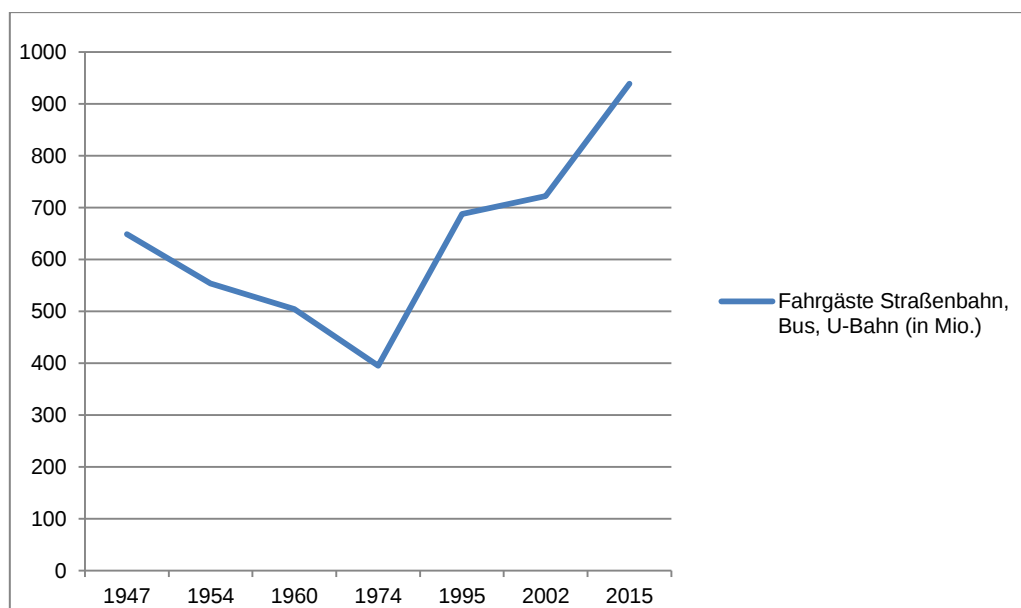
²²⁹ Vgl. Florian Massiczek, Nächster Halt Wien! Wiener Stadtentwicklung und öffentlicher Verkehr ab 1945 (Dipl. Arb., Wien 2013) 22-72.

²³⁰ Vgl. <http://blog.oebb.at/die-s-bahn-rollt-und-rollt-und/> (26.9.16).

²³¹ Vgl. Czeike, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 5, 495.

Bahn setzte eine Trendwende zugunsten des öffentlichen Verkehrs ein.²³² Bis 1995 stieg die Anzahl der Fahrgäste wieder auf 687,5 Millionen an.²³³ 2002 wurden 722,4 Millionen²³⁴ und 2015 sogar 939,1 Millionen Fahrgäste im Wiener öffentlichen Nahverkehr befördert (exklusive Zug und Schnellbahn).²³⁵

Abbildung 1: Fahrgastentwicklung Wiener Linien



Seit einigen Jahren gibt es in Wien auch ein *Bike-Sharing-Konzept*, welches von der Stadtseite ermöglicht und initialisiert wurde.

Das Projekt *Gratisstadtrad* wurde im Mai 2001 von der SPÖ und den Grünen in Wien beschlossen. Bereits 1999 wurde es im *Klimaschutzprogramm* der Stadt als wichtige Maßnahme für die Verbesserung des Verkehrs angeführt. 2002 begann der Verein *Viennabike* mit der Umsetzung. Das Projekt wurde von der *Stadt Wien* mit 1,2 Millionen Euro subventioniert. Nach einigen Problemen (z.B. Vandalismus) wurden die *Viennabikes* 2003 durch die vom Werbeunternehmen *GEWISTA* betriebenen *Citybikes*, die es bis heute gibt und die zum fixen Bestandteil des Stadtverkehrs geworden sind, ersetzt.²³⁶

²³² Vgl. Florian Massiczek, *Nächster Halt Wien! Wiener Stadtentwicklung und öffentlicher Verkehr ab 1945* (Dipl. Arb., Wien 2013) 22-72.

²³³ Exklusive Schnellbahn und Zug; Vgl. http://www.wienerlinien.at/media/files/2016/fahrgastzahlen_173726.pdf (25.9.16).

²³⁴ Exklusive Schnellbahn und Zug; Vgl. *Wiener Linien*: Unternehmensinfo. Alles über uns. Betriebsangaben 2012, online unter https://www.wienerlinien.at/media/files/2014/betriebsangaben_2012_95106.pdf (16.8.16).

²³⁵ Exklusive Schnellbahn und Zug; Vgl. *Wiener Linien*: Zahlen Daten Fakten, 2015, online unter https://www.wienerlinien.at/media/files/2016/betriebsangaben_2015_178355.pdf (16.8.16).

²³⁶ Vgl. <http://www.wien.gv.at/verkehr/radfahren/service/citybike.html> (29.7.16).

Die Nutzung der *Citybikes* setzt eine Anmeldung mittels Bankomat- oder Kreditkarte voraus, bei der eine einmalige Gebühr von einem Euro anfällt. Die erste Stunde jeder Fahrt ist gratis. Nach 15 Minuten Pause kann man erneut eine Stunde kostenlos fahren. Wenn man das Rad länger als eine Stunde (bis zu 120 Stunden) in Verwendung hat, zahlt man ein bis vier Euro pro angefangene Stunde. Die *Citybikes* sind jedoch als Ergänzung zu öffentlichen Verkehrsmitteln und nicht für die Nutzung über einen längeren Zeitraum vorgesehen, weshalb man meistens mit der Gratisstunde auskommen sollte. *Citybike* verzeichnet ein ständiges Wachstum hinsichtlich Angebot und Nachfrage. Stand 2015 gibt es 121 Stationen mit 3 097 Radboxen, die den WienerInnen 1 500 Räder zur Verfügung stellen. Mit über einer Million Fahrten und mehr als 100 000 Neuanmeldungen stellte 2015 auch hinsichtlich der Nachfrage ein Rekordjahr dar. Auch in den Jahren davor schaffte es *Citybike*, sich hinsichtlich Angebot und Nachfrage jährlich zu steigern, 2014 konnte bei der Nachfrage sogar ein Plus von 24 % gegenüber 2013 verzeichnet werden.²³⁷

Im *Bike-Sharing-Bereich* kann in Wien somit ein Aufwärtstrend nachgewiesen werden.

5.1.3 Peer-to-Peer-Sharing

Peer-to-Peer-Sharing als Kernstück der *Sharing Economy* wird laut Gerd Scholl et al. in drei Kategorien nach Nutzungsmodus unterteilt: Vermieten (monetäre Gegenleistung), Verleihen (keine monetäre Gegenleistung) und Co-Using, womit Formen der gleichzeitige Nutzung von Ressourcen gemeint sind. (s.o.)²³⁸ Die Organisation des *Peer-to-Peer-Sharings* kann dabei auch von einer Firma oder einem Verein organisiert werden.

Vermieten

Im Bereich der Peer-to-Peer-Fahrzeug-Vermietung konnten für Wien insgesamt fünf Beispiele und ein gescheitertes ausgemacht werden.

²³⁷ Vgl. <https://citybikewien.at/de/ueber-citybike/presse> (29.7.16).

²³⁸ Vgl. Scholl, Behrendt, Flick, Gossen, Henseling, Richter, Peer-to-Peer-Sharing, 11f.

Tabelle 3: Peer-to-Peer-Fahrzeug-Vermietung

Name	Gegründet/verfügbar in Wien seit
Autoshare ²³⁹	2012-2013
carsharing24/7 ²⁴⁰	2012
Caruso ²⁴¹	2012
Elfride ²⁴²	2013
list-n-ride ²⁴³	2015

2012 startete *autoshare.at* als erste österreichische Plattform, die *Peer-to-Peer-Car-sharing* vermittelte. Das Wiener Startup ermöglichte das Vermieten und Mieten privater Fahrzeuge gegen eine Servicegebühr von 9,50 € pro Miettag, die den MieterInnen verrechnet wurde. *Autoshare* schaffte es, eine Vollkasko-Zusatzversicherung zu integrieren. Die NutzerInnen konnten sich auf der Plattform gegenseitig bewerten.²⁴⁴ Allerdings verschwand der Online-Dienst bereits 2013 wieder von der Bildfläche.²⁴⁵

Ab 2010 baute die *Allmenda Social-Business-Genossenschaft* mit der Unterstützung des österreichischen Verkehrsministeriums das *Carsharing-Projekt Caruso* auf. Die Testphase, die in sechs Bundesländern Österreichs, dem italienischen Trentino und dem tschechischen Brunn mit 46 Autos vonstattenging, dauerte zwei Jahre. Nach dieser Testungs- und Weiterentwicklungsphase begann *Caruso* 2012 mit der österreichweiten Expansion. 2014 existierten sechs *Caruso-Carsharing-Gruppen* am Standort Wien. Zielgruppe von *Caruso* sind Privatteile, die ihre Fixkosten teilen möchten und nicht profitorientiert handeln.²⁴⁶

Aktuell unterstützt *Caruso* private Gruppen mittels der Plattform bei individuellen *Carsharing-Projekten* und bietet zusätzlich *Carsharing* mit eigenen Fahrzeugen in Vorarlberg an, bei welchem ausschließlich Elektroautos eingesetzt werden.²⁴⁷

²³⁹ Vgl. „Autoshare: Eigenen Wagen an andere vermieten“, In: futurezone ,05.06.12, online unter <https://futurezone.at/digital-life/autoshare-eigenen-wagen-an-andere-vermieten/24.574.360> (13.9.16).

²⁴⁰ Vgl. <https://Carsharing247.com/presse/> (22.12.15).

²⁴¹ Vgl. <http://www.carusocarsharing.com> (13.9.16).

²⁴² Vgl. <http://elfride.eu/hard-facts/faq/> (13.9.16).

²⁴³ Vgl. <http://listnride.com/de/impress> (19.8.16).

²⁴⁴ Vgl. „Autoshare: Eigenen Wagen an andere vermieten“, In: futurezone ,05.06.12, online unter <https://futurezone.at/digital-life/autoshare-eigenen-wagen-an-andere-vermieten/24.574.360> (13.9.16).

²⁴⁵ Vgl. „Hartes Match am Carsharing-Markt“. In: Wirtschaftsblatt, 20.12.2013, online unter http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/dossiers/green_economy/1509871/Hartes-Match-am-CarsharingMarkt (13.9.16).

²⁴⁶ Vgl. <http://www.carusocarsharing.com/presse/> (13.9.16).

²⁴⁷ Vgl. <http://www.carusocarsharing.com> (13.9.16).

2013 startete der Verein *Elfride – Verein für nachhaltige Mobilität und Carsharing* in Wien mit einer *Peer-to-Peer-Carsharing-Initiative*. Gegen einen jährlichen Mitgliedsbeitrag von 60 Euro wird man Teil der *Sharing-Community*. Der einzelne Mietvorgang kostet 1,40 Euro pro Stunde oder 30 Euro für einen Tag.²⁴⁸ Die Autos stehen in einer öffentlichen Garage und werden online über die Plattform gemietet. Die Schlüssel sind in einer Schlüsselbox, die mittels Code zugänglich ist, hinterlegt. 2015 erhielt die Initiative den *VCÖ-Mobilitätspreis*.²⁴⁹ Das Konzept funktioniert nicht profitorientiert und verfolgt ideelle Ziele wie das Erreichen einer nachhaltigen Mobilität.²⁵⁰

Mit *carsharing24/7* gibt es einen Online-Dienst, der privates *Carsharing* professionell vermittelt. Auf der österreichischen Plattform, die seit 2012 aktiv ist, können sich Peers vernetzen und einander ihre Privatfahrzeuge vermieten beziehungsweise mieten. Das Matching funktioniert mittels Homepage oder App. Die Kontakte für diese *Peer-to-Peer-Autovermietung* werden über die Internetseite hergestellt, den Preis machen sich die NutzerInnen mit den BesitzerInnen selbst aus. Hinter *carsharing24/7* steht die *IBIOLA Mobility Solutions GmbH*, das Service ist für die NutzerInnen jedoch völlig gratis. Durch die kostenlose Registrierung auf der Plattform wird man Teil einer *Sharing-Community*.²⁵¹ (Siehe Kapitel 5.1.4)

Seit 2015 ist auch die deutsche *Peer-to-Peer-Bike-Sharing-Plattform list-n-ride* in Wien verfügbar. Fahrrad-BesitzerInnen können sich durch die Vermietung ihrer Räder Geld dazu verdienen und die MieterInnen haben den Vorteil von Flexibilität und Wahlfreiheit. Hinter der Plattform steht die 2014 gegründete Berliner Firma *List and Ride UG*, die seit 2015 in Deutschland, Österreich und der Schweiz FahrradfahrerInnen miteinander vernetzt und das *Sharing* vermittelt.²⁵² *list-n-ride* verrechnet für das Zustandekommen einer Vermittlung eine Gebühr an den Vermieter/die Vermieterin.²⁵³

²⁴⁸ Vgl. <http://elfride.eu/preisliste-downloads/> (13.9.16).

²⁴⁹ Vgl. <http://elfride.eu/hard-facts/faq/> (13.9.16).

²⁵⁰ Vgl. Statuten des Vereins „Elfride - Verein für nachhaltige Mobilität und Carsharing“, online unter http://elfride.eu/wp-content/uploads/2013/09/Elfride_Statuten_v1.1_130316_ZVR621941224.pdf (13.9.16).

²⁵¹ Vgl. <https://Carsharing247.com/presse/> (22.12.15).

²⁵² Vgl. Pressemappe *list-n-ride*, März 2016, online unter <http://listnride.com/de/press> (19.8.16).

²⁵³ Vgl. <http://listnride.com/de/impress> (19.8.16).

Verleihen

Im Bereich des Verleihs von Fahrzeugen dominieren private, informelle Aktivitäten, da man Fahrzeuge eher weniger gratis an Fremde verleiht. Allerdings gibt es einen Fahrradverleih in Wien. Die verleihenden Peers sind in diesem Fall allerdings als Kollektiv organisiert. Das 2010²⁵⁴ gegründete *LastenRadKollektiv* ist als Verein organisiert,²⁵⁵ besorgt und baut Lastenfahrräder und Radanhänger und teilt diese mit anderen gegen eine freiwillige Spende. Die Fahrräder werden nicht als Privatbesitz einzelner Personen verstanden. Reparaturen und Neuanschaffungen werden von den Spenden und von Förderungen bezahlt. Die BetreiberInnen des Kollektivs organisieren das Verleihen und kümmern sich um die Instandhaltung. Ziele sind die Unabhängigkeit von Autos und Lkws für die Stadt, Mobilität und Umweltschutz.²⁵⁶ (siehe Kapitel 5.1.4)

Co-Using

Mit einem durchschnittlichen Besetzungsgrad von 1,2 Personen pro Auto liegt Österreich im westeuropäischen Durchschnitt zurück.²⁵⁷

Infolge der Ölkrisen der 1970er stiegen die Benzinpreise und es kam 1974 zur Verordnung eines autofreien Tages pro Woche.²⁵⁸ Dadurch gewann in den 1970ern der Zusammenschluss von PendlerInnen und UrlauberInnen zu einer Fahrgemeinschaft zunehmend an Bedeutung.²⁵⁹

Heute werden Fahrgemeinschaften allerdings vor allem über das Internet organisiert, was das Mitfahren bei völlig Fremden erleichtert. Prinzipiell können durch das Internet alle weltweit online organisierten Fahrgemeinschaften auch in Wien genutzt werden. Neben unzähligen informellen Fahrgemeinschaften oder über *Facebook* und andere soziale Netzwerke organisiertem Mitfahren werden in Wien Stand 2015 vor allem die folgenden acht dezidierten *Carsharing-Plattformen* verwendet, die das Bilden von Fahrgemeinschaften zwischen Fremden ermöglichen.

²⁵⁴ Vgl. <http://www.lastenradkollektiv.at/blog/> (11.2.16).

²⁵⁵ Vgl. <http://www.lastenradkollektiv.at/kontakt/> (11.2.16).

²⁵⁶ Vgl. <http://www.lastenradkollektiv.at/texte/> (11.2.16).

²⁵⁷ Vgl. Elmar Fürst, Kurt Leander, Potential, Möglichkeit und Voraussetzungen für die Errichtung einer Plattform zur Bildung längerfristiger Fahrgemeinschaften. Eine Erhebung in Wien und Umgebung. In: Heike Proff (Hg.), Radikale Innovationen in der Mobilität. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte (Wiesbaden 2014) 413-427.

²⁵⁸ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, S. 208 und 239.

²⁵⁹ Vgl. Ö1 Mittagsjournal vom 4.8.1979, Tonband auf Kern, Österreichische Mediathek, online unter <http://www.journale.at/treffer/atom/0B0BCCDB-0C3-00012-00000554-0B0B46DB/band/63934> (30.8.16).

Tabelle 4: Vermittlungen für Fahrgemeinschaften 2015

Name	Verfügbarkeit	Träger
<i>mitfahrgelegenheit.at</i> ²⁶⁰	2008-2015	Carpooling.com GmbH
<i>BlaBlaCar</i> ²⁶¹	seit 2006	<i>BlaBlaCar</i>
<i>flinc</i> ²⁶²	seit 2011	flinc GmbH
<i>Karzoo</i> ²⁶³	seit 2007	<i>H2a</i>
<i>Carpoolworld.com</i> ²⁶⁴	seit 2000	<i>Datasphere Corp.</i>
<i>Mitfahrangebot.at</i> ²⁶⁵	seit 2010	Alessandro LaMicela
<i>compano</i> ²⁶⁶	2006-2015	Verkehrsverbund Ost-Region (VOR) GmbH
<i>carsharing24/7</i> ²⁶⁷	seit 2013	IBIOLA Mobility Solutions GmbH

Im Sommer 2008 startete in Österreich die Online-Mitfahrzentrale *mitfahrgelegenheit.at* als Ableger von *mitfahrgelegenheit.de*, Deutschlands größter Online-Plattform zur kostenlosen Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten, welche bereits 2001 gegründet wurde. Beide gehörten bis 2015 zu *Carpooling.com*. Fahrgemeinschaften konnten sich online zusammenschließen und gegenseitig bewerten. Mit der Registrierung wurde man Teil einer *Sharing-Community*.²⁶⁸ *mitfahrgelegenheit.at* wurde im April 2015 von *BlaBlaCar* übernommen.²⁶⁹ Die Online-Fahrgemeinschaftsvermittlung *BlaBlaCar* wurde 2006 in Paris gegründet und ist seit 2013 in Deutschland vertreten. Im April 2015 übernahm *BlaBlaCar* die Firma *Carpooling.com* und mit ihr die dazugehörigen Anbieter *mitfahrgelegenheit.de* und *mitfahrzentrale.de* sowie als Teil davon auch *mitfahrgelegenheit.at*.²⁷⁰ Die mittlerweile weltweit größte Mitfahr-Community für Langstrecken organisiert sich mittels App oder Homepage.²⁷¹ *BlaBlaCar* ermöglicht das Matching und Reservieren von europaweiten Mitfahrgelegenheiten

²⁶⁰ Vgl. <http://www.mitfahrgelegenheit.at/> (7.12.15).

²⁶¹ Vgl. <https://www.blablacar.de/news/ueber-uns> (7.12.15).

²⁶² Vgl. <http://presse.flinc.org/> (5.12.15).

²⁶³ Vgl. <http://www.karzoo.at/de/startseite> (7.12.15).

²⁶⁴ Vgl. <https://www.Carpoolworld.com/about.html> (7.12.15).

²⁶⁵ Vgl. <http://www.mitfahrangebot.at> (7.12.15) und https://www.facebook.com/Mitfahrangebotnet-114690155274569/about/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info (24.8.16).

²⁶⁶ Vgl. <http://compano.wigeogis.com/> (5.12.15) und <http://cdn2.vol.at/2009/05/compano.pdf> (6.8.16).

²⁶⁷ Vgl. Presseaussendung *Carsharing24/7* vom 9.7.13, online unter <https://Carsharing247.com/presseaussendungen/> (22.12.15).

²⁶⁸ Vgl. <http://www.mitfahrgelegenheit.at/news/viewNews/19> (22.12.15).

²⁶⁹ Vgl. <http://www.mitfahrgelegenheit.at/news/viewNews/1100> (22.12.15).

²⁷⁰ Vgl. Factsheet *BlaBlaCar*, online unter https://d2hqsaoq1cfj21.cloudfront.net/blogstatics/files/DE/PM/Factsheet_BlaBlaCar_Deutschland_Januar2016.pdf (22.12.15).

²⁷¹ Vgl. https://d2hqsaoq1cfj21.cloudfront.net/blogstatics/files/DE/PM/BlaBlaCar_Mitfahrkonzept_Januar_2016.pdf (22.12.15).

gegen eine Provision, die vom Fahrzeuganbieter/von der Fahrzeuganbieterin zu zahlen ist.²⁷²

Die Handy-App *flinc* der *flinc GmbH* ermöglicht spontane Fahrgemeinschaften unter Privatpersonen. NutzerInnen legen eine Fahrt oder eine Mitfahrt an und die App koordiniert Angebot und Nachfrage. *Flinc* vermittelt dabei die Nutzenden nicht nur am Start- und Zielort, sondern auch auf der Strecke. Die NutzerInnen können sich gegenseitig bewerten. Deutschlandweit startete das Konzept 2011 und seit 2012 gibt es eine Kooperation mit *DriveNow*, die ermöglicht, dass *DriveNow-FahrerInnen* ihre Fahrten direkt bei *flinc* anbieten.²⁷³ Die Registrierung und Nutzung von *flinc* ist kostenlos.²⁷⁴ Die App funktioniert europaweit und wird auch in Wien verwendet.²⁷⁵ *Karzoo* ist eine Online-Plattform, die europaweite Mitfahrgelegenheiten vermittelt. Auch WienerInnen nutzen sie, um sich Fahrgemeinschaften auszumachen. Die Nutzung des Dienstes der Kommunikationsagentur *h2a* ist gratis.²⁷⁶ Kreiert wurde das Konzept 2007.²⁷⁷ Auch die Vermittlungsplattform *Mitfahrangebot.at* ist völlig kostenlos²⁷⁸ und wurde 2010 gegründet.²⁷⁹ Auf *Carpoolworld.com* kann man weltweite Mitfahrgelegenheiten anbieten und finden. Die Plattform wurde im Jahr 2000 in den USA gegründet und wird auch in Wien genutzt. Der Dienst kostet nichts.²⁸⁰ Seit Juli 2013 werden auch Mitfahrgelegenheiten über *carsharing24/7* vermittelt.²⁸¹

5.1.4 Beispiele

Im Zuge der Forschung wurden drei Beispiele aus dem Bereich des Wiener *Fahrzeug-Sharings* ausgewählt, welche im Folgenden näher beleuchtet werden. Dazu wurden Interviews mit Stefan Gauerke, dem Gründer und Geschäftsführer von *share me*, Ruth Juric-Reithofer, einer langjährigen Mitarbeiterin von *carsharing24/7*, und einem Gründungsmitglied des *LastenRadKollektivs* geführt. Die drei Beispiele pas-

²⁷² Vgl. <https://www.blablaCar.de/news/allgemeine-geschaeftsbedingungen> (22.12.15).

²⁷³ Vgl. http://blog.flinc.org/presse/files/2013/12/131204_flinc-Allgemeine-Informationen.pdf (11.12.15).

²⁷⁴ Vgl. <https://flinc.org/terms> (11.12.15).

²⁷⁵ Vgl. <https://flinc.org/mitfahrgelegenheit/vienna?referer=vienna> (11.12.15).

²⁷⁶ Vgl. <http://www.karzoo.at/de/ueber-karzoo/faq#40> (11.12.15).

²⁷⁷ Vgl. <http://www.h2a.lu/fr/projets/karzoo> (11.12.15).

²⁷⁸ Vgl. <http://www.mitfahrangebot.at/news/fragen-antworten/> (11.12.15).

²⁷⁹ Vgl. https://www.facebook.com/Mitfahrangebotnet-114690155274569/info?tab=page_info (11.12.15).

²⁸⁰ Vgl. <http://www.carpoolworld.com/about.html> (11.12.15).

²⁸¹ Vgl. Presseaussendung *Carsharing24/7* vom 9.7.13, <https://Carsharing247.com/presseaussendungen/> (22.12.15).

sen in die oben skizzierte Typologie und zeigen die Wiener *Fahrzeug-Sharing-Szene* in unterschiedlichen Facetten.

Tabelle 5: Beispiele *Fahrzeug-Sharing*

Beispiel	Sharing-Form	Organisationsform	Nutzungsmodus	Gegenstand	Gründung
carsharing24/7 ²⁸²	Peer-to-Peer	Firma	Vermieten, Co-Using	Autos	2012
LastenRadKollektiv ²⁸³	Peer-to-Peer	Verein	Verleihen	Lastenräder	2010
share me ²⁸⁴	Business-to-Peer	Firma	Vermieten, Verleihen	Kleintransporter	2014

carsharing24/7

Im Februar 2012 startete mit *carsharing24/7* die größte österreichische Plattform für *Peer-to-Peer-Carsharing*. Sie wirbt damit „keine weitere Autovermietung in neuem Gewand, sondern ‚echtes Carsharing‘“²⁸⁵ zu sein. „Einfache, günstige und ökologisch nachhaltige Mobilität“²⁸⁶ sind die kommunizierten Motive. Die NutzerInnen der Plattform haben die Möglichkeit, sich mit anderen *CarsharerInnen* zu vernetzen und so ihre Autos zu teilen. AutobesitzerInnen können, wenn sie ihr Fahrzeug nicht benötigen, durch das Teilen des Autos und den damit einhergehenden eingenommenen Mietgebühren die Fixkosten reduzieren. Andere, die kein Auto besitzen, aber eines benötigen, können die Fahrzeuge günstig mieten. Dies kann einmalig, sporadisch oder regelmäßig geschehen, indem sich die *CarsharerInnen* in einem *Carsharing-Team* dauerhaft zusammenschließen. Die Kontakte für diese Peer-to-Peer-Autovermietung werden über die Plattform hergestellt. Hinter *carsharing24/7* steht die *IBIOLA Mobility Solutions GmbH*, das Service ist jedoch völlig kostenlos.²⁸⁷ Seit Juli 2013 werden auch Mitfahrgelegenheiten über *carsharing24/7* vermittelt.²⁸⁸ Die Vermittlungsplattform bietet sowohl ein Bewertungssystem als auch eine Versicherung, die man für die Mietdauer abschließen kann. Durch die kostenlose Registrie-

²⁸² Vgl. <https://carsharing247.com> (11.12.15).

²⁸³ Vgl. <https://www.lastenradkollektiv.at> (11.12.15).

²⁸⁴ Vgl. <http://share-me.at> (11.12.15).

²⁸⁵ <https://carsharing247.com/presse/> (22.1.16).

²⁸⁶ <https://carsharing247.com/presse/> (22.1.16).

²⁸⁷ Vgl. <https://carsharing247.com/presse/> (22.1.16).

²⁸⁸ Vgl. Presseausendung *Carsharing24/7* vom 9.7.13, <https://carsharing247.com/presseaussendungen/> (22.1.16).

rung auf der Plattform wird man Teil einer Community. Das Matching funktioniert mittels Homepage oder App.²⁸⁹

Im Interview mit der Mitarbeiterin Ruth Juric-Reithofer, die von Beginn in *carsharing24/7* involviert war, erfährt man, dass die Arbeit am Konzept 2011 begann. Der nach Wien gezogene Erfinder der Plattform, Robert Reithofer, beschloss damals, sich mit zwei Freunden gemeinsam ein Auto zu teilen, da er es in Wien ohnehin aufgrund des gut ausgebauten öffentlichen Verkehrsnetzes nur sporadisch brauchte. Ein weiterer Treiber war die *mühsame* Parkplatzsituation in Wien und vor allem auch das Ziel der Ressourcenschonung. Zusätzlich bedeutete das *Carsharing* individuelle ökonomische Ersparnisse für die KonsumentInnen. Das große Interesse und die positiven Rückmeldungen für die Idee führten dazu, das Konzept der *Carsharing-Plattform* zu entwickeln. Das Ziel dabei war, ungenutzte Ressourcen, die bereits bestehen, sinnvoll zu teilen, sodass eine Win-Win-Situation entsteht. Der Verleiher/die Verleiherin könne ein wenig Geld mit dem teilweise ungenutzten Besitz verdienen und die Ausleihenden können ihre Mobilität steigern, ohne dass zusätzlich Autos produziert werden müssen, was wiederum die Umwelt und die eigenen Finanzen schont.²⁹⁰ Wichtig ist Juric-Reithofer auch, dass *Carsharing* nicht den öffentlichen Verkehr ersetzen soll: „Wir sagen halt: Erstens öffentlichen Verkehr, wo der an die Grenzen stößt, dann halt ein Auto.“²⁹¹ Die Plattform ist enorm gewachsen, berichtet Juric-Reithofer. 2012 startete das Konzept mit etwa 50 Autos, und Stand Anfang 2016 sind 665 Autos und 12 000 NutzerInnen registriert. Als großen Meilenstein in der Entwicklung des Konzepts nennt sie die Kooperation mit einer Versicherung, was sich als sehr schwierig erwies. Trotz Bemühungen wurde *carsharing24/7* nicht von der *Stadt Wien* unterstützt, was jedoch das rasante Wachstum nicht aufhalten konnte. Die Sharing-Aktivitäten seien exponentiell gestiegen, erzählt Juric-Reithofer.²⁹² Die mediale Aufmerksamkeit war zuerst schleppend. Erst als *carsharing24/7* anfang an einigen Bewerbungen teilzunehmen, die sie auch immer wieder gewonnen haben, wurde die Plattform mehr und mehr von den Medien in den Blick genommen. Mit dem Leitthema *Share Economy* bei der *CEBIT 2013* ist das mediale Interesse gewachsen, erfährt man im Interview.²⁹³

²⁸⁹ Vgl. <https://carsharing247.com/so-funktioniert/teilen-macht-spass> (22.1.16).

²⁹⁰ Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 6-122, Anhang S. 51-53.

²⁹¹ Ebd., Zeilen 106f, Anhang S. 53.

²⁹² Vgl. ebd., Zeilen 45-51, Anhang S. 52.

²⁹³ Vgl. Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 86-94, Anhang S. 53.

share me

share me ist ein *Transporter-Sharing-Konzept*, das Anfang 2014 in Wien gegründet wurde. *Mercedes Benz Sprinter* sowie *Vito Klein-Lkws* und *-Busse* werden stunden- oder tageweise, aber auch wochen- oder monatsweise inklusive Transportextras wie Transportrodel und Spanngurte vermietet. *share me* verbindet traditionelle Autovermietung mit kostenloser Verleihung. Die klassische Transportervermietung hat ein *Free-Mobility-Konzept* eingeführt. Das bedeutet, dass die KundInnen pro Miete eine Stunde *Free Mobility* mit einem Projekt ihrer Wahl teilen. Dabei kann aus verschiedenen Projekten (vor allem KünstlerInnen und junge Startups in Wien) eines ausgewählt werden, welches man dann mit gratis Mobilität unterstützt. *share me* stellt den unterstützten Projekten die Fahrzeuge stundenweise gratis zur Verfügung.²⁹⁴ Geworben wird vor allem mit dem Recht auf Mobilität und der Unterstützung von aufstrebenden KünstlerInnen, UnternehmerInnen und NeudenkerInnen.²⁹⁵ Hinter der Autovermietung steht die *KIR Group GmbH*, die unter dem Namen *Transporters* bereits seit 2012²⁹⁶ gebrauchte Kleintransporter vermietete. Als Stefan Gauerke die Geschäftsführung übernahm, veränderte er das Konzept und gründete *share me*. Zusätzlich zur klassischen Transportervermietung führte er besagtes *Free-Mobility-Programm* ein. Die unterstützten Projekte betreiben als Gegenleistung Marketing für *share me*, indem sie in ihren sozialen Netzwerken darüber schreiben. Im Interview erzählt Gauerke, dass er seinen *Businesscase* im Gegensatz zu anderen Vermietfirmen mit nur 50 % oder 60 % Auslastung rechne, was bedeutet, dass er die Autos zehn oder acht Tage im Monat verschenken könne und sich das Geschäft trotzdem rentiere, da dadurch das Marketingbudget niedrig gehalten werden kann.²⁹⁷ Als Motive für die Entstehung des Konzepts nennt er seine Überzeugung vom *Sharing-Gedanken*. Eine Gesellschaft, die auf Teilen beruhe, könne laut Gauerke der Weg der Zukunft sein, denn *Sharing* sei eine Antwort auf Ressourcenknappheit.²⁹⁸ Echtes Teilen sei nach ihm allerdings nur Leihen oder Schenken, also Teilen ohne dafür eine finanzielle Gegenleistung zu verlangen: „das ist eigentlich das, was mich stört am ‚Sharing-Ansatz‘, dass ein sozialer Gedanke verwurschtelt wird zu einem Profit-Gedanken“²⁹⁹, kritisiert Gauerke herkömmliche *Carsharing-Anbieter*. Die Entwicklung

²⁹⁴ Vgl. <http://share-me.at/ueber-uns/> (21.1.16).

²⁹⁵ Vgl. <http://share-me.at> (21.1.16).

²⁹⁶ Vgl. <https://firmen.wko.at/Web/DetailsInfos.aspx?FirmaID=77c5a4b6-dfe7-4bce-abf3-7daeb9ac14c4> (8.8.16).

²⁹⁷ Vgl. Transkription Interview 9, Zeilen 5-47, Anhang S. 65f.

²⁹⁸ Ebd., Zeilen 65-99, Anhang S. 66f.

²⁹⁹ Ebd., Zeilen 101f., Anhang S. 67.

von *share me* sei rasant, so Gauerke, und freut sich über hohe Umsatzwachstumswahlen. Er erzählt, dass sie seit der Gründung ungefähr 25 000 bis 27 000 Stunden an Transporter-Nutzung verschenkt haben.³⁰⁰

LastenRadKollektiv

Das 2010³⁰¹ gegründete *LastenRadKollektiv* ist als Verein organisiert.³⁰² Die zu einem Kollektiv zusammengeschlossenen Privatpersonen besorgen, reparieren und bauen Lastenfahrräder und Radanhänger und teilen diese mit anderen NutzerInnen gegen einen freien Preis, was bedeutet, dass die NutzerInnen selbst entscheiden können, wie viel sie bezahlen möchten. Die Fahrräder werden nicht als Privatbesitz einzelner Personen verstanden. Reparaturen und Neuanschaffungen werden von den freiwilligen Spenden der NutzerInnen und von Förderungen bezahlt. Die BetreiberInnen des Kollektivs organisieren das Verleihen und kümmern sich um die Instandhaltung. Ziele sind die Unabhängigkeit von Autos und LKWs für die Stadt, Mobilität und Umweltschutz.³⁰³ Ein Gründungsmitglied³⁰⁴ des *LastenRadKollektivs* erzählt im Interview, dass es das Ziel war, Strukturen zu schaffen, in denen es möglich ist, Lastenräder gemeinsam zu besitzen, strukturell zu teilen und sie auch anderen Leuten außerhalb des Kollektivs zugänglich zu machen. Neben dem Ziel, die Stadt autofreier zu machen und so die Lebensqualität zu erhöhen, geht es dem Kollektiv auch darum, selbstorganisiert Dinge tun zu können. Mit einer niederschweligen Lastenradinfrastruktur helfen sie, WienerInnen in ihrer Selbstorganisation zu ermöglichen.³⁰⁵ Das *LastenRadKollektiv* will „konkrete Handlungsalternativen zu einer herrschenden sehr autozentrierten Stadtgesellschaft“³⁰⁶ bieten. Ein weiteres Motiv ist, Dinge ökonomischer zu sehen, indem man Ressourcen gemeinsam besitzt. Das Kollektiv bildet die Strukturen, die eine gemeinsame Nutzung erleichtern, indem man für Eventualitäten des Verleihens gerüstet ist, und Gelder zur Verfügung hat, um beispielsweise Reparaturen zu bezahlen.³⁰⁷ Seit 2010, als das Kollektiv mit vier Lastenrädern startete, ist es hinsichtlich Angebot und Nutzung gewachsen. Vor allem in den letzten zwei Jahren stieg die Nachfrage. 2010 war die Fahrradszene noch sehr kompakt und überschaubar. Seither ist sie in Wien größer und dynamischer ge-

³⁰⁰ Vgl. Transkription Interview 9, Zeilen 124-177, Anhang S. 67-68.

³⁰¹ Vgl. <http://www.lastenradkollektiv.at/blog/> (11.2.16).

³⁰² Vgl. <http://www.lastenradkollektiv.at/kontakt/> (11.2.16).

³⁰³ Vgl. <http://www.lastenradkollektiv.at/texte/> (11.2.16).

³⁰⁴ Die interviewte Person möchte anonym bleiben.

³⁰⁵ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 4- 147, Anhang S. 42-45.

³⁰⁶ Ebd., Zeilen 109f., Anhang S. 44.

³⁰⁷ Vgl. ebd., Zeilen 4- 147, Anhang S. 42-45.

worden, was auch dazu führte, dass das Lastenrad im Stadtbild sichtbarer wurde, was wiederum für die positive Entwicklung des *LastenRadKollektivs* förderlich war, so das Kollektivmitglied. Doch vor allem inhaltlich haben sie viel angeregt. Ein Vereinsziel sei es etwa gewesen, kopiert zu werden, was, nach eigenen Angaben, auch gelang. In den letzten Jahren entstanden viele weitere Konzepte der Verleihung von Lastenrädern, vor allem in Deutschland sei es zu einer explosionsartigen Vermehrung von *Freien Lastenrädern* gekommen, nachdem das Konzept als erstes in Leipzig aufgegriffen wurde. Ausgehend von Wien sei Lastenradverleihung eine große internationale Bewegung geworden, erfährt man im Interview. Gefördert wurde das Kollektiv etwa von verschiedenen *Österreichischen Hochschülerschaften*, aber auch von der *Stadt Wien*. 2010 gewann es den *KLIP 7*, den *Neubauer Klimaschutzpreis*, und konnte sich über eine Spende der *Grünen* aus Ottakring freuen. Auch wenn das *LastenRadKollektiv* Parteinähe vermeiden möchte, ging es am Anfang nicht ohne Spenden.³⁰⁸

5.2 *Gegenstand-Sharing in Wien*

Aktuell gibt es in Wien verschiedene Formen der gemeinschaftlichen Nutzung von Gegenständen. Neben dem informellen Teilen, das vor allem auch in Form von Nachbarschaftshilfe ausgeübt wird, können auch zum Teil sehr unterschiedliche formelle Konzepte ausgemacht werden. Behandelt wird ausschließlich die formell organisierte, gemeinschaftliche Nutzung von Gegenständen, was im Sinne einer *Sharing Economy* vor allem *Peer-to-Peer-Gegenstands-Sharing* bedeutet.

Die Geschichte des *Gegenstand-Sharings* in der Stadt Wien wird nun in Kombination mit einer Bestandsaufnahme in den verschiedenen Facetten umrissen, bevor drei ausgewählte Beispiele genauer behandelt werden.

5.2.1 Business-to-Consumer-Sharing

Die gemeinschaftliche Nutzung von Gegenständen kennt keine Grenzen und deckt sehr viele Gegenstandsgruppen ab. Vor allem im Bereich der traditionellen Vermie-

³⁰⁸ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 4- 147, Anhang S. 42-45.

tung gibt es unzählige Beispiele wie etwa Instrumentenverleih³⁰⁹ und Schi- beziehungsweise Wintersportverleih³¹⁰, welche in Österreich weit verbreitet sind.³¹¹ Sehr häufig können die KonsumentInnen auch direkt bei den Händlern mieten. Neben Instrumenten und Sportgeräten ist es üblich, Geräte etwa bei Baumärkten zu mieten.³¹² Auch im Bereich von Kleidung ist Verleih durchaus verbreitet und hat Tradition. Nach eigenen Angaben wurde *Lambert Hofer* im Jahr 1862 als Wiens erster Kostümverleiher gegründet. Neben Kostümen verleiht der bis heute aktive Wiener Familienbetrieb auch Abendgarderobe.³¹³ Ebenso findet man einige Partyverleiher mit umfangreichem Sortiment.³¹⁴ Sogar Kunst wird in Wien vermietet.³¹⁵ Die Liste ließe sich noch lange fortsetzen.

Vor allem vor der Zeit der entwickelten *Konsumgesellschaft* war es üblich, im Kollektiv zu konsumieren. Man traf sich etwa in Lokalen, um Radio zu hören, ging ins Kino und nutzte Waschsalons.³¹⁶ Am Beginn des 20. Jahrhunderts entwickelten sich in Wien die ersten permanenten Kinos. Im Jahr 1909 gab es bereits 62. Sie setzten sich gegen frühere Formen der Wander- und Zirkus-Kinos durch.³¹⁷

Im Bereich der kollektiven Nutzung von Ressourcen gibt es auch heute noch unzählige Beispiele, die tagtäglich von vielen WienerInnen in Anspruch genommen werden, wie beispielsweise Fitnessstudios, Vergnügungsangebote im *Wiener Prater*, Kaffeemühlen in Supermärkten und noch viel mehr. All diese Beispiele gibt es schon lange, sie sind nicht im Zuge des Sharing-Trends entstanden.

Im Zuge der *Sharing Economy* im 21. Jahrhundert wurden allerdings viele sogenannte *Fab Labs* gegründet, welche Mitgliedern den niederschweligen Zugang zu Geräten und digitalen Produktionsmaschinen für Privatpersonen ermöglichen. Was 2002 in den USA als kleines Projekt entstand, entwickelte sich zu einem weltweiten Trend von mehr als 350 *Fab Labs* in über 60 Ländern. *HappyLab*, Österreichs erstes *Fab Lab*, wurde 2010 in Wien eröffnet und zählt nach eigenen Angaben zu den mitgliedsstärksten Standorten weltweit.³¹⁸

³⁰⁹ Vgl. beispielsweise <http://www.musik-leihinstrumente.at> (24.8.16).

³¹⁰ Vgl. beispielsweise <http://www.schulsport->

[serviceteam.at/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=28](http://www.serviceteam.at/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=28) (24.8.16).

³¹¹ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 313-322, Anhang S. 41.

³¹² Vgl. beispielsweise http://www.hornbach.at/cms/de/at/mein_hornbach/services/mietservice/mietservice.html (24.8.16).

³¹³ Vgl. <http://www.lamberthofer.at/unternehmen/> (24.8.16).

³¹⁴ Vgl. beispielsweise <http://www.frankl24.at> (24.8.16).

³¹⁵ Vgl. <https://www.wien.gv.at/wiki/index.php?title=Artothek> (24.8.16).

³¹⁶ Vgl. *König*, Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft, 224-231.

³¹⁷ Vgl. *Mattl*, Wiener Paradoxien, 50.

³¹⁸ Vgl. <http://www.happylab.at/happylab/ueber-uns/> (26.9.16).

5.2.2 Öffentliche Angebote der Stadt Wien

Auch öffentliche Einrichtungen der *Stadt Wien* wie etwa Büchereien, Spielplätze, Schwimmbäder, Mistkübel und noch viel mehr können als Teil von *Sharing* und *Gemeinschaftlichem Konsum* bewertet werden und haben ebenfalls eine lange Tradition. Vor allem standortgebundene Gegenstände werden der Bevölkerung von Stadtseite zur Verfügung gestellt.

Bäder beispielsweise gab es in Wien bereits seit dem Mittelalter. Die historische Forschung hat Kenntnis von 29 Badstuben im Spätmittelalter. Nachdem Bäder durch hygienische Missstände im 16. und 17. Jahrhundert aus der Mode kamen, wurden im 18. Jahrhundert viele Kaltwasserbadeanstalten und in Folge auch Hallenbäder gebaut. Die Errichtung gemeinnütziger Bäder war vor allem im 19. Jahrhundert eine große, soziale Aufgabe. 1826 gab es etwa 13 Schwimm- und Badeanstalten in der Stadt. Das Angebot wurde im Laufe des 20. Jahrhunderts stark ausgebaut. So wurden zum Beispiel ab den 1970ern auch bei großen Wohnanlagen Schwimmbäder eingeplant.³¹⁹

Zur Zeit der Ersten Republik und verstärkt nach 1945 wurden von der *Stadt Wien* in den öffentlichen Parkanlagen immer mehr Spiel- und Sportgeräte zur gemeinschaftlichen Nutzung installiert.³²⁰ In den Höfen der Gemeindebauten wurden den BewohnerInnen ebenfalls viele Spiel- und Sportgeräte für die gemeinschaftliche Nutzung zur Verfügung gestellt. Auch heute werden in den Höfen noch 1 360 Spielplätze genutzt.³²¹ Neben den Freizeiteinrichtungen gibt es in den städtischen Wohnbauten auch Waschküchen für die gemeinschaftliche Nutzung.³²² In der Ersten Republik entstand mit dem *Heimhof* eine städtische Wohnhausanlage mit 352 Wohnungen und einer Zentralküche und –wäscherei. Der Bau im 15. Bezirk war das einzige sogenannte *Einküchenhaus* Wiens.³²³

Als weiteres Beispiel für kommunal organisiertes *Gegenstand-Sharing*, welches erst vor Kurzem entstand, sind die in der Stadt verteilten Luftpumpen zu nennen. Die 2011 gegründete *Mobilitätsagentur* Wien, ein Unternehmen der Stadt, setzte unterstützende Maßnahmen, um den Anteil des Radfahrens und des Zufußgehens in der

³¹⁹ Vgl. Czeike, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 1, 230-232.

³²⁰ Vgl. Brigitte Rigele, Parkanlagen. In: Peter Csendes, Ferdinand Oppl (Hg.), Die Stadt Wien. (Österreichisches Städtebuch 7, Wien ²1999) 334-338.

³²¹ Vgl. <https://www.wien.gv.at/wiki/index.php?title=Spieleplätze> (26.9.16).

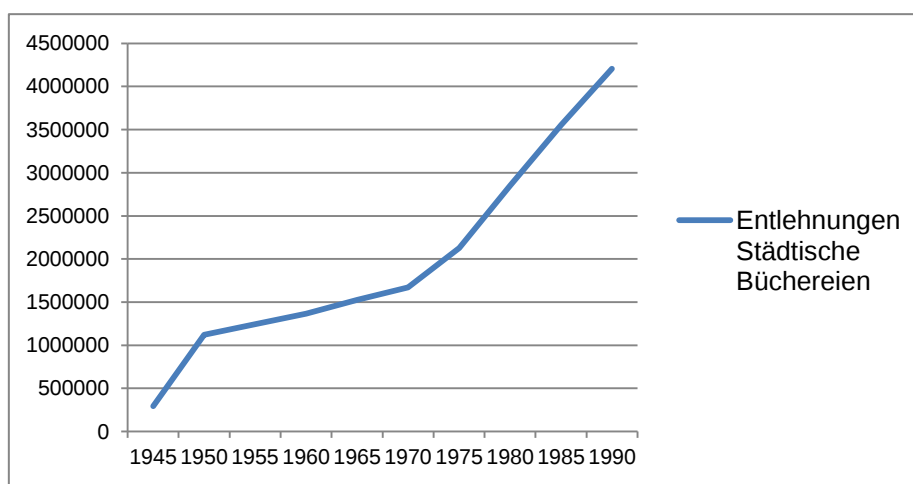
³²² Vgl. <https://www.wienerwohnen.at/mieterin/lebenimgemeindebau/Waschkuechen.html> (26.9.16).

³²³ Vgl. Czeike, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 3, 123.

Stadt zu erhöhen. 2014 installierte die Agentur fünf frei zugängliche Luftpumpen auf stark benutzten Radwegen, die etwa für Fahrräder, Kinderwagen und Rollstühle verwendet werden können.³²⁴ 2015 verdoppelte die *Mobilitätsagentur* das Angebot auf zehn Pumpen im öffentlichen Raum.³²⁵

Ein Beispiel für standortungebundenen Gegenstands-Verleih ist das Zur-Verfügung-Stellen von Büchern. Die Wiener *Städtischen Büchereien* gehen auf die ArbeiterInnenbüchereien zurück, die im *Roten Wien* der Zwischenkriegszeit entstanden. Auch wenn es bereits seit zirka 1860 ArbeiterInnenbüchereien in Wien gab, wurden die Büchereien im Zuge des Aufschwungs der Sozialdemokratie zu Beginn des 20. Jahrhunderts zu großen Volksbildungsinstitutionen. In der Ersten Republik baute man sie zur größten Bibliotheksorganisation Österreichs aus. Das sozialdemokratische Wohnbauprogramm machte es möglich, dass in den Wohnhöfen unzählige Büchereien entstanden. Auch in den Wohnanlagen der 50er und 60er gab es Büchereien. Aus den ArbeiterInnenbüchereien der Zwischenkriegszeit wurden schließlich die öffentlichen Büchereien, die für alle zugänglich waren.³²⁶ Ab 1958 gab es in Wien einen *Bücherbus*, der die Randbereiche der Stadt mit Lektüre versorgte.³²⁷ 2009 wurde der Betrieb eingestellt.³²⁸ Seit der Kommunalisierung der Büchereien stiegen die Nutzungszahlen stetig und ab den 1970ern steil an.³²⁹

Abbildung 2: Entlehnungen *Städtische Büchereien* Wien³³⁰



³²⁴ Vgl. Jahresbericht der Mobilitätsagentur 2014, http://www.mobilitaetsagentur.at/wp-content/uploads/2016/06/MOBAG_Jahresbericht_2014_RZscreen.pdf (13.8.16).

³²⁵ Vgl. Jahresbericht der Mobilitätsagentur 2015, http://www.mobilitaetsagentur.at/wp-content/uploads/2016/06/MOBAG_Jahresbericht15_Web.pdf (13.8.16).

³²⁶ Vgl. Alfred Pfoser, *Die Wiener Städtischen Büchereien. Zur Bibliothekskultur in Österreich* (Wien 1994) 61-65.

³²⁷ Vgl. Czeike, *Historisches Lexikon Wien* in 6 Bänden, Bd. 1, 293.

³²⁸ Vgl. <http://derstandard.at/1237230409508/Der-Buecherbus-dreht-die-letzte-Runde> (29.8.16).

³²⁹ Vgl. Pfoser, *Die Wiener Städtischen Büchereien. Zur Bibliothekskultur in Österreich* (Wien 1994) 187.

³³⁰ Eigene Darstellung, Zahlen vgl. Pfoser, *Die Wiener Städtischen Büchereien*, 187.

5.2.3 Peer-to-Peer-Sharing

Mit dem Schlagwort *Sharing Economy* des 21. Jahrhunderts wird in der Sparte der Gegenstände vor allem das boomende *Peer-to-Peer-Sharing* bezeichnet. 2015 können in Wien elf *Peer-to-Peer-Gegenstand-Sharing-Initiativen* ausgemacht werden.

Tabelle 6: *Peer-to-Peer-Gegenstand-Sharing* 2015

Name	Praktik	gegründet/ in Wien verfügbar seit	Träger
PumpiPumpe ³³¹	leihen	2014	Verein Pumpipumpe
FragNebenan ³³²	leihen	2014	FragNebenan GmbH
frents ³³³	leihen und mieten	2010	Frents GmbH
Teilbar.at ³³⁴	leihen und mieten	2012	Verein teilbar.at
usetwice ³³⁵	mieten	2012	usetwice GmbH
Leila ³³⁶	leihen	2014	Verein Leila – Verein zur Förderung von Gemein- schaftlichkeit
Druckraum ³³⁷	Co-Using	2005	Privatpersonen
Metalab ³³⁸	Co-Using	2006	Verein Metalab
bikekitchen ³³⁹	Co-Using	2008	Privatpersonen
Flickerei ³⁴⁰	Co-Using	2013	Privatpersonen
Fahrrad.Selbsthilfe.Werkstatt ³⁴¹	Co-Using	1983	Verein

Neben *usetwice*, *Leila* und *FragNebenan*, die im Folgenden (siehe Kapitel 5.2.4) noch genauer behandelt werden, gibt es noch acht weitere *Peer-to-Peer-Sharing*-Konzepte in Wien.

³³¹ Vgl. <http://www.pumpipumpe.ch/der-verein/> (8.12.15).

³³² Vgl. <https://fragnebenan.com/newsfeed> (7.12.15).

³³³ Vgl. <http://www.frents.com/about.html?cid=1191377> (7.12.15).

³³⁴ Vgl. <http://www.teilbar.at/infos.php> (7.12.15).

³³⁵ Vgl. <https://www.usetwice.at/ueber-uns/3#tabs> (5.12.15).

³³⁶ Vgl. <http://www.leihladen.at/wp/> (5.12.15).

³³⁷ Vgl. <http://druckraum.lnxnt.org> (26.9.16).

³³⁸ Vgl. https://metalab.at/wiki/Info_Folder (26.9.16).

³³⁹ Vgl. <http://www.bikekitchen.net/index.php/Archiv> (26.9.16).

³⁴⁰ Vgl. <http://flickerei.blogspot.at/2013/06/> (26.9.16).

³⁴¹ Vgl. <http://fahrrad.wuk.at/#slide-idee> (26.9.16).

teilbar.at ist eine Online-Plattform, die das Leihen, Mieten und Vermieten von Gegenständen zwischen Privatpersonen in Wien erleichtert. Der kostenlose Dienst ermöglicht den registrierten NutzerInnen, mit Menschen aus der eigenen Umgebung in Kontakt zu treten und Dinge zu teilen. *teilbar.at* ist als Verein *teilbar.at - Gemeinnütziger Verein zum Betrieb einer Internetplattform* organisiert. Anbietende können ihre Gegenstände nach eigenem Ermessen gratis verleihen, gegen eine Gebühr vermieten oder auch nur eine Kautionsfordern.³⁴² Die Plattform wurde 2012 gegründet.³⁴³ *Teilbar.at* wird hauptsächlich in Wien genutzt, teilweise aber auch in den anderen Bundesländern. Einige wenige NutzerInnen sind aus Deutschland.³⁴⁴

pumpipumpe.ch ist eine Online-Plattform, die das Verleihen von Gegenständen in der Nachbarschaft erleichtert. Man vermerkt online, welche Dinge man teilen möchte und klebt dann *pumpipumpe-Sticker* an seinen Briefkasten, sodass NachbarInnen sehen, was man bereit ist, herzuborgen. Die genauen Bedingungen des Ausleihens können die Beteiligten gemeinsam vereinbaren, wobei *pumpipumpe* dezidiert das kostenlose Verleihen ermöglichen möchte. Das Suchen von Gegenständen, die man sich ausborgen möchte, funktioniert online oder bei einem Rundgang durch die Stadt beziehungsweise Nachbarschaft. Die Initiative ist als Verein organisiert und arbeitet nicht profitorientiert. Die Sticker müssen um fünf Euro bestellt werden. Dieser Beitrag und Spenden reichen aus, um *pumpipumpe* zu betreiben.³⁴⁵ Seit 2014 gibt es den Verein *pumpipumpe*, der in der Schweiz gegründet wurde.³⁴⁶ Von der Schweiz ausgehend verbreitete sich das *Sharing-Konzept* über viele europäische Länder. In Wien sind Ende 2015 63 Haushalte auf der *pumpipumpe-Map* eingezeichnet.³⁴⁷

frents ist eine Online-Plattform, die das Leihen, Mieten und Vermieten von Gegenständen zwischen Privatpersonen ermöglicht. Die Plattform ist gratis. Nach dem Zustandekommen einer Vermietung oder Verleihung können sich die NutzerInnen gegenseitig bewerten.³⁴⁸ Die im März 2010³⁴⁹ gegründete Plattform finanziert sich über

³⁴² Vgl. <http://www.teilbar.at/infos.php> (11.2.16).

³⁴³ Vgl. https://www.facebook.com/ausleihenstattkaufen/info/?tab=page_info (11.12.15).

³⁴⁴ Vgl. <http://www.teilbar.at/artikel-oeffentlich.php?> (11.12.15).

³⁴⁵ Vgl. <http://www.pumpipumpe.ch/so-funktioniert/> (11.12.15).

³⁴⁶ Vgl. <http://www.pumpipumpe.ch/der-verein/> (11.12.15).

³⁴⁷ Vgl. http://www.pumpipumpe.ch/map/page_v2/ (11.12.15).

³⁴⁸ Vgl. <http://www.frents.com/gtac.html> (11.12.15).

³⁴⁹ Vgl. Pressemitteilung vom 9.3.10, http://blog.frents.com/press/frents_pm_09032010.pdf (11.12.15).

Werbung³⁵⁰ und ist seither vor allem in Deutschland in Benutzung, aber auch in Wien wird das Verleihen und Vermieten von Gegenständen auf *frents* organisiert.³⁵¹

Auch im zivilorganisierten Bereich gibt es offene Werkstätten, die den nicht profitorientierten Zugang zu Werkzeug ermöglichen.

Der *Druckraum* in Wien ist ein Beispiel für selbstverwaltetes Co-Using von Gegenständen. Das 2005 gegründete *Druckraum-Kollektiv* agiert nicht gewinnorientiert und ermöglicht das Drucken zum Selbstkostenpreis.³⁵² Das 2006 gegründete *Metalab* Wien ist als Verein organisiert. Anfangs ist das Nutzen der Infrastruktur sogar ohne Mitgliedschaft möglich.³⁵³ In Wien gibt es darüber hinaus einige selbstorganisierte, offene Fahrrad-Werkstätten. Die *bikekitchen* Wien ist als Kollektiv organisiert und wurde 2008 gegründet: Alle können die offene Werkstatt im 15. Bezirk besuchen und Werkzeug und Material vor Ort verwenden. Es ist nicht profitorientiert und finanziert sich über Spenden.³⁵⁴ Die Fahrrad-Selbsthilfewerkstatt *Flickerei* gibt es seit 2013 im dritten Bezirk und sie stellt jeden Dienstag Werkzeug auf Non-profit-Basis zur Verfügung. Die von Privatpersonen betriebene *Flickerei* ist im Rahmen eines Projekts für die Zwischennutzung von Wohnraum entstanden.³⁵⁵ Die *Fahrrad.Selbsthilfe.Werkstatt* im Wiener WUK gibt es sogar schon seit 1983. Für vier Euro pro Nachmittag kann man dort das Werkzeug gemeinschaftlich benutzen.³⁵⁶

5.2.4 Beispiele

Im Bereich des *Gegenstand-Sharings* wurden gemäß der oben skizzierten Typologie drei Beispiele ausgewählt, die nun genauer analysiert werden sollen. Im Zuge der Forschung wurden Interviews mit dem Geschäftsführer von *FragNebenan*, Stefan Theißbacher, Markus Heingärtner, dem Chef von *usetwice*, sowie Ina Hahn, einem Gründungsmitglied von *Leila*, geführt.

³⁵⁰ Vgl. <http://www.frents.com/faq.html> (11.12.15).

³⁵¹ Vgl.

<http://www.frents.com/item/Alles?itemDisplay=map&multiSearch=true&findUsername=true&friendItemsOnly=false&range=0&searchString=&location=Wien&forGiveawayOnly=false&commercialOnly=false&accountSort=distance&forSaleOnly=false&friendsOnly=false&page=1&groupSort=distance&rentableOnly=false&itemSort=distance&availableOnly=false&skipMyItems=true&cid=297836> (11.12.15).

³⁵² Vgl. <http://druckraum.lnxnt.org> (26.9.16).

³⁵³ Vgl. https://metalab.at/wiki/Info_Folder (26.9.16).

³⁵⁴ Vgl. <http://www.bikekitchen.net/index.php/Archiv> (26.9.16).

³⁵⁵ Vgl. <http://flickerei.blogspot.at/2013/06/> (26.9.16).

³⁵⁶ Vgl. <http://fahrrad.wuk.at/#slide-idee> (26.9.16).

Tabelle 7: Beispiele *Gegenstand-Sharing*

Beispiel	Sharing-Form	Organisationsform	Nutzungsmodus	Gründung
usetwice ³⁵⁷	Peer-to-Peer	Firma	Vermieten	2012
FragNebenan ³⁵⁸	Peer-to-Peer	Firma	Verleihen	2014
Leila ³⁵⁹	Peer-to-Peer	Verein	Verleihen	2014

Leila

Leila, der erste Wiener *Leihladen*, ist ausgehend von der Jugendgruppe des Vereins *SOL – Menschen für Solidarität, Ökologie und Lebensstil* entstanden. Im Laden in der Herbststraße im 16. Bezirk kann man sich verschiedene Gebrauchsgegenstände ausleihen. Auf der Homepage oder zu den Öffnungszeiten vor Ort ist es möglich, sich zu informieren, welche Gegenstände der *Leihladen* im Sortiment führt. Getragen wird die Initiative vom Verein *Leila – Verein zur Förderung von Gemeinschaftlichkeit*. Mitglieder zahlen einen jährlichen Mitgliedsbeitrag und bringen selbst etwas in den Laden ein, das sie gerne verleihen möchten, und können dann Verschiedenstes ausborgen, ohne für die einzelnen Leihvorgänge zu bezahlen. Mit den Beiträgen werden laufende Kosten wie Miete und Webauftritt bezahlt.³⁶⁰ Der *Leihladen* ist eine Initiative, die nicht profitorientiert agiert und von sieben Ehrenamtlichen betrieben wird.³⁶¹ Das von *Leila* auf der Homepage kommunizierte Ziel ist es, eine „neue Kultur des Umganges mit materiellen Gütern einzuüben“³⁶² und „einen Ausweg aus der konsum- und statusorientierten Wegwerfgesellschaft aufzeigen“³⁶³. Die Mitglieder von *Leila* können über diese physische Plattform Gegenstände miteinander teilen, was einerseits Geld spart, aber andererseits auch mit einem bestimmten Aufwand verbunden ist, denn die KonsumentInnen müssen ihr Konsumverhalten umstellen³⁶⁴, so Ina Hahn, Mitgründerin von *Leila*. Im Gespräch erfährt man, dass der *Leihladen* nach Berliner Vorbild entstanden ist. Der Gründer aus Berlin, Nikolai Wolfert, inspirierte die siebenköpfige Gruppe, sodass sie, angelehnt an sein Konzept, 2013 begann, den ersten Wiener *Leihladen* zu planen und aufzubauen, bevor er im Mai 2014 eröffnete.

³⁵⁷ Vgl. <https://www.usetwice.at/> (8.8.16).

³⁵⁸ Vgl. <https://fragnebenan.com/newsfeed> (11.2.16).

³⁵⁹ Vgl. http://www.leihladen.at/wp/?page_id=2 (9.2.16).

³⁶⁰ Vgl. http://www.leihladen.at/wp/?page_id=2 (9.2.16).

³⁶¹ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 13, 170, Anhang S. 10, 13.

³⁶² http://www.leihladen.at/wp/?page_id=2 (29.2.16).

³⁶³ http://www.leihladen.at/wp/?page_id=2 (9.2.16).

³⁶⁴ Vgl. Transkription Interview 2, Zeile 28, Anhang S. 10.

Ein Meilenstein in der Entwicklung war die Kooperation mit der *Gebietsbetreuung*, die ihnen ermöglichte, gegen eine sehr niedrige Miete einen Raum zu beziehen.³⁶⁵

Die *Gebietsbetreuung Stadterneuerung* ist eine Einrichtung der *Magistratsabteilung 25 der Stadt Wien*. Die Service-Einrichtung ist Anlaufstelle zu Fragen des Wohnens, des Wohnumfeldes und des Zusammenlebens sowie der Infrastruktur, der Stadterneuerung und des Gemeinwesens in der Stadt.³⁶⁶ Darüber hinaus initiierte die *Gebietsbetreuung Ottakring 2014* das Projekt *Herbststraße 15*. Das kleine Lokal stellt einen lokalen Treffpunkt für die Nachbarschaft dar und wird gemeinsam mit der *Caritas* und dem *Leila* betrieben.³⁶⁷

Ina Hahn erzählt, dass diese Kooperation sehr wichtig war, da sie sich keine Miete am normalen Immobilienmarkt hätten leisten können. In den ersten eineinhalb Jahren seit der Eröffnung ist die Zahl der Mitglieder auf 115 und die Zahl der Gegenstände auf 500 gestiegen und es kämen laufend Mitglieder dazu. Als Motiv für die Entstehung nennt Hahn ihre Begeisterung von der Idee, Dinge gemeinsam zu nutzen und die Lust darauf, auszuprobieren, ob das Konzept in Wien angenommen wird. Sie möchte mit dem *Leihladen* eine Vorbildfunktion für Österreich darstellen und das Konzept der gemeinschaftlichen Nutzung von Ressourcen verbreiten. Wichtig war den InitiatorInnen auch, dass man dem Teilen einen Raum gibt, wo sich die Leute auch treffen können und es nicht anonym über das Internet funktioniert.³⁶⁸ Wenn gleich das Konzept gleich geblieben ist, so haben sich doch die Ziele etwas verändert. Zu Beginn sei es ihnen vor allem darum gegangen, den eigenen *Leihladen* zu Erfolg zu bringen. Diese Absicht wich dem übergeordneten Ziel, Leihen prinzipiell in der Gesellschaft und Leihläden anzustoßen. Im Zuge dessen haben sich die BetreiberInnen mehr mit anderen Initiativen vernetzt und anderen Leihläden bei der Gründung geholfen.³⁶⁹ Unterstützend wirkten die Medien, so Hahn, denn das Medieninteresse sei von Beginn an vorhanden gewesen und führte dazu, dass viele KonsumentInnen erreicht wurden. Darüber hinaus bekamen *Leila* Unterstützung von der *Sharing Community*, die den *Leihladen* und das Konzept auf ihren Plattformen publik machten. Zusätzlich zu den Mitgliedsbeiträgen erhielt *Leila* Geld durch Ausschrei-

³⁶⁵ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 69-82, Anhang S. 11.

³⁶⁶ Vgl. <https://www.wien.gv.at/wohnen/wohnbautechnik/gebietsbetreuung/index.html> (8.8.16).

³⁶⁷ Vgl. <http://www.gbstern.at/blog-stadterneuern/ein-tag-in-der-herbststrasse-15/> (8.8.16).

³⁶⁸ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 79-112, Anhang S. 11f.

³⁶⁹ Vgl. ebd., Zeilen 145-172 Anhang S. 12f.

bungen und Wettbewerbe wie zum Beispiel das *BOKU-Sozialprojekt*³⁷⁰ und den *KLIP 7*, den *Neubauer Klimaschutzpreis*³⁷¹, erzählt Hahn.³⁷²

FragNebenan

Das Online-Nachbarschaftsnetzwerk *FragNebenan* ermöglicht den Austausch zwischen NachbarInnen und fördert Nachbarschaftshilfe. Das Ziel ist es, die Gemeinschaft im Grätzl zu stärken und ein Netzwerk aufzubauen, wo man sich gegenseitig aushilft. Die Nutzung der Plattform ist völlig kostenlos.³⁷³ Auf der Plattform kommunizierte Ziele sind vor allem die Gemeinschaft und gegenseitige Hilfe. Neben dem Austausch unter NachbarInnen wird das Verleihen von Gegenständen, vor allem von Werkzeug und Haushaltsgeräten, über die Plattform ermöglicht. Beim Erstellen seines Profils gibt man an, was man bereit ist, mit seinen NachbarInnen zu teilen.³⁷⁴

Der Gründer Stefan Theißbacher erzählt im Interview, dass er es schade fand, dass man sich in der Nachbarschaft oft nicht kennt, und er witterte ein großes Potential an gegenseitiger Unterstützung, Austausch und der gemeinsamen Nutzung von Ressourcen. Gestartet ist das Projekt 2014 im sehr kleinen Rahmen, nämlich im siebten Bezirk in Wien. Im Jänner 2015 wurde das Konzept schließlich auf die ganze Stadt ausgeweitet, wodurch ein rasanter Anstieg der NutzerInnenzahlen erreicht wurde: Im Jänner 2015 waren 1 000 NutzerInnen auf der Plattform angemeldet, mittlerweile, Stand Februar 2016, seien 25 800 NutzerInnen aktiv und es kommen 70 bis 100 Mitglieder pro Tag neu dazu, so Theißbacher. Zu Beginn wurde die Plattform mit den eigenen Ersparnissen finanziert. Theißbacher konnte es sich durch die Unterstützung des Unternehmensgründungsprogramms des AMS leisten, Vollzeit am Projekt zu arbeiten. Zusätzliche Unterstützung bekam *FragNebenan* durch eine Startup-Förderung des *Austria Wirtschaftsservice*, der Förderbank der Republik Österreich, was ermöglichte, den Prototypen der Plattform zu programmieren. Im Mai 2015 wurde aus *FragNebenan* eine Firma. Mit dem Einstieg von Investoren in das Projekt konnte auch das Team erweitert werden. Die *Stadt Wien* erlebte Theißbacher als Unterstützung. Auch wenn sie keine direkten Fördergelder erhielten, so schaffte die Stadt dennoch unterstützende Rahmenbedingungen. Das Medieninteresse, das auch nie abgerissen ist, sei ebenfalls eine sehr große Hilfe gewesen, die Reichweite auszu-

³⁷⁰ Vgl. https://alumni.boku.ac.at/dl/sOsuJKJkmoJqx4KJK/15_01_kleiner.pdf (5.8.16).

³⁷¹ Vgl. <http://www.klip7.at/klip7/2010/> (5.8.16).

³⁷² Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 180-206, Anhang S. 13.

³⁷³ Vgl. <https://fragnebenan.com/FAQ> (11.2.16).

³⁷⁴ Vgl. <https://fragnebenan.com/newsfeed> (11.2.16).

bauen. Am Anfang sei es ihm sehr stark darum gegangen, *FragNebenan* zur Kommunikationsplattform für das Haus zu konzipieren, was allerdings nicht so leicht war, da es sich als schwer erwies, eine kritische Masse zu erreichen. So wurde der Nachbarschaftsbegriff auf das Grätzl, konkret auf einen Radius von 750 Metern, ausgeweitet.³⁷⁵ Theißbacher erzählt, dass sein Hauptziel sei, die Nachbarschaft wieder mehr als Gemeinschaft zu begreifen: „Was wir halt wollen ist irgendwie, dass man sagt, wir tragen dazu bei, dass Nachbarschaft einfach ein Stück weit als Gemeinschaft begriffen wird, wo man sich halt ein bisschen kennt, ein bisschen aushilft und wo dann eben auch dadurch die Sicherheit steigt für alle“.³⁷⁶ Wichtig sei ihm auch, ein Bewusstsein darüber zu schaffen, dass vieles unnötig verschwendet wird, und Möglichkeiten zu entdecken, wie man dem durch die gemeinsame Nutzung und Teilen entgegenwirken kann.³⁷⁷ Der große Vorteil an einem Online-Nachbarschaftsnetzwerk sei, erzählt Theißbacher, dass man sehr leicht Feedback bekommt, weil Kommunikation rund um die Uhr möglich ist, und weil die Hürde genommen wird, aufeinander zuzugehen, da man ja bereits durch die Registrierung Interesse aneinander zeigt. Da das Anklopfen bei den NachbarInnen oft mit Hemmungen verbunden ist, ist die Plattform eine gute Möglichkeit, um in Kontakt zu treten. Früher sei dies einfacher gewesen, da man sich in Waschküchen oder an der Bassena getroffen habe, heute haben viele Häuser keine Gemeinschaftsbereiche, was dem Kennenlernen nicht förderlich sei.³⁷⁸

usetwice

usetwice ist eine Online-Plattform, die das Mieten und Vermieten von Gegenständen zwischen Privatpersonen ermöglicht. Der virtuelle Marktplatz für Vermietgegenstände aus Wien ist seit 2012 online. Genutzt wird die Plattform vor allem in Wien, aber auch in Tirol. Das auf der Homepage kommunizierte Ziel ist es, durch weniger Konsum die Ressourcen zu schonen und die Umwelt zu schützen.³⁷⁹ Die Registrierung ist kostenlos, allerdings zieht *usetwice* pro zustande gekommener Vermietung eine Bearbeitungsgebühr vom Vermieter/von der Vermieterin ab. Nach einer erfolgten Vermietung kann man sich auf der Plattform gegenseitig bewerten. Dies soll ein Bild

³⁷⁵ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 16-95, Anhang S. 29f.

³⁷⁶ Transkription Interview 4, Zeilen 149-151, Anhang S. 31.

³⁷⁷ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 163-170, Anhang S. 32.

³⁷⁸ Vgl. ebd., Zeilen 110-136 und 304f, Anhang S. 31f. und 34.

³⁷⁹ Vgl. <https://www.usetwice.at/> (11.2.16).

über die Vertrauenswürdigkeit der NutzerInnen geben.³⁸⁰ Markus Heingärtner, der Geschäftsführer und Gründer von *usetwice*, erzählt im Interview über die Motive zur Plattform-Gründung: Sein persönlicher Zugang zu Eigentum sei immer der gewesen, dass es belaste, weil es die Flexibilität einschränke. In einer mobilen und flexiblen Gesellschaft werde es immer wichtiger, Dinge zu nutzen, anstatt sie zu besitzen. Die Überzeugung von der Idee des *Sharings* und das Erfolgsversprechen mit den Profitmöglichkeiten dieser neuen Geschäftsidee trieben die Entstehung der Plattform an. Angelehnt an die Geschäftsidee von *Airbnb* plante Heingärtner schließlich eine Mietplattform für Gegenstände. Das Ziel sei von Anfang an gewesen, das Konzept zu popularisieren und es groß zu machen, was sich jedoch als nicht sehr einfach erwies, so Heingärtner, da die zweite Runde Risikokapital nicht aufgetrieben werden konnte. Dies führte dazu, dass die Plattform vorübergehend nur mehr als Hobby betrieben werden konnte. Hinderlich für einen größeren Erfolg sei gewesen, dass es nicht möglich war, eine Kooperation mit einer Versicherung zu erreichen und dass das Sortiment zu breit aufgestellt war. Heingärtner ist der Meinung, eine Produkttiefe in einem speziellen Bereich zu brauchen, um in der *Sharing Economy* erfolgreich sein zu können, denn KonsumentInnen würden dem Mieten erst dann den Vorzug gegenüber dem Kaufen geben, wenn sie das Gefühl haben, dass sie alles jederzeit haben können, wozu man ein flächendeckendes Angebot braucht.³⁸¹ Die mediale Aufmerksamkeit sei großartig gewesen und war für die Popularität des Konzepts enorm hilfreich. Förderungen von der Stadt bekam *usetwice* nicht. Auch wenn das Ziel war, die Plattform schneller groß zu machen, sind Angebot und Nachfrage beständig gewachsen. Auch die Frequenz der Nutzung sei stetig gestiegen. Zwischen 2 000 und 3 000 NutzerInnen mieten und vermieten mehr als 1 000 Gegenstände über *usetwice*.³⁸²

³⁸⁰ Vgl. <https://www.usetwice.at/ueber-uns/1> (11.2.16).

³⁸¹ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen, 37- 109, Anhang S. 18f.

³⁸² Vgl. ebd., Zeilen, 233-287, Anhang S. 22f.

6 Entstehungsbedingungen und Einflussfaktoren der Wiener *Sharing Economy*

Die Frage nach den Entstehungsgründen und Entwicklungseinflüssen der Wiener *Sharing Economy* ist eine der beiden zentralen Forschungsfragen dieser Diplomarbeit. Nachdem die Entwicklung der Sparten *Fahrzeug-Sharing* und *Gegenstand-Sharing* sowie die Entstehung der sechs Beispiele im vorigen Kapitel skizziert wurden, widmet sich dieses Kapitel den allgemeinen Entstehungsbedingungen und Einflussfaktoren der Wiener *Sharing Economy*, welche im Rahmen der Diplomarbeit erforscht wurden.

6.1 Entstehungsbedingungen

Die Analyse der Entstehungsgeschichten der Beispiele, die Einschätzungen der ExpertInnen und das Studium der Literatur lassen darauf schließen, dass vor allem zwei Entwicklungen zur Entstehung einer *Sharing Economy* führten: Erstens kann ein geändertes Verhältnis der KonsumentInnen zu Besitz als die zentrale Vorbedingung für den Aufschwung einer Ökonomie, die dem Zugang den Vorzug vor dem Besitz gibt, bewertet werden. Zweitens schafft die technologische Entwicklung die nötige Infrastruktur, um Teilen massenfähig zu machen. Es ist Theresia Theurl zuzustimmen, wenn sie schreibt, dass die „Entwicklung der Sharing Economy in gesellschaftliche Entwicklungen und Entwürfe eingebunden“³⁸³ ist. Im Folgenden soll der Blick auf die Entstehungsbedingungen des *Sharings* im 21. Jahrhundert gelenkt werden. Dabei werden ökonomische, gesellschaftliche, soziale und ökologische Faktoren berücksichtigt.

Auch wenn traditionelle Vermietung von Fahrzeugen und Gegenständen nicht in der Beispielwahl berücksichtigt wurde, werden vier der sechs gewählten Beispiele von einer Firma betrieben. Dies lässt darauf schließen, dass der vermutete Erfolg einer Geschäftsidee als wichtiger Entstehungsgrund bewertet werden kann.

³⁸³ Theurl, Ökonomie des Teilens, 88.

Auch wenn finanzieller Eigennutz und Erfolgsversprechen als Motive gelten, so kann es trotzdem auch noch weitere Entstehungsgründe geben. Die GründerInnen erzählen, dass das Entstehen der Konzepte vor allem ökologisch und sozial motiviert sei: Während die Ziele Ressourcenschonung und Umweltschutz vor allem für das Entstehen von *carsharing24/7* maßgeblich gewesen seien³⁸⁴, war für *share me* und *FragNebenan* der Gemeinschaftsgedanke, das Näher-Zusammenrücken und Einander-Helfen, ein wichtiges Entstehungsmotiv, so die Geschäftsführer.³⁸⁵

Die beiden *Sharing-Initiativen Leila* und *LastenRadKollektiv* sind als Verein organisiert und die InitiatorInnen arbeiten ehrenamtlich.³⁸⁶ Monetäre Interessen als Entstehungsgrund können nicht festgestellt werden. Ihre Hintergründe sind tendenziell konsumkritische. Umweltschutz sowie Förderung von Unabhängigkeit und Selbstorganisation werden als Motive genannt. Beide erkennen in ihren Konzepten eine Vorbildfunktion für verantwortungsvolles Konsumieren und möchten mit ihren Initiativen Alternativen bieten. Die *Sharing-Idee* der gemeinschaftlichen Nutzung von ungenutzten Ressourcen steht dabei im Vordergrund. Keine AkteurIn bereichert sich finanziell am Zur-Verfügung-Stellen seiner/ihrer Ressource.³⁸⁷

Damit diese *Sharing-Angebote* entstehen und funktionieren können, muss auch die entsprechende Nachfrage vorhanden sein. Ein geändertes Verhältnis der KonsumentInnen zu Besitz ist die zentrale Vorbedingung für den Aufschwung einer Ökonomie, die dem Zugang den Vorzug gibt. Für dieses veränderte Verhältnis gibt es verschiedene Gründe. Es kann einerseits durch einen ideologischen Bedeutungsverlust, aber auch durch finanzielle Veränderungen, die den Erwerb nicht mehr leistbar machen, dazu kommen, dass Besitz eine veränderte Bedeutung im Leben der KonsumentInnen einnimmt.

Im Rahmen der Forschung konnten fünf Faktoren für ein geändertes Verhältnis der KonsumentInnen zu Besitz herausgearbeitet werden:

1. Besitz verliert durch einen Wertewandel als Statussymbol an Bedeutung.
2. Besitz schränkt die Flexibilität ein, die immer wichtiger wird.

³⁸⁴ Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 6-122, Anhang S. 51-53.

³⁸⁵ Vgl. Transkription Interview 9, Zeilen 65-102, Anhang S. 66f. und vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 149-151, Anhang S. 31.

³⁸⁶ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 13, 170, Anhang S. 10, 13 und vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 17-23, Anhang S. 42.

³⁸⁷ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 4-147, Anhang S. 42-45 und vgl. http://www.leihladen.at/wp/?page_id=2 (9.2.16) und vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 79-112, Anhang S. 11f.

3. Besitz wird aus ökologischen Gründen weniger angestrebt.
4. Das Bedürfnis nach Gemeinschaft ersetzt individualistischen Besitz-Konsum.
5. Besitz kann aus ökonomischen Gründen nicht mehr angehäuft werden.

Diese fünf Gründe sind in verschiedener Gewichtung als Wegbereiter für verschiedene Formen und Ausprägungen des *Sharings* zu bewerten und sollen nun genauer erläutert und belegt werden.

Besitz verliert durch einen Wertewandel als Statussymbol an Bedeutung

Zur Zeit des Wirtschaftswachstums und des Massenkonsums in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts kam es zu einer Überhöhung und Bedeutungsaufladung der Konsumgüter. Der Besitz der modernsten Elektrogeräte etwa galt für viele als wichtiges Ziel. Ab den 1950ern wurde der Erwerb eines eigenen Fahrzeugs zum Inbegriff von Wohlstand und Freiheit und ab den 1960ern wurde es langsam zum Massenkonsumgut, nachdem sich auch immer mehr WienerInnen ein eigenes Auto leisten konnten.³⁸⁸

Sieben der neun interviewten ExpertInnen erkennen einen Wertewandel in Bezug auf die Bedeutung von Besitz. Besitz habe an Status verloren, vor allem Autos seien nicht mehr das Statussymbol, das sie einmal waren, so die Interviewten. Die *Sharing-Economy-Expertin* Dr. Rahel Falk nennt die Veränderung der Bedeutung von Besitz als Grund für das Entstehen von vielen verschiedenen *Sharing-Konzepten*: „Man definiert heute seinen Status nicht mehr so über Konsumgüter“³⁸⁹ und meint, dass dies mittlerweile mehr mit Lifestyle zu tun habe. Konsum werde nicht mehr so über Güter, über Statusprodukte definiert, sondern zum Beispiel über die Reisemöglichkeiten, erklärt Falk und spricht dem Wertewandel eine starke Bedeutung für die Entstehung der *Sharing Economy* zu.³⁹⁰ Auch Dr. Josef Schleinzler von der *Wirtschaftskammer Wien* führt als Grund für den Aufschwung von Teilkonzepten einen gewissen „Gesinnungswandel“³⁹¹ an, den er vor allem am Beispiel des Autos festmacht, das nicht mehr „diesen Imagegewinn wie früher“³⁹² habe.³⁹³

³⁸⁸ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, 228-239.

³⁸⁹ Transkription Interview 5, Zeilen 31f., Anhang S.35.

³⁹⁰ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 32-43, Anhang S.35f.

³⁹¹ Transkription Interview 1, Zeile 355, Anhang S.9.

³⁹² Ebd., Zeile 107, Anhang S.4.

³⁹³ Vgl. Transkription Interview 1, Zeilen 96-110, Anhang S.4.

Diesen Wertewandel erkennen auch die VertreterInnen der Beispiele, als sie zu den allgemeinen Entstehungsfaktoren befragt werden:

Markus Heingärtner, Geschäftsführer und Gründer von *usetwice*, betont, dass sich die Bedeutung des Besitzes in zweierlei Hinsicht verändert habe: Für die Generation, die durch die Nachkriegszeit geprägt wurde und Mangel erfahren habe, sei Besitz einerseits mit Sicherheit, andererseits mit Prestige verbunden gewesen. Beides sei heute nicht mehr von großer Relevanz für das Konsumverhalten. Er bewertet eine „postmaterialistische Einstellung“³⁹⁴ der KonsumentInnen als Treiber der *Sharing Economy*. Die Leute würden sich weniger darüber definieren, dass sie ein großes Auto haben, kommt auch Heingärtner auf das beliebte Beispiel zu sprechen und auch er fügt hinzu, dass Status heutzutage mehr über Lifestyle definiert wird.³⁹⁵ Ruth Juric-Reithofer und Stefan Theißbacher sind beide der Meinung, dass für immer mehr Leute das Auto an Status verliere und es nicht mehr das sei, worüber sie ihr Ego definieren würden³⁹⁶, auch wenn Theißbacher ergänzt, dass es für andere immer noch ein Statussymbol darstelle. Er erkennt aber, dass es im Konsumverhalten der Leute immer mehr darum gehe, wofür etwas steht und nicht was es kostet.³⁹⁷ Auch Stefan Gauerke sieht postmaterialistische Werte als Treiber des Teilens: Die neue Generation habe bemerkt, dass Materialismus und das Streben nach immer neuen Produkten nicht glücklich macht.³⁹⁸

Ina Hahn von *Leila* sieht nur bedingt einen Wertewandel Besitz betreffend. Sie findet, dass Besitz noch mit Status verbunden sei: „Es ist halt schon noch immer sehr verbreitet dieses: ‚Ich brauche es. – Ich kaufe es. Und ich kaufe mir dann auch irgendetwas Statusmäßiges.‘“³⁹⁹, aber vor allem bei jungen Leuten erkennt sie, dass Besitz als Statussymbol an Bedeutung verloren habe.⁴⁰⁰

Allein das *LastenRadKollektiv* bewertet die Bedeutung des Besitzes für die Mehrheit der Menschen als unverändert.⁴⁰¹

Diese Einschätzungen erweisen sich auch nach einer Studie zum österreichischen Wertewandel als zutreffend. Die Studie belegt einen deutlichen Rückgang der Mate-

³⁹⁴ Transkription Interview 3, Zeile 314, Anhang S.24.

³⁹⁵ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 300-329, Anhang S.23f.

³⁹⁶ Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 130-153, Anhang S. 54 und Transkription Interview 4, Zeilen 239-259, Anhang S. 33.

³⁹⁷ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 239-259, Anhang S. 33.

³⁹⁸ Vgl. Transkription Interview 9, Zeilen 87-90, Anhang S.66.

³⁹⁹ Transkription Interview 2, Zeilen 53f., Anhang S.11.

⁴⁰⁰ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 388f., Anhang S.17.

⁴⁰¹ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 329-334, Anhang S.48.

rialistInnen bei gleichzeitiger Zunahme einer postmaterialistischen Einstellung in der österreichischen Gesellschaft zwischen 1990 und 1999.⁴⁰² Laut dem Soziologen Hermann Denz hänge der Grad der materialistischen Einstellung allerdings von Alter und Bildung ab: „Eher die Jüngeren und besser Gebildeten sind nun weniger materialistisch.“⁴⁰³ Denz erklärt dies damit, dass Jüngere eine materielle Not nicht mehr kennengelernt haben und dass es sich Menschen mit höherer Bildung und damit einhergehend oft auch besserem Verdienst „leisten“ können, Materiellem weniger Bedeutung zuzusprechen. Damit ist gemeint, dass materialistische Ansprüche kleiner werden, wenn materielle Not keine Sorge ist. Darüber hinaus sei eine Korrelation von Materialismus und ausländerfeindlichen sowie autoritären Einstellungen zu erkennen. Geschlecht spiele allerdings keine Rolle.⁴⁰⁴

Besitz schränkt die Flexibilität ein, die immer wichtiger wird

Die Menschheit war noch nie so mobil wie heute. Durch Arbeitsteilung in der Wirtschaft, dem Wegfallen der Grenzen in Europa, der wachsenden Bedeutung der Internettechnologie und einem enormen Wohlstand kam es in Europa zu einer neuen mobilen Gesellschaft.⁴⁰⁵ Mobilität und Flexibilität gehen Hand in Hand. ArbeitnehmerInnen müssen etwa bereit sein, mehrmals den Berufsort und, damit einhergehend, den Wohnort zu wechseln.⁴⁰⁶ Dadurch nimmt die Verwurzelung der Menschen in ihrem Geburtsort ab, Familien werden kleiner und die Anzahl der Alleinlebenden steigt.⁴⁰⁷

Im Hinblick auf die Gründe für ein verändertes Verhältnis zu Besitz wird von den interviewten ExpertInnen angesprochen, dass Besitz belaste, weil er die Flexibilität einschränke. Dies sei einer der Gründe, warum Zugang zur Nutzung wichtiger wird als Besitz. Ökonomin Rahel Falk sieht in der heutigen, mobilen Gesellschaft einen wichtigen Treiber des *Sharings*, denn der Kunde wolle „maximale Flexibilität“⁴⁰⁸ und empfinde Besitz als „Ballast“⁴⁰⁹. Heutzutage werde es immer wichtiger, flexibel und

⁴⁰² Vgl. Hermann Denz, Staat und Zivilgesellschaft: Widersprüche, Verwerfungen, Bruchlinien. In: Hermann Denz, Christian Friesl, Regina Polak, Reinhard Zuba, Paul Zulehner (Hg.), Die Konfliktgesellschaft. Wertewandel in Österreich 1990-2000 (Wien 2001) 169-243, hier 218.

⁴⁰³ Denz, Staat und Zivilgesellschaft, 221.

⁴⁰⁴ Vgl. ebd., 218-221.

⁴⁰⁵ Vgl. Johann Günther, Die neue Mobilität der Gesellschaft (Innsbruck 2002) 17-20.

⁴⁰⁶ Vgl. ebd., 221.

⁴⁰⁷ Vgl. ebd., 145.

⁴⁰⁸ Transkription Interview 5, Zeile 60, Anhang S.36.

⁴⁰⁹ Ebd., Zeile 78, Anhang S.36.

mobil zu sein, meint Falk und spricht demographischen Entwicklungen eine große Rolle zu.⁴¹⁰

Der Bedeutungsverlust von Besitz wird auch von den aktiven AkteurInnen angesprochen:

Für Ina Hahn von *Leila* liege dieser vor allem in der immer stärker werdenden Mobilität der Menschen begründet. Da es viel normaler werde, ins Ausland zu gehen, um zu studieren oder zu arbeiten, belaste Besitz auch mehr.⁴¹¹ Für Markus Heingärtner war sein eigener Zugang zu Besitz eine wichtige Vorbedingung für die Gründung der Sharing-Plattform *usetwice*. Der *Fan von schlankeren Lebensweisen*, wie er sich nennt, zog viel um und arbeitete oft im Ausland. Diese Mobilität machte den Zugang zu Dingen viel wichtiger als den Besitz. Und das sei auch der große Vorteil von *Sharing*, dass man sich, wo auch immer man sich hinbewegt, über sein Smartphone Zugang zu den verschiedensten Dingen verschaffen kann, so Heingärtner. Die KonsumentInnen wollen gleichzeitig Zugang zu vielen verschiedenen Produkten haben und sich nicht auf eines festlegen, sie wollen spontan und flexibel bleiben können,⁴¹² „weil ein Auto zu haben ist in Wirklichkeit, eine Tonne am Fuß daran“⁴¹³, meint der Unternehmer.

Besitz wird aus ökologischen Gründen weniger angestrebt

Erst Mitte der 70er begann man, Massenkonsum aus ökologischer Sicht zu problematisieren. Infolge der Erdölkrisen und des steigenden Müllvolumens setzte in den 1970ern langsam eine Debatte darüber ein, ob Massenkonsum der Umwelt schade.⁴¹⁴

Fünf der sechs Beispiele nennen das Schaffen von nachhaltigeren Konsumformen als Ziel und Motivation. Zentral sei dies für die Entstehung von *carsharing24/7* gewesen.⁴¹⁵ Aber auch das *LastenRadKollektiv*⁴¹⁶, *Leila*⁴¹⁷ *usetwice*⁴¹⁸ und *FragNebenan*⁴¹⁹ möchten mit ihren Konzepten umweltbewussteren Konsum ermögli-

⁴¹⁰ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 32- 84, Anhang S.36f.

⁴¹¹ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 390-395, Anhang S. 17.

⁴¹² Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 37-40 und Zeilen 304-320, Anhang S. 18 und 23f.

⁴¹³ Ebd., Zeilen 317f., Anhang S. 24.

⁴¹⁴ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, 201-285.

⁴¹⁵ Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 114-127, Anhang S. 53f.

⁴¹⁶ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 102-110, Anhang S. 44 und Vgl. <http://www.lastenradkollektiv.at/texte/> (11.2.16).

⁴¹⁷ Vgl. http://www.leihladen.at/wp/?page_id=2 (9.2.16).

⁴¹⁸ Vgl. <https://www.usetwice.at/> (11.2.16).

⁴¹⁹ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 163-168, Anhang S.32.

chen. Dies deckt sich auch mit den Einschätzungen der VertreterInnen der Beispiele zu prinzipiellen Entstehungsfaktoren einer *Sharing Economy*:

Ina Hahn merkt, dass das Klimathema an Präsenz gewinne und dass bei vielen KonsumentInnen ein Konsumbewusstsein und umweltverantwortliches Handeln wachse.⁴²⁰ „also der Umweltaspekt ist, glaube ich, auch groß“⁴²¹, meint auch Juric-Reithofer von *carsharing24/7*, als sie zu den Entstehungsbedingungen des *Sharings* befragt wird. Ebenso erwähnt Stefan Theißbacher von *FragNebenan* ein gestiegenes ökologisches Bewusstsein als Treiber der gemeinsamen Nutzung von Ressourcen.⁴²² Er beobachtet, dass es wieder mehr darum gehe, dass Dinge lange funktionieren und *Sharing* so gegen die Wegwerfgesellschaft arbeite.⁴²³ Auch Stefan Gauerke von *share me* sieht ein Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein als Entstehungsgrund der *Sharing Economy*: „Das ‚Sharing‘ ist eine Antwort darauf, dass wir sagen, ok, die Ressourcen, die knapp sind, die teilen wir doch besser“⁴²⁴.

Zwei der drei befragten externen BeobachterInnen der Wiener *Sharing-Szene* Mirjam de Klepper und Rahel Falk befinden ebenfalls ökologische Faktoren für den Aufschwung des *Sharings* von Relevanz:

Für de Klepper ist der Klimawandel eine treibende Kraft für die Entstehung und Verbreitung von *Sharing Economy*: „‚climate change‘ ist halt echt eine Drohung, die viele spüren oder wo viele Angst haben, aber nicht wissen, wie damit umzugehen. Aber alle wissen, ja, wahrscheinlich konsumieren wir zu viel.“⁴²⁵, führt sie aus und ist der Meinung, dass vielen KonsumentInnen immer mehr bewusst ist, „dass es so nicht weitergehen kann“⁴²⁶. Vor allem die Wegwerfgesellschaft sei es, die vielen Menschen aufstoße und dazu beitrage, dass KonsumentInnen zunehmend auch ein Qualitätsbewusstsein entwickeln und bewusster konsumieren, erläutert Falk und folgert, dass *Sharing Economy* auch als Gegenbewegung zu Wegwerfsachen bewertet werden kann.⁴²⁷

⁴²⁰ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 266-285, Anhang S. 15.

⁴²¹ Transkription Interview 7, Zeile 190, Anhang S.55.

⁴²² Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 190-198, Anhang S.32.

⁴²³ Vgl. ebd., Zeilen 306-312, Anhang S. 34.

⁴²⁴ Transkription Interview 9, Zeilen 96f, Anhang S. 66.

⁴²⁵ Transkription Interview 8, Zeile 313f, Anhang S. 61.

⁴²⁶ Ebd., Zeile 312, Anhang S. 61.

⁴²⁷ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 254-277, Anhang S. 40f.

Bedürfnis nach Gemeinschaft ersetzt individualistischen Besitz-Konsum

Das Überstehen des Krieges und des Mangels führt zu einem Bedürfnis nach häuslichem Glück durch familiäre Konsumtion. Es kommt zum Rückzug der WienerInnen in die Sphäre der Familie und des Heims, was vor allem durch den Einzug der Fernseher in die Wiener Haushalte ab den 1960ern verstärkt wird.⁴²⁸

Nach einem starken Individualisierungsschub der letzten Jahrzehnte gerate Individualismus nun in Bedrängnis und habe den Höhepunkt überschritten, viele suchen den Weg aus der Isolation, beschreiben Friesl und Polak die Ergebnisse ihrer Wertstudie. Ab den 90ern werde das soziale Lebensumfeld der ÖsterreicherInnen wieder wichtiger und die Bereitschaft für die Unterstützung von Familien, NachbarInnen und Freunden steige.⁴²⁹

Ein erhöhtes Bedürfnis nach sozialem Austausch wird von vielen der Befragten ExpertInnen auch als wichtiger Treiber von *Sharing* und Gemeinschaftlicher Konsumtion bewertet.

Zwei der drei befragten externen ExpertInnen sprechen diesem Faktor eine Bedeutung zu. Nach einer Periode des Individualismus und des Großkonsums haben sich die Leute entfremdet und seien einsamer, auch Familienstrukturen haben sich verändert, was alles dazu führe, dass sich die Menschen wieder mehr nach einer Art Zusammenhalt sehnen, analysiert de Klepper, und erkennt darin einen treibenden Faktor für *Sharing* und *Gemeinschaftliches Konsumieren*.⁴³⁰ Auch wenn der soziale Aspekt für die meisten KonsumentInnen nicht das Hauptmotiv hinter der Nutzung von *Sharing-Angeboten* sei, so nehmen die *Sharing-Communities*, sei es online, sei es in der Nachbarschaft, dennoch den Platz ein, den früher Familienmitglieder und Verwandte eingenommen hatten. Dadurch, dass die Menschen nicht mehr in Familienverbänden leben und die Vereinzelung zunehme, brechen Netzwerke weg, entstehen Lücken, welche dann zum Beispiel von Fremden gefüllt werden. Was früher in der Familie weitergegeben wurde, passiert jetzt unter Fremden im Rahmen einer *Sharing Economy*, so Falk.⁴³¹

Die Einschätzungen der befragten AkteurInnen sind ähnlich: *FragNebenan-Chef* Theißbacher betont im Gespräch, dass das Bedürfnis nach Gemeinschaft nach einer

⁴²⁸ Vgl. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert, 201-285.

⁴²⁹ Vgl. Christian Friesl, Regina Polak, Konflikte im Wertesystem. In: Hermann Denz, Christian Friesl, Regina Polak, Reinhard Zuba, Paul Zulehner (Hg.), Die Konfliktgesellschaft. Wertewandel in Österreich 1990-2000 (Wien 2001) 11-41, hier 12-20.

⁴³⁰ Vgl. Transkription Interview 8, Zeilen 288-302, Anhang S. 61f.

⁴³¹ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 32-36 und 234-245, Anhang S. 35f und S. 40.

Periode der Ichbezogenheit groß sei. Er meint, dass man früher mehr in Familien und Vereinen geteilt habe, was heute allerdings an Bedeutung verloren habe.⁴³² Stefan Gauerke betont die soziale Dimension des Teilens. Die Leute wollen einander kennenlernen und einander unterstützen, so der Geschäftsführer von *share me*.⁴³³ Dieser Faktor erwies sich bei den Entstehungsgeschichten mancher Beispiele ebenso als relevant. Sowohl für *FragNebenan* als auch für *Leila* sind die Gemeinschaft und der soziale Austausch zentral. Eine besondere Bedeutung kommt diesen bei Nachbarschaftshilfe zu. Dieses Gemeinschaft-Werden und Näher-Zusammenrücken war für Theißbacher ein wichtiges Motiv in der Gründung und ist das zentrale Ziel.⁴³⁴ Auch für den *Leihladen* war es wichtig, einen Raum der Begegnung zu schaffen, und nicht eine weitere Initiative des anonymen Teilens zu sein.⁴³⁵

Besitz kann aus ökonomischen Gründen nicht mehr angestrebt werden

Ein verändertes Verhältnis zu Besitz kann selbstverständlich auch ökonomisch bedingt sein. Manche KonsumentInnen können das Streben nach Besitz aufgrund ihrer schlechten wirtschaftlichen Lage nicht mehr aufrecht erhalten oder müssen ihren Besitz teilen, um auf diese Weise etwas zu verdienen. In diesem Fall kommt es zu einem, vermutlich unfreiwilligen, veränderten Verhältnis zu Besitz. Angenommen, die bereits erläuterten Gründe für einen Bedeutungsverlust des Besitzes prägen nicht das Bewusstsein eines Großteils der KonsumentInnen der *Sharing Economy*, so können finanzielle Realitäten zum Teilen anspornen oder sogar zwingen.

In den 1970ern entstanden in Wien, nach einer Periode des Wachstums und der Vollbeschäftigung, erstmals wieder Beschäftigungsprobleme, die ab den 1980ern richtig einsetzten, als eine erhöhte Arbeitslosigkeit zum Dauerzustand wurde.⁴³⁶ In den 1990ern stieg die Angst um den eigenen Arbeitsplatz in der österreichischen Gesellschaft. Gut zu verdienen und einen sicheren Arbeitsplatz zu haben wurden wichtigere Motive als etwa Sinnstiftung.⁴³⁷ Zirka ab Mitte 2008 erfasste eine weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise Europa und damit auch Österreich. Laut einer Studie der *Karmasin-Motivforschung* aus dem Jahr 2010, die die psychologischen Auswirkungen der Krise auf die österreichische Bevölkerung untersuchte, seien 32 % der

⁴³² Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 180-188 und 141-155, Anhang S. 32 und S. 31.

⁴³³ Vgl. Transkription Interview 9, Zeilen 66-71, Anhang S. 66.

⁴³⁴ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 146-155, Anhang S. 31.

⁴³⁵ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 94-101, Anhang S. 11f.

⁴³⁶ Vgl. *Eigner, Resch*, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert, 19-26.

⁴³⁷ Vgl. *Friesl, Polak*, Konflikte im Wertesystem, 23f.

ÖsterreicherInnen von der Wirtschaftskrise betroffen. Sie klagen darüber, dass sie mehr sparen müssen und sich weniger leisten können und die Kosten gestiegen seien. Außerdem seien Arbeitslosigkeit oder geringere Arbeitsplatzsicherheit die Folgen.⁴³⁸ Eine Studie des *Instituts für Betriebswirtschaftslehre an der Uni Wien* aus dem Jahr 2009 untersuchte die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das Konsumverhalten der Wiener Bevölkerung. Gemäß dieser bezeichnet ein Drittel die Auswirkungen der Krise auf ihr persönliches Leben als *sehr stark* oder *stark* und sogar 44% haben infolge der Krise bereits bei den Ausgaben zu sparen begonnen.⁴³⁹

Alle neun befragten ExpertInnen bewerten ökonomische Gründe als wichtigen Treiber der *Sharing Economy*. Dr. Josef Schleinzner von der *Wirtschaftskammer Wien* sieht den Preis bei Konsumhandlungen vor allen anderen Motiven als entscheidend. Sobald ein Produkt in der reinen Nutzung günstiger ist als im Besitz, ist dies der Anreiz, von *Sharing-Angeboten* Gebrauch zu machen. Schleinzner bemerkt, dass viele KonsumentInnen ökonomischer denken würden als früher und Geld sparen möchten. Vor allem hohe Anschaffungskosten, wie es bei Autos der Fall ist, seien immer weniger WienerInnen bereit, in Kauf zu nehmen, weil es sich nicht rechne.⁴⁴⁰

Auch Rahel Falk sieht die Wirtschaftskrise als Treiber. Das verfügbare Einkommen der Menschen sei einfach niedriger und *Sharing Economy* biete den KonsumentInnen sowohl ein Sparpotential als auch eine Zuverdienstmöglichkeit, so die Ökonomin.⁴⁴¹ Mirjam de Klepper von *Vienna Shares* ist der Meinung, dass die Wirtschafts- und Finanzkrise als Grund gesehen werden kann, warum *Sharing-Konzepte* vor allem in den USA und in Südeuropa erfolgreich wurden. Für Wien sieht sie den Einfluss einer Wirtschaftskrise geringer, da sie hier nicht so starke Auswirkungen hatte, dennoch seien die Menschen aus finanziellen Gründen gezwungen, anders zu konsumieren, so de Klepper, und bewertet *Sharing* es als Ende von Großkonsum und Individualismus.⁴⁴²

Auch die Wiener AkteurInnen bewerten ökonomische Veränderungen als *Sharing-Economy-Treiber*:

⁴³⁸ Vgl. Zukunftsforum Österreich (Hg.), Soziale Kohäsion der Generationen in Österreich 2003 – 2005 – 2012. Der Generationszusammenhalt in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise – eine Zeitreihenstudie (Austria: Forschungs und Wissenschaft Soziologie 13, Wien 2014) 57f.

⁴³⁹ Vgl. ebd., 59.

⁴⁴⁰ Vgl. Transkription Interview 1, Zeilen 90-106, Anhang S. 3f.

⁴⁴¹ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 92-97, Anhang S. 37.

⁴⁴² Vgl. Transkription Interview 8, Zeilen 265-302, Anhang S. 61.

Stefan Theißbacher ist der Meinung, dass der wirtschaftliche Druck auf die KonsumentInnen gestiegen sei und sie sparen müssen, was er als Folge der Wirtschaftskrise bewertet, was wiederum ein wichtiger Treiber für diese Form des Wirtschaftens und Konsumierens sei. „ich könnte mir vorstellen, dass dadurch, dass halt jetzt die wirtschaftliche Situation nicht mehr ganz so rosig ist, besinnt man sich halt auch wieder ein Stück weit auf Dinge, wo man sich etwas sparen könnte“⁴⁴³, so Theißbacher. Ina Hahn könnte sich vorstellen, dass die Wirtschaftskrise dazu geführt habe, dass mehr Leute darüber reflektieren, was sie eigentlich wirklich brauchen und dass viele Menschen, denen es wirtschaftlich schlechter geht, versuchen mit ihrem Besitz durch Vermietung und Weiterverkaufen Geld zu machen,⁴⁴⁴ „weil halt jeder das verwertet, was er halt selber hat.“⁴⁴⁵, so Hahn. Finanzielle Motive seien die zentralen in allen Konsumhandlungen, so Markus Heingärtner. Anders als Ina Hahn sieht er nicht die Sozialschicht, die wirtschaftlich in einer prekären Lage ist, als typische *Sharing*-KonsumentInnen. Vielmehr sei es die Mittelschicht, die die Möglichkeit wahrnehme, mit ihrem Besitz Geld zu verdienen. Die Wirtschaftskrise sei zwar ein Katalysator, aber nicht eine entscheidende Entstehungsvoraussetzung.⁴⁴⁶ Auch wenn das *LastenRadKollektiv* keine ideologischen Veränderungen im Verhältnis der KonsumentInnen zu Besitz erkennen kann, gebe es immer mehr ein „erzwungenes Teilen“⁴⁴⁷ in der Gesellschaft. Finanzielle Veränderungen zwingen die Menschen zum *Sharing*. Leute müssen sich neue Strategien überlegen, um einen gewissen Lebensstandard aufrecht halten zu können, denn es sei nicht mehr so leicht, einen gewissen Wohlstand zu halten, wie es noch in der Elterngeneration der Fall gewesen war, viele können sich Besitz nicht mehr leisten.⁴⁴⁸ Ruth Juric-Reithofer nennt die „steigenden Lebenserhaltungskosten“⁴⁴⁹ und Stefan Gauerke die finanzielle Unsicherheit⁴⁵⁰ als Treiber des *Sharings* in der Wiener Gesellschaft.

⁴⁴³ Transkription Interview 4, Zeilen 188-190, Anhang S. 32.

⁴⁴⁴ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 290-301, Anhang S. 15.

⁴⁴⁵ Transkription Interview 2, Zeilen 300f., Anhang S. 15.

⁴⁴⁶ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 477-519, Anhang S. 27f.

⁴⁴⁷ Transkription Interview 6, Zeilen 325f, Anhang S. 48.

⁴⁴⁸ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 317-364, Anhang S. 48f.

⁴⁴⁹ Transkription Interview 7, Zeile 171, Anhang S. 55.

⁴⁵⁰ Vgl. Transkription Interview 9, Zeilen 283-293, Anhang S. 70.

Technologische Entwicklung

Neben der Veränderung des Verhältnisses zu Besitz ist die technologische Entwicklung als zweiter großer Faktor für die Entstehung der *Sharing Economy* hervorzuheben. Acht der neun interviewten Personen sehen in ihr einen entscheidenden Treiber, der dem Teilen eine völlig neue Dimension gibt:

Dr. Josef Schleinzner von der *Wirtschaftskammer* sieht in ihr sogar die entscheidende Entstehungsbedingung⁴⁵¹ und Markus Heingärtner von *usetwice* nennt sie den maßgeblichen Treiber.⁴⁵² Die Ökonomin Falk sieht durch die Technologie eine Veränderung des Teilens und somit einen wichtigen Treiber der Entstehung von *Sharing Economy*.⁴⁵³ Durch das Internet laufen die Kommunikation, die Vernetzung und die Logistik anders. Hahn von *Leila* betont, dass es eine große Rolle spiele, vor allem, weil es das Teilen verändere und Teilen unter Fremden ermögliche.⁴⁵⁴ *FragNebenan* nutzt die Vorteile, die Online-Netzwerke bieten, um *Sharing* in der Nachbarschaft zu erleichtern. Der große Vorteil sei, dass man Leute rund um die Uhr erreichen könne, man sehr leicht Feedback bekomme und einem die Hürde genommen werde, in Kontakt zu treten, erzählt Theißbacher. Dadurch, dass man sich registriert, wissen die NutzerInnen „das sind Leute, die potentiell auch mir helfen wollen“⁴⁵⁵, so Theißbacher.⁴⁵⁶ Auch das *LastenRadKollektiv* spricht dem Internet die Bedeutung zu, das Teilen zu verändern und es ein bisschen breiter zu machen.⁴⁵⁷ Die Steigerung des Teilens sei vor allem durch das Internet gekommen, weil die Organisation dadurch enorm vereinfacht wurde, so Ruth Juric-Reithofer.⁴⁵⁸ Mirjam de Klepper betont, dass zu den Veränderungen der Lebenssituationen die Entwicklung des Internet dazukomme, die es einfach erleichtere mit Menschen zusammenzufinden die gleich denken. Die Generation, die mit dem Internet aufgewachsen ist, wisse, dass es Alternativen zum Kaufen gebe.⁴⁵⁹

Darüber hinaus spielt für die untersuchten Beispiele das Internet eine wichtige Rolle, wenngleich in verschiedenster Gewichtung. Während *FragNebenan*, *usetwice* und *carsharing24/7* internetbasierte Plattformen sind, bei denen der virtuelle Raum den

⁴⁵¹ Vgl. Transkription Interview 1, Zeile 68, Anhang S. 3.

⁴⁵² Vgl. Transkription Interview 3, Zeile 309-311, Anhang S. 24.

⁴⁵³ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 24-39, Anhang S. 35f.

⁴⁵⁴ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 312-317, Anhang S. 15f.

⁴⁵⁵ Transkription Interview 4, Zeile 135, Anhang S. 31.

⁴⁵⁶ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 125-136, Anhang S. 31.

⁴⁵⁷ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 370-391, Anhang S. 49f.

⁴⁵⁸ Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 167-170, Anhang S. 55.

⁴⁵⁹ Vgl. Transkription Interview 8, Zeilen 305f. und 397-400, Anhang S. 61 und 63.

Marktplatz darstellt, wo Angebot und Nachfrage direkt und, wenn gewünscht, anonym zusammenkommen, die Kommunikation untereinander über diese Plattformen geschieht und man rund um die Uhr Zugang zu dieser *Sharing-Community* hat, spielt das Internet für *share me*, das *LastenRadKollektiv* und den *Leihladen* eine weniger zentrale Rolle. Bei letzteren funktionieren aber dennoch Werbung, Kontaktaufnahmen und Informationsweitergabe unter anderem über das Internet.

Diese Vorbedingungen ebneten den Weg für die Entstehung einer *Sharing Economy*. Daraus entstanden viele Ideen, die entweder rein ideologisch motiviert sind, profitorientierte Ziele verfolgen oder beides.

Durch den Erfolg großer *Sharing*-Geschäftsmodelle erlangte eine Ökonomie des Teilens mehr und mehr Aufmerksamkeit und förderte so auch das Entstehen kleinerer *Peer-to-Peer-Initiativen*.⁴⁶⁰ Vor allem für Österreich beziehungsweise Wien ist darüber hinaus das Vorbild etwa der USA an innovativen Konzepten als Einflussfaktor nicht zu unterschätzen.⁴⁶¹

6.2 Positive Einflüsse auf die Entwicklung

Zusätzlich zu den bereits genannten Gründen, die die Entstehung der *Sharing Economy* ermöglichten, sind auch Einflussfaktoren zu nennen, die sich günstig auf die Entwicklung der gemeinschaftlichen Nutzung von Ressourcen ausgewirkt haben könnten. Besonders interessant scheint es hier, die Rolle der *Stadt Wien* und die Rolle der Medien zu beleuchten.

Rolle der Medien

Die Frage, ob sich die Medien positiv auf die Entwicklung einer *Sharing Economy* ausgewirkt haben, beziehungsweise zum Erfolg einzelner Angebote beitrugen, soll anhand der ausgewählten Beispiele beantwortet werden. Für vier der sechs befragten VertreterInnen der Beispiele war subjektiv empfunden eine starke mediale Aufmerksamkeit vorhanden, die für den Erfolg des Konzepts hilfreich war.

Als ältestes Beispiel kann *carsharing24/7* zu Beginn der Plattformgründung noch wenig mediales Interesse ausmachen, was sich allerdings im Zuge der *CEBIT 2013* mit dem Leitthema *Sharing Economy* änderte. Ab 2013 stieg das mediale Interesse

⁴⁶⁰ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 191-197, Anhang S. 39.

⁴⁶¹ Vgl. Transkription Interview 1, Zeilen 195-200, Anhang S. 6.

enorm an, woraufhin in den österreichischen Medien viel über *Sharing Economy* und auch über *carsharing24/7* berichtet wurde, so Juric-Reithofer.⁴⁶² Markus Heingärtner erlebte eine großartige mediale Aufmerksamkeit für *usetwice*, vor allem in den ersten eineinhalb Jahren, konkret in den Jahren 2013 und 2014. Dieses intensive Medieninteresse sei auch sehr hilfreich für *usetwice* gewesen.⁴⁶³ Über ein großes mediales Interesse, das nie abgerissen sei, freut sich auch Stefan Theißbacher: „Lange bevor die Seite online gegangen ist, haben die ersten Medien über uns geschrieben und das Schöne ist, dass das danach nie abgerissen ist.“⁴⁶⁴ Er berichtet weiter, dass ganz viele NutzerInnen von *FragNebenan* über die Medien von der Plattform erfahren haben.⁴⁶⁵ Auch Ina Hahn berichtet über großes Medieninteresse, das es ermöglichte, viele Leute zu erreichen und die Idee zu verbreiten.⁴⁶⁶ Das *LastenRadKollektiv* ist, was die Zusammenarbeit mit Medien angeht, nach eigenen Angaben sehr kritisch. Die Medienpräsenz beschränkt sich auf Medien, mit denen sie zusammenarbeiten möchten, was dazu führt, dass sie auch einige Anfragen ablehnen⁴⁶⁷. Allein Gauerke möchte mit *share me* völlig unter dem medialen Radar bleiben, erzählt er. Er befürchte negative Konsequenzen, weshalb er alle Anfragen ablehnt.⁴⁶⁸ Bis auf Gauerke betonen die Befragten das positive Potential der Medienberichterstattung.

Die tatsächliche mediale Berichterstattung zu untersuchen würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Allerdings wurde, stellvertretend für die Medienpräsenz, die Aufmerksamkeit der österreichischen Tageszeitungen für die jeweiligen Beispiele mittels Online-Archivrecherche untersucht. Dabei wurden sieben österreichische Tageszeitungen berücksichtigt, deren Reichweite in Wien über 1,5 % liegt.⁴⁶⁹ Demnach wurden die Zeitungen mit einem Schwerpunkt auf die Bundesländer, die in Wien nur sehr wenig gelesen werden, nicht berücksichtigt. Konkret bedeutet das die Recherche in den Online-Archiven der Tageszeitungen *Der Standard*⁴⁷⁰, *Die Presse*⁴⁷¹, *Heute*⁴⁷², *Kronen Zeitung*⁴⁷³, *Kurier*⁴⁷⁴, *Österreich*⁴⁷⁵ und *Wirtschaftsblatt*⁴⁷⁶. Bei der

⁴⁶² Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 86-94, Anhang S. 53.

⁴⁶³ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 233-267, Anhang S. 22f.

⁴⁶⁴ Transkription Interview 4, Zeilen 46f, Anhang S. 29.

⁴⁶⁵ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 45-54, Anhang S. 29f.

⁴⁶⁶ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 180-195, Anhang S. 13.

⁴⁶⁷ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 177-208, Anhang S. 45f.

⁴⁶⁸ Vgl. Transkription Interview 9, Zeilen 217-229, Anhang S. 69.

⁴⁶⁹ Vgl. <http://www.media-analyse.at/table/2635> (08.09.16).

⁴⁷⁰ Vgl. <http://derstandard.at/suche/> (08.09.16).

⁴⁷¹ Vgl. <http://diepresse.com/user/search.do?detailForm=true&switch=true&showDetailForm=true> (08.09.16).

⁴⁷² Vgl. <http://www.heute.at/suche/> (08.09.16).

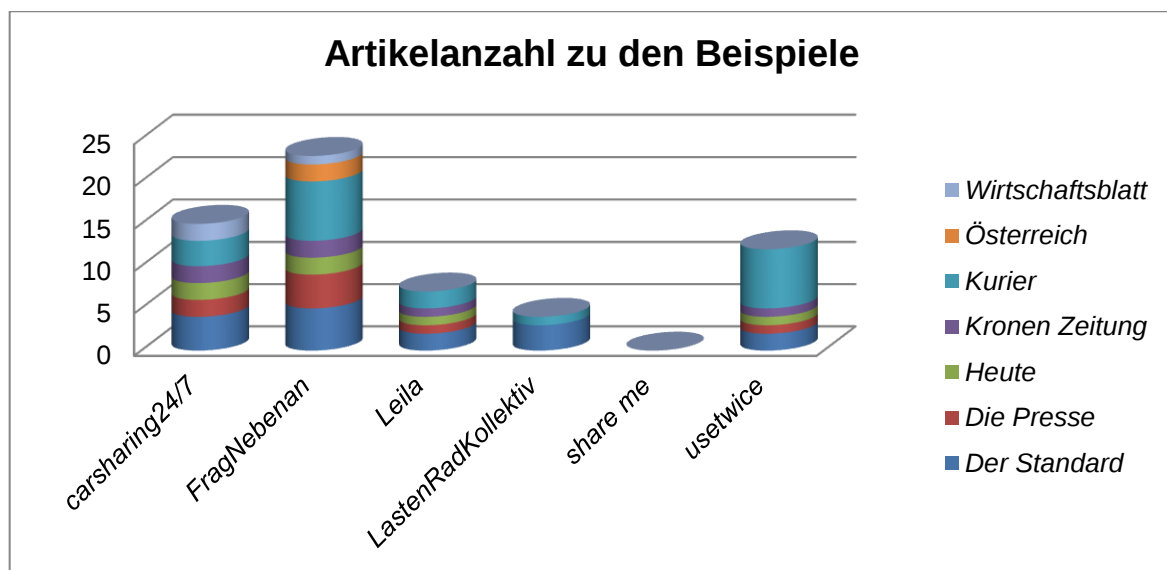
⁴⁷³ Vgl. <http://www.genios.de/presse-archiv/quelle/KRON/20140101/1/kronen-zeitung.html> (08.09.16).

⁴⁷⁴ Vgl. <http://m.kurier.at/archiv/> (08.09.16).

Artikelsuche wurde der Zeitraum 1.1.2010 bis 31.12.2015, also der Gründungszeitraum der sechs gewählten Beispiele, berücksichtigt. Die Suche erfolgte nach den folgenden Schlagworten: *Leila*, *Leihladen*, *share me*, *Gauerke*, *Kir Group*, *Fragnebenan*, *Frag nebenan*, *Theißbacher*, *Lastenradkollektiv*, *Lastenradkollektivismus*, *Lastenrad kollektiv*, *usetwice*, *use twice*, *Heingärtner*, *carsharing24/7*, *privates Carsharing*, *Reithofer*, *Ibiola*.

FragNebenan bekam mit 23 Artikeln in den österreichischen Tageszeitungen mit Abstand die meiste Aufmerksamkeit und ist als einziges Beispiel in allen sieben Zeitungen vertreten. Auch wenn es das Nachbarschaftsnetzwerk erst seit 2014 gibt, überholte es schnell die Initiativen *carsharing24/7* und *usetwice*, die beide zwei Jahre länger in Wien vertreten sind. Die Einschätzung von Gauerke bestätigt sich: Es konnte tatsächlich kein Artikel über *share me* gefunden werden.

Abbildung 3: Berichterstattung Tageszeitungen



Auch die Ökonomin Rahel Falk sieht eine positive Rolle der Medien im Erfolg von *Sharing*: „Teilen ist sexy und das haben auch die Medien herübergebracht.“⁴⁷⁷

Besonders bekannt und in den Medien vertreten ist das Thema *Carsharing*. Eine Artikel-Recherche zum Suchbegriff *Carsharing* in den Online-Archiven der Tageszeitungen ergab eine Artikelfülle vor allem für die Jahre zwischen 2012 und 2015. 2013

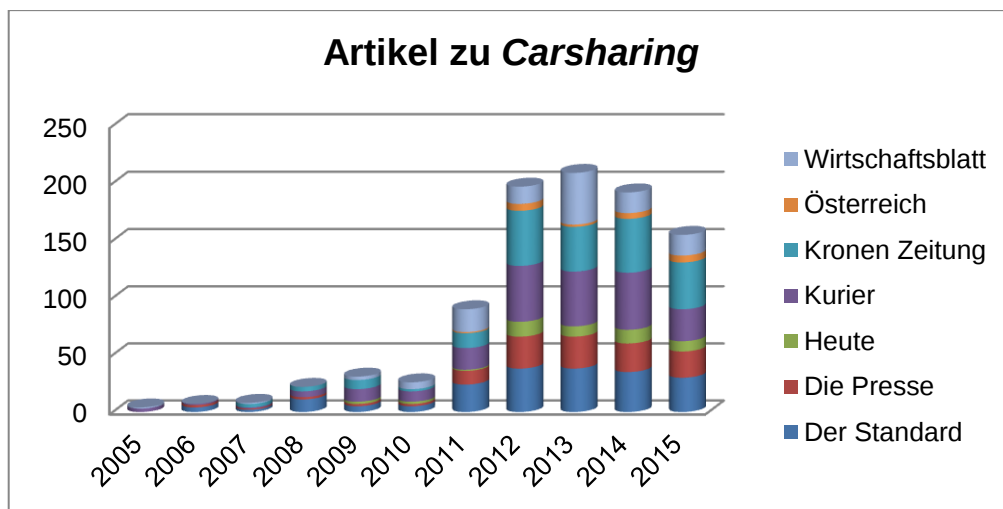
⁴⁷⁵ Vgl. [http://www.oe24.at/search?q=\"carsharing\"](http://www.oe24.at/search?q=\) (08.09.16).

⁴⁷⁶ Vgl. <http://wirtschaftsblatt.at/user/search.do> (08.09.16).

⁴⁷⁷ Transkription Interview 5, Zeile 160, Anhang S. 38.

beschäftigten sich die Zeitungen am meisten mit der Thematik, es konnten insgesamt 209 Artikel gefunden werden, die zumindest *Carsharing* erwähnten. Allerdings thematisieren die Artikel fast ausschließlich kommerzielle *Carsharing-Anbieter* und den Taxivermittlungsdienst *Uber*.

Abbildung 4: Artikel *Carsharing*



Wenn man sich die Qualität der Artikel ansieht, erkennt man zum Beispiel, dass sich die Berichte über *FragNebenan* auch tatsächlich hauptsächlich mit dem Nachbarschaftsnetzwerk beschäftigen, während *carsharing24/7* eher als weiteres Beispiel genannt wird und in der Berichterstattung über kommerzielles *Carsharing* etwas untergeht. Qualitativ muss der Vorsprung von *FragNebenan* bezüglich der Repräsentanz in den Tageszeitungen noch deutlicher betont werden. Das Nachbarschaftsnetzwerk konnte von der darüber hinaus durchgehend sehr positiven Berichterstattung am meisten profitieren.

Rolle der Stadt Wien

Die Frage, ob und inwieweit die *Stadt Wien* die *Sharing Economy* beziehungsweise die Beispiele unterstützte, ist nicht einfach zu beantworten, da der subjektive Frust der Interviewten über die mangelnde städtische Unterstützung für ihre eigenen Beispiele teilweise sehr deutlich auszumachen war. Es kann dennoch festgehalten werden, dass die *Stadt Wien* unterstützende Rahmenbedingungen schaffte.

Alle drei Interviewten, die als ExpertInnen zur *Sharing Economy* befragt wurden, weil sie die *Sharing Economy* gut beobachten und beforschen, die aber keine direkte

Verbindung zu den gewählten Beispielen haben, bewerten die *Stadt Wien* als Förderin. Sowohl die beiden VertreterInnen der *Wirtschaftskammer Wien* als auch die Ökonomin Falk und Mirjam de Klepper von *Vienna Shares* sehen die Stadt in einer die Entwicklung fördernden Position. Während die *Wirtschaftskammer* vor allem die rechtlichen Rahmenbedingungen, in der sich *Sharing* bewegen muss, damit es von der Stadt gefördert wird, betont,⁴⁷⁸ geht de Klepper mehr darauf ein, dass die Stadt zwar zum Beispiel schon einiges für den öffentlichen Raum mache, dass es aber die Aufgabe der *Stadt Wien* sei, *Sharing* und alternative Konsumformen noch sichtbarer zu machen und zu fördern. Aber auch sie bemerkt, dass sich die Stadt vor allem mit den Regulierungsfragen beschäftige und kritisiert, dass sie kleinere Initiativen links liegen lasse.⁴⁷⁹ Falk betont, dass die *Stadt Wien* unterstützende Rahmenbedingungen schaffe, wie etwa die Einführung eines *Park-and-Ride-Systems*, woraufhin viele Pendlernetzwerke entstanden sind oder die intensive Parkraumbewirtschaftung, die das Teilen von Autos interessanter mache.⁴⁸⁰ Falk zählt auch die vielen *Sharing-Angebote*, die von der *Stadt Wien* selbst ausgehen, zu den positiven Einflussfaktoren für die Wiener *Sharing Economy*. Öffentliche Einrichtungen, wie etwa Büchereien oder öffentlicher Nahverkehr, haben in Wien eine lange Tradition und große Bedeutung.⁴⁸¹ (s.o.)

Wenn man die Entstehungsgeschichten der Beispiele betrachtet, erkennt man, dass einige zumindest indirekt städtische Unterstützung bekamen. Der *Leihladen* und das *LastenRadKollektiv* haben beide den von der Stadt ausgeschriebenen *Neubauer Klimaschutzpreis* gewonnen.⁴⁸² *FragNebenan* erlebte die Stadt als Türöffnerin.⁴⁸³ Finanzielle Unterstützung bekamen sie, wenn auch nicht von der *Stadt Wien*, so aber vom Staat Österreich, einerseits durch eine Startup-Förderung von der AWS, der Förderbank der Republik Österreich, andererseits durch das Unternehmensgründungsprogramm des AMS.⁴⁸⁴

Positive Rahmenbedingungen für den Erfolg der Wiener *Sharing Economy* konnten vor allem im Bereich des *Fahrzeug-Sharings*, genauer im Bereich des kommerziellen *CarSharings*, ausgemacht werden.

⁴⁷⁸ Vgl. Transkription Interview 1, Zeilen 42-44, Anhang S. 2.

⁴⁷⁹ Vgl. Transkription Interview 8, Zeilen 168-207, Anhang S. 69.

⁴⁸⁰ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 101-131, Anhang S. 37f.

⁴⁸¹ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 5-17, Anhang S. 35.

⁴⁸² Vgl. <http://www.klip7.at/klip7/2010/2014/klip-7-2014-die-gewinnerteilnehmer>, 11.8.16 und vgl.

<http://www.klip7.at/Siegerprojekte-2010> (11.8.16).

⁴⁸³ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 87-95, Anhang S. 30.

⁴⁸⁴ Vgl. ebd., Zeilen 75-85, Anhang S. 30.

Das erste *Klimaschutzprogramm* der *Stadt Wien* wurde 1999 vom Wiener Gemeinderat beschlossen. Darin steht das Bekenntnis zur Förderung von *Carsharing* bereits festgeschrieben. Das Aktionsprogramm umfasst die Unterstützung von *Carsharing* beispielsweise durch Pressearbeit im Rahmen von Informationen und Werbung in gemeindeeigenen Medien und die Bereitstellung von verbilligten Parkplätzen an strategisch günstigen Orten für den Zeitraum von zehn Jahren.⁴⁸⁵ Auch im zweiten *Klimaschutzprogramm* der *Stadt Wien*, welches Ende des Jahres 2009 vom Wiener Gemeinderat beschlossen wurde und für die Jahre 2010 bis 2020 gilt, steht die Unterstützung von *Carsharing* und *Carpooling* dezidiert als Ziel festgeschrieben. Als Maßnahmen möchte die Stadt die WienerInnen durch Werbung und Bewusstseinsbildung zur Nutzung animieren, helfen die *Carsharing-Standplätze* auszubauen und das Angebotsnetz verdichten.⁴⁸⁶ Die Zielsetzungen der beiden Klimaschutzprogramme zeigen ein positives Bekenntnis zu *Carsharing*, aber auch nicht viel mehr. Es werden keine konkreten Handlungsvorschläge genannt, es solle lediglich geprüft werden, wie man zum Beispiel Parkmöglichkeiten im öffentlichen Raum schaffen könnte.⁴⁸⁷

Seit 2010 sind *die Grünen* in der Wiener Stadtregierung vertreten. Vizebürgermeisterin Maria Vassilakou ist seither amtsführende Stadträtin für Stadtentwicklung, Verkehr, Klimaschutz, Energieplanung und BürgerInnenbeteiligung. Als solche setzt sie sich stark für die Unterstützung von *Carsharing* ein.⁴⁸⁸ 2011 beschloss der Wiener Gemeinderat schließlich die konkrete Forcierung des klassischen standortgebundenen *Carsharings* für die Stadt durch das Zur-Verfügung-Stellen von eigenen *Carsharing-Parkplätzen*,⁴⁸⁹ was 2012 auch umgesetzt wurde. 40 Parkplätze wurden für standortgebundenes *Carsharing* reserviert und den Anbietern drei Jahre lang kostenlos zur Verfügung gestellt. Danach wurde eine jährliche Gebühr von 1200 Euro vorgesehen.⁴⁹⁰

Bereits seit dem Jahr 1999 bemüht sich die *Stadt Wien*, die Vorteile von *Carsharing* herauszustreichen. Die Zielsetzung, das Teilen von Autos zu unterstützen, setzt sich

⁴⁸⁵ Vgl. *Stadt Wien*, Klimaschutzprogramm Wien (1999), online unter <https://www.wien.gv.at/umwelt/klimaschutz/pdf/klip.pdf> (13.9.16) 158-160.

⁴⁸⁶ Vgl. *Stadt Wien*, Klimaschutzprogramm der Stadt Wien. Fortschreibung 2010–2020, (2009), online unter <https://www.wien.gv.at/umwelt/klimaschutz/pdf/klip2-lang.pdf> (13.9.16).

⁴⁸⁷ Vgl. ebd.

⁴⁸⁸ Vgl. <https://wien.gruene.at/mariavassilakou> (13.9.16).

⁴⁸⁹ Vgl. <http://www.wien.gruene.at/carsharing> (13.9.16).

⁴⁹⁰ Vgl. Öffentliche Parkplätze für Carsharing-Autos reserviert. In: Die Presse, 31.8.12, online unter <http://diepresse.com/home/panorama/wien/1285158/Offentliche-Parkplaetze-fur-CarsharingAutos-reserviert> (13.9.16).

bis in die Gegenwart fort. Auch im rot-grünen Regierungsübereinkommen aus dem Jahr 2015 steht: „Verleihsysteme stellen einen wichtigen Faktor bei der Stärkung der Multimodalität dar. In diesem Sinn soll der weitere Ausbau des standortbasierten *Carsharings* vorangetrieben werden.“⁴⁹¹ Dabei fällt auf, dass sich die unterstützenden Maßnahmen vor allem auf standortgebundenes *Carsharing* fokussieren, was Stand Ende 2015 in Wien vom *Carsharing-Riesen Zipcar* und von *Flinkster* betrieben wird. Auch in Zukunft wird *Carsharing* von der *Stadt Wien* gefördert werden, so steht es in den Zielen des Stadtentwicklungsplans bis 2025.⁴⁹²

Auf der Homepage der *Stadt Wien* wird *Carsharing* beworben und im Rahmen der Klimaschutztipps empfohlen. Die Angebote von *BlaBlaCar*, *Caruso*, *carsharing24/7*, *Flinkster*, *DriveNow*, *car2go* und *Zipcar* sind direkt auf der städtischen Homepage verlinkt. Besonders hervorgehoben wird dabei *Zipcar*, indem auf die Kooperation mit den *Wiener Linien* und der *ÖBB* extra hingewiesen wird.⁴⁹³ Im Bereich des *Gegenstand-Sharings* wird vor allem Gebrauchtwarenhandel und Reparatur beworben, allerdings findet auch die *Sharing-Plattform usetwice* eine direkte Verlinkung auf der Homepage.⁴⁹⁴

Neben der Unterstützung und Bewerbung von *Carsharing* beschäftigt sich Wien in Bezug auf die *Sharing Economy* aktuell vor allem mit Fragen der Regulierung der privaten Zimmervermietung und des Personentransports, was im Besonderen durch den Erfolg von *Uber* und *Airbnb* relevant wurde.⁴⁹⁵

⁴⁹¹ Eine Stadt, zwei Millionen Chancen. Das rot-grüne Regierungsübereinkommen für ein soziales, weltoffenes und lebenswertes Wien (2015), online unter <https://www.wien.gv.at/politik/strategien-konzepte/regierungsuebereinkommen-2015/pdf/regierungsuebereinkommen-2015.pdf> (13.9.16), 95.

⁴⁹² Vgl. *Stadt Wien*, Stadtentwicklungsplan Wien 2025 (2014), online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008379a.pdf> (13.9.16).

⁴⁹³ Vgl. <https://www.wien.gv.at/verkehr/kfz/carsharing/> (11.12.15).

⁴⁹⁴ Vgl. <https://www.wien.gv.at/umweltschutz/nachhaltigkeit/boersen.html> (13.9.16).

⁴⁹⁵ Vgl. *Stadt Wien*, Wir machen in Wien die Share zur Fair Economy, online unter <https://www.wien.gv.at/wirtschaft/standort/pdf/share-economy-in-wien.pdf> (13.9.16).

7 Zur Bedeutung der Wiener *Sharing Economy*

Die Frage nach der Bedeutung der Wiener *Sharing Economy* ist die zweite zentrale Forschungsfrage dieser Diplomarbeit. Einerseits gilt es, die quantitative Bedeutung im Sinne der Relevanz der *Sharing Economy* in Wien zu erforschen. Andererseits sollen qualitative Bedeutungshorizonte herausgearbeitet werden, die etwa die Frage beantworten sollen, inwiefern die Entwicklung der *Sharing Economy* in Wien als Verbreiterung und Verbreitung alternativer und konsumkritischer Konsumformen bewertet werden kann.

7.1 Relevanz

Im Sinne einer engeren Definition von *Fahrzeug-Sharing* und *Gegenstand-Sharing* in Wien, die die klassische Vermietung und öffentliche Angebote der Stadt nicht beinhaltet, und im Sinne der Typologie der Beispiele, welche nur formal organisiertes Vermieten, Verleihen und gemeinschaftliches Nutzen von Fahrzeugen und Gegenständen miteinschließt, konnten für den Zeitraum von 1992 bis 2015 in Wien insgesamt 34 Initiativen Sharing-Economy-Beispiele ausgemacht werden. Im Jahr 2015 sind davon noch 30 aktive.

Tabelle 8: Bestandsaufnahme

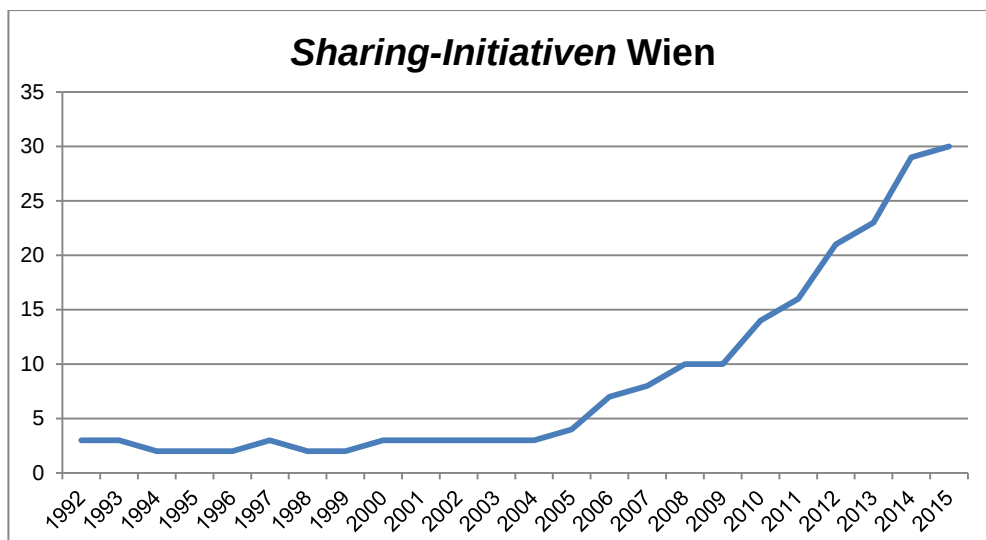
Initiative	Gegründet/verfügbar in Wien seit
<i>Easy-Drive</i> danach <i>Carsharing.at</i>	1997-2012
<i>AutoTeilen Österreich</i>	1992-1998
<i>AutoNative</i>	1992-1994
<i>Autoshare</i>	2012-2013
<i>Fahrrad.Selbsthilfe.Werkstatt</i>	1983
<i>Carpoolworld.com</i>	2000
<i>Druckraum</i>	2005
<i>BlaBlaCar</i>	2006
<i>Compano</i>	2006
<i>Metalab</i>	2006
<i>Karzoo</i>	2007
<i>mitfahrgelegenheit.at</i>	2008

bikekitchen	2008
LastenRadKollektiv	2010
frents	2010
Mitfahrangebot.at	2010
HappyLab	2010
car2go	2011
flinc	2011
Caruso	2012
Zipcar	2012
carsharing24/7	2012
Teilbar.at	2012
usetwice	2012
Elfride	2013
Flinkster	2013
Flickerei	2013
DriveNow	2014
share me	2014
PumpiPumpe	2014
FragNebenan	2014
Leila	2014
Kids-Bike-Sharing-Club	2014
list-n-ride	2015

Von den 34 Angeboten können 22 dem *Fahrzeug-Sharing* und nur 12 dem *Gegenstand-Sharing* zugerechnet werden.

Die Entstehung des *Fahrzeug-Sharings* unterscheidet sich von der des *Gegenstand-Sharings* hinsichtlich des Zeitpunkts der Entstehung der Angebote und in Bezug auf die Fülle der Angebote. Während vor 2010 bereits neun *Carsharing-Angebote* entstanden, wurden im Bereich des *Gegenstand-Sharings* vier freie Werkstätten gegründet. Die *Fahrrad-Selbsthilfe-Werkstatt* mit der niederschweligen Zur-Verfügung-Stellung von Werkzeugen kann als erste *Sharing-Initiative* für Wien ausgemacht werden. Ihre Wurzeln reichen bis in die 80er Jahre zurück. Die ersten beiden *Carsharing-Initiativen* entstanden bereits 1992. Diese Initiativen können als Vorformen des globalen *Sharing-Trends* im 21. Jahrhundert gesehen werden.

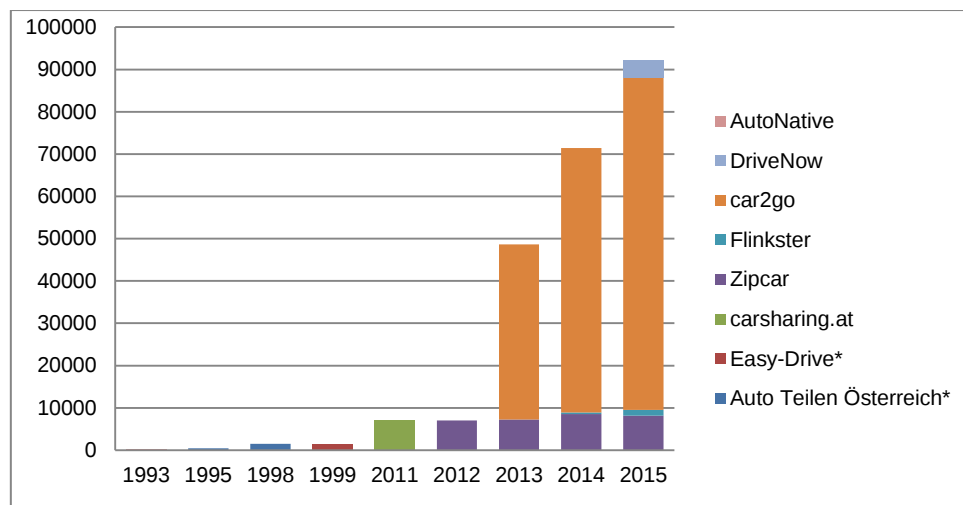
Abbildung 5: Entwicklung der Neugründungen von *Sharing-Initiativen*



Auch für Wien bestätigt sich der *Sharing-Boom* ab der zweiten Hälfte der 2000er-Jahre. Ab 2005 und vor allem ab 2009 kann ein Aufwärtstrend der *Sharing-Economy-Angebote* nachgewiesen werden. Dieser erreichte 2012 mit einem Plus von fünf Konzepten einen ersten und 2014 einen zweiten Höhepunkt mit der Gründung von sechs Angeboten am Standort Wien.

Aufgrund der Vielfalt der Angebote lässt sich auch die Frage nach der Bedeutung der Wiener *Sharing Economy* nicht einheitlich beantworten. Wenngleich ein Aufschwung an *Sharing-Economy-Konzepten* ausgemacht werden kann, muss man in der Einschätzung der Bedeutung zwischen kommerziellen *Sharing-Anbietern* und gemeinschaftlichem Teilen ohne monetäre Transaktionen trennen, sie unterscheiden sich teilweise sehr in ihrer Reichweite. *Business-to-Consumer-Sharing* als Ergänzung zur beziehungsweise Facette der traditionellen Vermietung ist in Wien im Bereich des *Fahrzeug-Sharings* vertreten. Mit vier kommerziellen *Carsharing-Anbietern* ist das Angebot sehr vielfältig und auch die NutzerInnenzahlen sowie die bereits erläuterte mediale Aufmerksamkeit sind rasant gestiegen.

Abbildung 6: NutzerInnen kommerziellen *Carsharings* in Wien⁴⁹⁶



Die NutzerInnenanzahl stieg von 132 im Jahr 1993 auf 92 259 Mitglieder zu Beginn des Jahres 2015. 1993 konkurrierten zwei *Carsharing-Anbieter*, von 1994 bis 2013 gab es nur eine *Carsharing-Organisation* in Wien. Ab 2013 begann sich das Angebot auszudifferenzieren, womit auch die Mitgliederzahlen massiv anstiegen.

2015 stehen in Wien 1 300 *Carsharing-Autos* von vier Anbietern zur Verfügung⁴⁹⁷, die Ende des Jahres sogar von 118 481 registrierten WienerInnen für 7 000 Fahrten täglich genutzt werden.⁴⁹⁸

In der Sparte des *Gegenstand-Sharings* gibt es keine vergleichbaren Zahlen. In diesem Bereich erfahren vor allem Peer-to-Peer-Vermietung, offene Werkstätten und organisierte Nachbarschaftshilfe einen Aufschwung. Die NutzerInnenzahlen dieser Initiativen reichen allerdings nicht an jene des professionellen *Carsharings* heran. Allerdings haben sich die Mitgliedszahlen von *FragNebenan* explosionsartig entwickelt. Innerhalb eines Jahres erhöhte sich die Mitgliedszahl von 1 000 auf über 25 000.⁴⁹⁹ *FragNebenan* ist somit derzeit das am meisten genutzte *Gegenstand-Sharing-Angebot* in Wien.

Die Ökonomin Falk sieht bei *Fahrzeug-Sharing* ein bereits sehr viel erfolgreicheres Phänomen, das viel mehr in der Wiener Gesellschaft angekommen sei, was ihrer

⁴⁹⁶ Eigene Darstellung, Zahlen vgl. *Forschungsgesellschaft Mobilität*(Hg.), *Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr*, 32-34 und vgl. *Keller*, *Entwicklung und Potential von organisiertem Car-Sharing in Deutschland, Österreich und der Schweiz*, 45f. und vgl. *Stadt Wien MA – Stadtentwicklung und Stadtplanung: Carsharing Wien – Evaluierung* (Wien 2015) online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008470.pdf> (19.8.16).

*Zahlen Gesamt-Österreich

⁴⁹⁷ Vgl. *Stadt Wien MA – Stadtentwicklung und Stadtplanung: Carsharing Wien – Evaluierung* (Wien 2015) online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008470.pdf> (19.8.16).

⁴⁹⁸ Vgl. ebd.

⁴⁹⁹ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 62f., Anhang S. 30.

Einschätzung nach am höheren Grad der Professionalisierung liege. Im Bereich des *Gegenstand-Sharings* erkennt sie großes Potential vor allem im Instrumente- und Schiverleih. Schiverleih werde neben *Carsharing* von den ÖsterreicherInnen am meisten in Anspruch genommen.⁵⁰⁰

Sieben der neun befragten ExpertInnen sehen im *Sharing-Trend* mehr als ein Nischenphänomen. Falk spricht ihm sogar eine sehr große Relevanz zu: „Also, ich würde sagen, dass die ‚Sharing Economy‘ in Wien eine sehr große Bedeutung hat und das wird auch noch weiter wachsen“⁵⁰¹

Die *Wirtschaftskammer* erkennt ebenfalls eine steigende Bedeutung der Wiener *Sharing Economy*, dies zeige sich vor allem darin, dass sich immer mehr Wiener Unternehmen der *Sharing-Idee* annehmen und auch die Stadt diese Entwicklung fördert und sich intensiv damit auseinandersetzt.⁵⁰² Mirjam de Klepper betont das Potential der *Sharing Economy* für Wien und ist der Meinung, dass sie generalisiert werden kann, sieht es aber vor allem als Aufgabe der Stadt, Konzepte zu unterstützen und zu popularisieren.⁵⁰³

Auch die AkteurInnen der gewählten Beispiele, Stefan Theißbacher und Ina Hahn, sehen eine wachsende Bedeutung des *Sharings* für Wien. Sie betonen, dass vor allem die profitorientierten *Sharing-Initiativen* bereits sehr weit verbreitet und etabliert seien.⁵⁰⁴ Konsumbewusstere Initiativen, die den Gedanken des Teilens fern von monetären Gegenleistungen leben, würden allerdings noch keine breite Masse erreichen.⁵⁰⁵ Markus Heingärtner bewertet *Sharing* als Mittelschichtphänomen⁵⁰⁶ und Ruth Juric Reithofer ist der Meinung, dass *Sharing* vor allem bei der jüngeren Generation massentauglich sein kann.⁵⁰⁷

⁵⁰⁰ Vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 307-322, Anhang S. 42.

⁵⁰¹ Ebd., Zeilen 5-10, Anhang S. 35.

⁵⁰² Vgl. Transkription Interview 1; Zeilen 8-11, Anhang S. 2.

⁵⁰³ Vgl. Transkription Interview 8, Zeilen 198-231, Anhang S. 59f.

⁵⁰⁴ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 248-267, Anhang S. 14f und vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 276-293, Anhang S. 34.

⁵⁰⁵ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 47-61, Anhang S. 11.

⁵⁰⁶ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 496-501, Anhang S. 27.

⁵⁰⁷ Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 218-223, Anhang S. 56.

7.2 Bedeutung

Sharing ist nicht per se konsumkritisch. Die Ökonomin Falk ist der Ansicht, dass *Sharing* keine konsumkritische Praxis darstellt: „Konsum ist geil, das ist ‚Sharing‘: Je mehr desto besser.“⁵⁰⁸

Auch wenn dem Zugang gegenüber dem Besitz der Vorzug gegeben wird, bedeutet dies nicht, dass *Sharing Economy* konsumkritisch ist. Mit Verzicht habe *Sharing* gar nichts zu tun, ist auch *usetwice*-Chef Heingärtner der Meinung, es sei vielmehr *das Angebot von Fülle*.⁵⁰⁹

Allerdings ist festzuhalten, dass auch sehr viele konsumkritische beziehungsweise konsumbewusste *Sharing-Initiativen* im Rahmen einer *Sharing Economy* entstehen beziehungsweise ihnen mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird. Im Zuge der Bestandsaufnahme konnten zehn Wiener Konzepte ausgemacht werden, die als gemeinnütziger Verein organisiert sind und nicht profitorientiert agieren.⁵¹⁰

Von den untersuchten sechs Beispielen sind zwei als konsumkritische Initiativen einzustufen. Die Nutzung der Konsumgüter ist bei diesen Initiativen gratis oder auf einen Unkostenbeitrag beschränkt und die Initiatoren arbeiten ehrenamtlich. Das *LastenRadKollektiv* bezeichnet sich selbst als solidarökonomisches Konzept⁵¹¹ und auch *Leila* will alternatives Wirtschaften und Konsumieren vorantreiben. Ein Ziel von *Leila* ist es etwa „die isolierenden und gesellschaftlich oftmals spaltenden Dynamiken des gegenwärtigen Wirtschaftssystems ab[zu]federn und einen Ausweg aus der konsum- und statusorientierten Wegwerfgesellschaft auf[zu]zeigen“⁵¹²

Eine Studie der *HERRY Consult GmbH* im Auftrag der *Stadt Wien* zeigt, dass *Carsharing-Nutzung* als Ergänzung zum öffentlichen Verkehr und nicht stattdessen in Anspruch genommen wird und dazu führt, dass privater PKW-Besitz abnimmt. Ein *Carsharing-Fahrzeug* ersetzt laut Studie fünf private Autos in Wien. Die Studie berechnet, dass durch Wiener *Carsharing* derzeit zirka 44 Millionen Kilometer PKW-Fahrleistung eingespart werden, was eine Einsparung von ungefähr 7 000 Tonnen CO₂ jährlich bedeutet.⁵¹³

⁵⁰⁸ Transkription Interview 5 Zeilen 149f., Anhang S. 38.

⁵⁰⁹ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 444-449, Anhang S. 26.

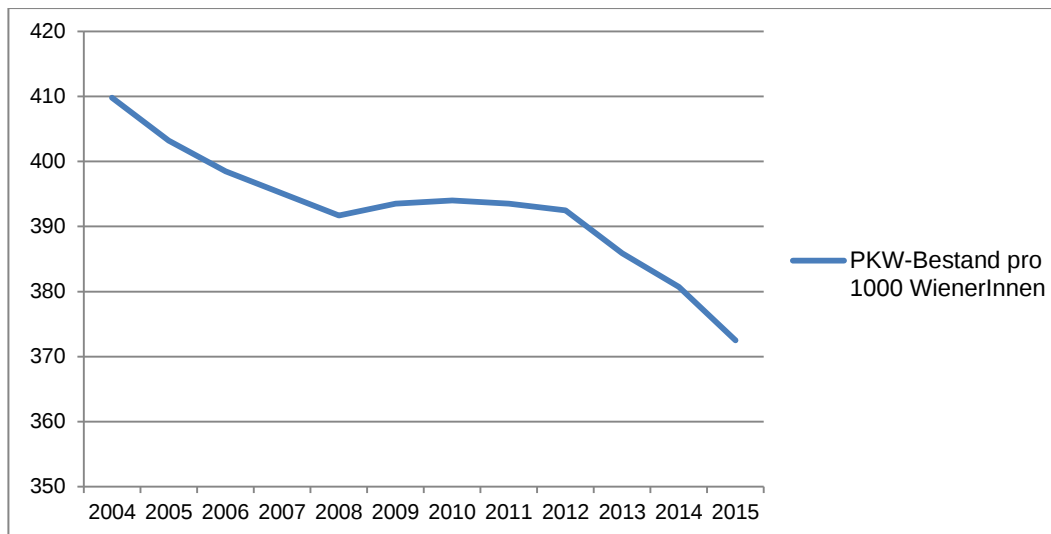
⁵¹⁰ Caruso, Elfride, *LastenRadKollektiv*, *Metalab*, *Druckraum*, *bikekitchen*, *Flickerei*, *Leila*, *PumpiPumpe*, *Fahrrad.Selbsthilfe.Werkstatt*, *teilbar*

⁵¹¹ Vgl. Transkription Interview 6, Zeilen 10-15, Anhang S. 42.

⁵¹² http://www.leihladen.at/wp/?page_id=2 (29.8.16).

⁵¹³ Vgl. *Stadt Wien* MA – Stadtentwicklung und Stadtplanung: *Carsharing Wien – Evaluierung* (Wien 2015) online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008470.pdf> (19.8.16).

Abbildung 7: Pkw-Bestand Wien 2000 bis 2015⁵¹⁴



Auch wenn der Umweltgedanke für viele vielleicht nicht das Motiv für das Teilen darstellt, so sei eine Reduzierung der gebrauchten Ressourcen zumindest ein Nebeneffekt, meint Heingärtner.⁵¹⁵ Juric-Reithofer bewertet vor allem *Peer-to-Peer-Carsharing* als ökologisch nachhaltiger, da die Autos nicht mehr neu produziert werden müssen, sondern vorhandene Ressourcen besser genutzt werden.⁵¹⁶

Eine weitere Folge der *Sharing Economy* ist, dass es zu einer Qualitätssteigerung kommt. Drei der Befragten weisen darauf hin, dass durch die Wiederverwertungslogik und den Teilen-Gedanken das Qualitätsbewusstsein steige und hochwertiger produziert werde und *Sharing Economy* deshalb als Gegenentwicklung zur Wegwerfgesellschaft bewertet werden kann.⁵¹⁷ „Ich denke schon, dass das eine Gegenbewegung ist zu Wegwerfsachen.“⁵¹⁸, äußert sich Falk im Gespräch.

Alle gewählten Beispiele beteuern, einen ideellen Hintergrund zu haben, wenngleich vier der sechs Initiativen von Firmen betrieben werden. Die ExpertInnen sind sich darüber einig, dass *Sharing Economy* auch als Marketingstrategie eingesetzt wird. De Klepper meint dazu etwa: „für das generelle Publikum und für die Großunternehm-

⁵¹⁴ Vgl.

http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/verkehr/strasse/kraftfahrzeuge/-bestand/index.html (26.8.16).

⁵¹⁵ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 460f., Anhang S. 27.

⁵¹⁶ Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 98-122, Anhang S. 53.

⁵¹⁷ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 460-472, Anhang S. 27 und vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 306-315, Anhang S. 34 und vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 254-277, Anhang S. 40f. und vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 263f, Anhang S. 40.

⁵¹⁸ Transkription Interview 5, Zeilen 263f, Anhang S. 40.

men ist „Sharing“ noch immer ganz eine totale Marketingstrategie⁵¹⁹ Auch Rahel Falk und Ina Hahn sehen eine Marketingstrategie im *Sharing-Konzept*, die vor allem bei größeren Firmen angewendet wird⁵²⁰ und auch die *Wirtschaftskammer* sieht bei der *Sharing Economy* monetäre Interessen im Vordergrund.⁵²¹ Als sehr negativ empfindet dies Stefan Gauerke: „was mich stört am ‚Sharing‘-Ansatz, dass ein sozialer Gedanke verwurschtelt wird zu einem Profit-Gedanken“.⁵²² Markus Heingärtner und Ruth Juric-Reithofer erklären im Gespräch, dass das Schlagwort der *Sharing Economy* von vielen als Marketinginstrument eingesetzt werde.⁵²³

Des Weiteren lässt sich feststellen, dass die Nutzung von *Sharing-Angeboten* auch für einige als Teil eines Lifestyles verstanden wird. Diese Dimension, die ein weiteres Motiv für die gemeinschaftliche Nutzung darstellt, betonen vor allem Falk, Theißbacher und Heingärtner.⁵²⁴ Theißbacher ist der Meinung, dass in letzter Zeit *Sharing en vogue* geworden sei,⁵²⁵ er findet es schön, dass sich die Notwendigkeit zu teilen mit einem Lifestyle verknüpfen lasse.⁵²⁶

Die Frage, ob *Sharing* etwas prinzipiell Neues ist, ist eindeutig mit Nein zu beantworten. Geteilt wurde schon immer. Es gibt jedoch etwas Neues am Teilen, da sind sich die ExpertInnen einig. Teilen sei keine an sich neue Form des Wirtschaftens, sondern „ein neuer Aspekt innerhalb einer marktwirtschaftlichen Logik“⁵²⁷, so Heingärtner. Das Neue am Teilen sei vor allem die technologische Entwicklung, die Vielfalt der Angebote, die in letzter Zeit entstehen, und die zunehmende Popularisierung, so die Interviewten.

Die Befürchtung, dass *Sharing* die öffentlichen Einrichtungen ersetzen könnte, äußern Ruth Juric-Reithofer und Dr. Rahel Falk im Gespräch. Es sei der falsche Weg, wenn Autos in der Stadt für nur sehr kurze Strecken verwendet werden, die auch mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut abzudecken wären und so Individualverkehr den öffentlichen ersetzt, so Juric Reithofer.⁵²⁸ Sie kritisiert: „Es heften sich halt viele dann

⁵¹⁹ Transkription Interview 8, Zeilen 198f., Anhang S. 39.

⁵²⁰ Vgl. Transkription Interview 2, Zeilen 47f, Anhang S. 11. und vgl. Transkription Interview 5, Zeilen 199-201, Anhang S. 39.

⁵²¹ Vgl. Transkription Interview 1, Zeile 311, Anhang S. 8.

⁵²² Transkription Interview 9, Zeilen 101f, Anhang S. 67.

⁵²³ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 407-420, Anhang S.26 und vgl Transkription Interview 7, Zeilen 98-100, Anhang S. 53.

⁵²⁴ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 330-336, S. 24 und vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 259-270, Anhang S. 33 und vgl. Transkription Interview 5, Zeile 152, Anhang S. 38.

⁵²⁵ Vgl. Transkription Interview 4, Zeilen 205, Anhang S. 32.

⁵²⁶ Vgl. ebd., Zeilen 259-264, Anhang S. 33.

⁵²⁷ Vgl. Transkription Interview 3, Zeilen 393f, Anhang S. 25.

⁵²⁸ Vgl. Transkription Interview 7, Zeilen 98-108, Anhang S. 53.

die grüne Flagge drauf mit ‚Carsharing‘, was halt eigentlich, wenn man es dann genauer anschaut, eben eigentlich das Gegenteil ist.“⁵²⁹ Falk setzt eine breitere Kritik an und erkennt eine Gefahr im *Peer-to-Peer-Sharing*. Es sei problematisch, wenn privat organisierte Initiativen in großem Ausmaß zunehmen, sodass sie möglicherweise öffentliche Einrichtungen ersetzen.⁵³⁰

Die härteste Kritik an der *Sharing Economy* und der Kommerzialisierung des Teilens übt das *LastenRadKollektiv*:

Das [Airbnb und BlaBlaCar] ist die kapitalistische Verwertung von Ideen, weil da gibt es immer Vorläufer dazu, die irgendwie nicht über diesen Zugang, über diese Einwegzone Geld funktionieren, sondern wo Leute wen beim Autostoppen mitnehmen oder wo Leute wen übernachten lassen, dies und das und da sehe ich persönlich eher so den Versuch der Verwertung dessen, was noch da ist möglichst gewinnbringend, als irgendein emanzipatorisches Potential, im Sinne von: ‚Wir versuchen einfach gescheiter mit Ressourcen umzugehen.‘⁵³¹

Auch wenn die *Sharing Economy* das Potential einer Verbreiterung von ökologisch nachhaltigeren Konsum- und Produktionsformen birgt, ist eine kritische Betrachtungsweise berechtigt, da die vielen profitorientierten Peer-to-Peer-Konzepte zur Kommerzialisierung von Bereichen des sozialen Lebens und der gegenseitigen solidarischen Hilfe führen.

Darüber hinaus fördert die *Sharing Economy* den von Jonathan Crary kritisierten *24-Stunden-Kapitalismus*⁵³² durch den permanenten Zugang zu den Konsumgütern, wie es im Zuge einer *Sharing Economy* gewährleistet wird. Durch die digitale Infrastruktur, die dies ermöglicht, kommt es laut Crary zur „Finanzialisierung und Kommodifizierung von immer mehr Bereichen des persönlichen und sozialen Lebens“⁵³³

⁵²⁹ Transkription Interview 7, Zeilen 107f., Anhang S. 53.

⁵³⁰ Vgl. Transkription Interview 5 Zeilen 283-295, Anhang S. 41.

⁵³¹ Transkription Interview 6, Zeilen 287-292, Anhang S.47f.

⁵³² Vgl. Jonathan Crary, 24/7. Schlaflos im Spätkapitalismus. Aus dem Englischen von Thomas Laugstien (Berlin 2014).

⁵³³ Ebd., 83.

8 Zusammenfassung

Im Zuge der Forschung konnten mehrere Entstehungsbedingungen der *Sharing Economy*, ausgehend von wienerischen Beispielen und der Einschätzungen der ExpertInnen und AkteurInnen der Wiener *Sharing-Szene* in Kombination mit der Literaturrecherche ausgemacht werden.

Ein geändertes Verhältnis der KonsumentInnen zu Besitz stellt die zentrale Vorbedingung für eine Ökonomie, die dem Zugang den Vorzug vor dem Besitz gibt, dar. Dafür konnten fünf Gründe, die auch teilweise stark zusammenhängen, herausgearbeitet werden, die in Kombination und in verschiedener Gewichtung den Weg für die Entstehung und Entwicklung der *Sharing Economy* ebneten. Erstens führt ein ideologischer Wertewandel bei vielen KonsumentInnen zu einer postmaterialistischen Einstellung. Viele definieren ihren Status nicht mehr vor allem über ihren Besitz. Zweitens konnte herausgearbeitet werden, dass durch veränderte Lebenssituationen und demographische Entwicklungen im Allgemeinen die Bedeutung von Flexibilität in einer zunehmend mobilen Gesellschaft zunimmt, was wiederum die Bedeutung von Besitz abschwächt, da er Mobilität erschwert. Als dritter Punkt konnte festgestellt werden, dass ein gestiegenes ökologisches Bewusstsein bei vielen KonsumentInnen zu bewussteren und alternativen Konsumformen führt. Die Bereitschaft, Dinge der Umwelt wegen zu teilen, kann als Grund für ein verändertes Verhältnis zu Besitz betrachtet werden. Viertens konnte gezeigt werden, dass *Gemeinschaftlicher Konsum* nach einer Periode des Individualismus wieder an Attraktivität gewinnt. Vor allem bei Formen der Nachbarschaftshilfe ist das Bedürfnis nach Gemeinschaft ein wichtiger Treiber. Fünftens sind ökonomische Lebensrealitäten dafür verantwortlich, dass sich viele Besitz und ungenutzte Kapazitäten nicht mehr leisten können. Da sie trotzdem auf nichts verzichten wollen, treibt dies wiederum die Nutzung der Produkte im Gegensatz zu ihrem Erwerb an.

Zusätzlich konnte die Bedeutung der technologischen Entwicklung als maßgeblicher Treiber einer *Ökonomie des Teilens* gezeigt werden. Internet und Social Media ermöglichen ein Teilen unter Fremden, reduzieren Hemmungen bei der Kontaktaufnahme und geben den KonsumentInnen durch Unabhängigkeit von Öffnungszeiten und Orten die Sicherheit, immer Zugang zu allem zu haben. Diese Veränderungen

führen dazu, dass KonsumentInnen vermehrt bereit sind, im Sinne einer *Sharing Economy* zu konsumieren.

Darüber hinaus bietet die boomende *Peer-to-Peer-Sharing-Community* Menschen in finanziellen Schwierigkeiten die Möglichkeit, mit ihrem Besitz etwas dazuzuverdienen, was mittels Internet einfach möglich ist. Viele teilen aus einem ökonomischen Zwang heraus.

Der monetäre Eigennutz ist mit Sicherheit auch ein Treiber für das Entstehen von professionellen *Sharing-Angeboten*. Alle gewählten Beispiele beteuern einen ideellen Hintergrund zu haben, dennoch werden vier der sechs Initiativen als Firmen betrieben, die demnach auch monetäre Interessen verfolgen.

Sowohl eine große mediale Aufmerksamkeit als auch die unterstützenden Rahmenbedingungen der *Stadt Wien* können des Weiteren als positive Einflüsse auf die Entwicklung der Wiener *Sharing Economy* bewertet werden. Dadurch, dass *Sharing* in den Medien thematisiert sowie von der Stadt beworben wird und sich viele über einen nachhaltigen oder vermeintlich nachhaltigen Lebensstil definieren, wird *Sharing* als Lifestyle en vogue. Auch wenn es ökologische, ökonomische, ideelle und soziale Treiber gibt, so ist es auch im Trend etwas zu teilen. All diese Faktoren verleihen der *Teilökonomie* neue Schwungkraft und fördern die Entwicklung von *Sharing Economy*.

Im Zeitraum zwischen 1992 und 2015 konnten für Wien 34 Initiativen in den Bereichen *Fahrzeug-Sharing* und *Gegenstand-Sharing* im Sinne einer engeren Definition, die klassische Vermietung und öffentliche Angebote nicht berücksichtigt, und im Sinne der Typologie der Beispiele, die nur formal organisiertes Vermieten, Verleihen und gemeinschaftliches Nutzen von Fahrzeugen und Gegenständen miteinschließt, ausgemacht werden. Die Entstehung der *Sharing-Initiativen* häufte sich in Wien ab 2009, vor allem in den Jahren 2012 und 2014. Es konnte festgestellt werden, dass *Sharing-Economy-Konzepte* in Wien einen Aufschwung erleben und von Bedeutung sind. Die Entstehung des *Fahrzeug-Sharings* unterscheidet sich von der des *Gegenstand-Sharings* hinsichtlich des Zeitpunkts der Entstehung und der Fülle der Angebote. 22 *Fahrzeug-Sharing-Angebote* stehen 12 *Gegenstand-Sharing-Initiativen* gegenüber. Im Bereich des *Gegenstand-Sharings* entstanden zuerst die offenen Werkstätten. Während vor 2010 bereits neun *Carsharing-Angebote* entstanden, wurden im

Bereich des *Gegenstand-Sharings* vier *Sharing-Werkstätten* gegründet. Die Überrepräsentanz von *Carsharing* bestätigt sich auch in der Reichweite. Im Bereich des *Gegenstand-Sharings* existieren vor allem sehr kleine und konsumkritische Initiativen. *Carsharing* ist hingegen bereits sehr viel massenfähiger geworden. Das Angebot ist in diesem Bereich besonders professionalisiert und ausdifferenziert.

Sowohl *Fahrzeug-Sharing* als auch *Gegenstand-Sharing* haben alte Wurzeln in Wien. In beiden Bereichen findet man Beispiele der gemeinsamen Nutzung von Ressourcen in Wien seit dem Mittelalter. Es konnte gezeigt werden, dass Besitz und individualisiertes Konsumieren in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, zur Zeit von Massenkonsum und Wirtschaftswachstum, immer wichtiger wurden, Besitz aber in den letzten Jahren wieder an Bedeutung verloren hat, was allerdings nicht per se bedeutet, dass *Sharing* als Praxis der Konsumkritik zu bewerten ist, denn durch die *Sharing Economy* wird den KonsumentInnen rund um die Uhr ein sehr großes Angebot an ständig verfügbaren Konsumgütern zur Verfügung gestellt. Zwei der sechs Beispiele konnten als konsumkritisch bewertet werden. *Sharing* ist nicht per se konsumkritisch und der Boom des *Sharings* ist nicht unbedingt eine Verbreiterung von konsumkritischen Praxen. Allerdings kommt es auf jeden Fall zu einer Steigerung in Angebot und Nachfrage von nutzungsbasierten Konsumformen.

Wenn manche kritisieren, professionelles *Carsharing* sei nicht echtes *Sharing*, da es profitorientiert funktioniert, ist dem entgegenzusetzen, dass es trotzdem das Potential birgt, bei gleichbleibender Mobilität den Autobestand zu senken, was zu einer höheren Lebensqualität führen würde. Außerdem ist es dennoch eine umweltschonendere Form des Individualverkehrs, vor allem wenn Elektroautos zum Einsatz kommen. Darüber hinaus konnte in keiner Definition ein ethischer Anspruch oder die Bedingung eines nicht-gewinnorientierten Hintergrunds als determinierendes Element von *Sharing Economy* ausgemacht werden.

Ein weiterer Nebeneffekt des *Sharings* ist, dass es durch die zunehmende Wiederverwertungslogik zu einem höheren Qualitätsbewusstsein bei den KonsumentInnen und dadurch wiederum zu einer Qualitätssteigerung kommt. *Sharing* kann somit als Gegenbewegung zur Wegwerfgesellschaft bewertet werden.

In den letzten Jahren entstanden viele verschiedene neue Angebote, die technologische Entwicklung und die veränderten Anforderungen an das Konsumieren ermög-

lichten die Bildung eines neuen Marktes. Manche Konzepte haben einen ideellen Hintergrund, andere funktionieren in einer rein marktwirtschaftlichen Logik.

Das Fazit der Forschung ist, dass sich in Wien ein gesellschaftlicher Wandel beobachten lässt, der dazu führt, dass das Besitzstreben hinterfragt wird und der, katalysiert durch die Wirtschafts- und Finanzkrise in Kombination mit technologischen Durchbrüchen, tatsächlich etwas Neues in Bewegung setzte. Zugangsbasiertes Konsumieren erlebt einen Aufschwung. Massenfähig wird *Sharing* allerdings vor allem durch Professionalisierung und ständige Verfügbarkeit der Konsumgüter. Dies führt zu einer Unterwanderung eines ursprünglich ideologisch-konsumkritischen Ansatzes durch Kommerzialisierung. Ein Nebeneffekt des zugangsbasierten Konsums ist dennoch eine intensivere Nutzung von Konsumgütern, was zu einer Qualitätssteigerung in der Produktion beiträgt und so als Gegenentwicklung zu Wegwerfprodukten gesehen werden kann.

Die Frage, welche Bedeutung einer *Sharing Economy* tatsächlich für die Wiener Wirtschaft und die Konsumpraxen der WienerInnen zukommt, wird in Zukunft zu beantworten sein. Viele verschiedene Konzepte sind entstanden und man wird sehen, welche nachhaltig bei einer breiteren Masse Zuspruch finden werden.

Bibliographie

Fleura *Bardhi*, Giana *Eckhardt*, Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. In: Journal of Consumer Research 39, H. 4 (2012) 881-898.

Monika *Bernold*, Andrea *Ellmeier*, Konsum, Politik und Geschlecht. Zur Feminisierung von Öffentlichkeit als Strategie und Paradoxon. In: Hannes *Siegrist*, Hartmut *Kaelble*, Jürgen *Kocka* (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (Frankfurt am Main/New York 1997) 441-466.

Rachel *Botsman*, Roo *Rogers*, What's Mine Is Yours. How Collaborative Consumption Is Changing the Way We Live (London, revised and updated edition 2011).

Susanne *Breuss*, Franz *Eder*, Vorwort. In: Susanne *Breuss*, Franz *Eder* (Hg.), Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert (Querschnitte 21, Innsbruck/Wien/Bozen 2006) 7f.

Jonathan *Crary*, 24/7. Schlaflos im Spätkapitalismus. Aus dem Englischen von Thomas *Laugstien* (Berlin ²2014).

Felix *Czeike*, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 1 (Wien 2004).

Felix *Czeike*, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 2 (Wien 2004).

Felix *Czeike*, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 3 (Wien 2004).

Felix *Czeike*, Historisches Lexikon Wien in 6 Bänden, Bd. 5 (Wien 2004).

Nestor *Davidson*, The Sharing Economy as an Urban Phenomenon. In: Yale Law & Policy Review 32, H. 2 (2016) 214-279.

Hermann *Denz*, Staat und Zivilgesellschaft: Widersprüche, Verwerfungen, Bruchlinien. In: Hermann *Denz*, Christian *Friesl*, Regina *Polak*, Reinhard *Zuba*, Paul *Zulehner* (Hg.), Die Konfliktgesellschaft. Wertewandel in Österreich 1990-2000 (Wien 2001) 169-243.

Vera *Demary*, Mehr als das Teilen unter Freunden – Was die Sharing Economy ausmacht. In: Wirtschaftsdienst 95, H.2 (2015) 95-98.

Franz *Eder*, Geschichte des Konsumierens – Ansätze und Perspektiven der (historischen) Konsumforschung. In: Susanne *Breuss*, Franz *Eder* (Hg.), Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert (Querschnitte 21, Innsbruck/Wien/Bozen 2006) 9-41.

Franz *Eder*, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert. In: Franz *Eder*, Peter *Eigner*, Andreas *Resch*, Andreas *Weigl* (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Querschnitte 12, Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003) 201-285.

Peter *Eigner*, Andreas *Resch*, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz *Eder*, Peter *Eigner*, Andreas *Resch*, Andreas *Weigl* (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Querschnitte 12, Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003) 8-140.

Andrea *Ellmeier*, Konsum, Politik und Geschlecht. Österreich in den 1950er und 1960er Jahren (Diss., Wien 2005).

Andrea *Ellmeier*, Das gekaufte Glück. Konsumentinnen, Konsumarbeit und Familienglück. In: Monika *Bernold*, Andrea *Ellmeier*, Johanna *Gehmacher*, Ela *Hornung*, Gertraud *Ratzenböck*, Beate *Wirthensohn*, Familie: Arbeitsplatz oder Ort des Glücks. Historische Schnitte ins Private (Wien 1990) 165-201.

Bibliographie

Dagmar *Embshoff*, Sven *Giegold*, Solidarische Ökonomie im globalisierten Kapitalismus. In: Sven *Giegold*, Dagmar *Embshoff* (Hg.), *Solidarische Ökonomie im globalisierten Kapitalismus* (Hamburg 2008) 11-24.

Christian *Felber*, *Gemeinwohl-Ökonomie. Eine demokratische Alternative wächst* (Wien 2010).

Forschungsgesellschaft Mobilität (Hg.), *Carsharing im Rahmen finanzieller, verkehrspolitischer und umweltpolitischer Entscheidungsgrundlagen im Verkehr. Studie im Auftrag des Umweltministeriums, des Wissenschaftsministeriums und des Landes Steiermark* (Graz 1996).

Christian *Friesl*, Regina *Polak*, Konflikte im Wertesystem. In: Hermann *Denz*, Christian *Friesl*, Regina *Polak*, Reinhard *Zuba*, Paul *Zulehner* (Hg.), *Die Konfliktgesellschaft. Wertewandel in Österreich 1990-2000* (Wien 2001) 11-41.

Ulrike *Froschauer*, Manfred *Lueger*, *Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme* (Wien 2003).

Elmar *Fürst*, Kurt *Leander*, Potential, Möglichkeit und Voraussetzungen für die Errichtung einer Plattform zur Bildung längerfristiger Fahrgemeinschaften. Eine Erhebung in Wien und Umgebung. In: Heike *Proff* (Hg.), *Radikale Innovationen in der Mobilität. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte* (Wiesbaden 2014) 413-427.

Jochen *Gläser*, Grit *Laudel*, Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen (Wiesbaden 2010).

Johann *Günther*, *Die neue Mobilität der Gesellschaft* (Innsbruck 2002).

Justus *Haucap*, Die Chancen der Sharing Economy und ihre möglichen Risiken und Nebenwirkungen. In: *Wirtschaftsdienst* 95, H. 2 (2015) 91-95.

Garett *Hardin*, The Tragedy of the Commons. In: *Science* 162 (1968) 1243-1248.

Harald *Heinrichs*, Heiko *Grunenberg*, *Sharing Economy. Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur?* (Lüneburg 2012).

Silke *Helfrich*, David *Bollier*, Ouverture. In: Silke *Helfrich*, David *Bollier*, *Heinrich-Böll-Stiftung* (Hg.), *Die Welt der Commons. Muster gemeinsamen Handelns* (Bielefeld 2015) 13-23.

Silke *Helfrich*, Einführung. Gemeingüter sind nicht, sie werden gemacht. In: Elinor *Ostrom*, *Was mehr wird, wenn wir teilen. Vom gesellschaftlichen Wert der Gemeingüter*. Hrsg., überarb. u. übersetzt von Silke *Helfrich* (München ²2012) 11-19.

Martina *Heßler*, Wegwerfen. Zum Wandel des Umgangs mit Dingen. In: *Zeitung für Erziehungswissenschaft* 16 (2013) 253-266.

Hartmut *Kaelble*, Europäische Besonderheiten des Massenkonsums 1950-1990. In: Hannes *Siegrist*, Hartmut *Kaelble*, Jürgen *Kocka* (Hg.), *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums* (Frankfurt am Main/New York 1997) 169-203.

Thomas *Keller*, *Entwicklung und Potential von organisiertem Car-Sharing in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (IVS-Schriften 9, Wien 2000).

Jürgen *Kocka*, *Geschichte des Kapitalismus* (München ²2014).

Volkmar *Lauber*, Geschichte der Politik zur Umwelt in der Zweiten Republik. Vom Nachzügler zum Vorreiter – und zurück? In: Sylvia *Hahn*, Reinhold *Reith* (Hg.), *Umwelt-Geschichte. Arbeitsfelder – Forschungsansätze – Perspektiven* (Querschnitte 8, Wien 2001) 181-203.

Wolfgang *König*, *Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft. Konsum als Lebensform der Moderne* (Stuttgart 2013).

Bibliographie

Oliver *Kühsehelm*, Konsumieren und die diskursive Konstruktion nationaler Gemeinschaft. In: Susanne *Breuss*, Franz *Eder* (Hg.), Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert (Querschnitte 21, Innsbruck/Wien/Bozen 2006) 189-211.

Florian *Massiczek*, Nächster Halt Wien! Wiener Stadtentwicklung und öffentlicher Verkehr ab 1945 (Dipl. Arb., Wien 2013).

Peter *Marwitz*, Überdruß im Überfluß. Vom Ende der Konsumkultur (linker alltag 3, München 2013).

Siegfried *Mattl*, Konsumtion und Stadtentwicklung in Wien. In: Susanne *Breuss*, Franz *Eder* (Hg.), Konsumieren in Österreich. 19. und 20. Jahrhundert (Querschnitte 21, Innsbruck/Wien/Bozen 2006) 86-104.

Siegfried *Mattl*, Wiener Paradoxien: Fordistische Stadt. In: Roman *Horak*, Wolfgang *Maderthaner*, Siegfried *Mattl*, Gerhard *Meissl*, Lutz *Musner*, Alfred *Pfoser* (Hg.), Metropole Wien. Texturen der Moderne 1 (Wien 2000) 22-96.

Siegfried *Mattl*, Wien im 20. Jahrhundert (Wien 2000).

Dennis *Meadows*, Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit (Stuttgart 1972).

Gabriele *Metzler*, Einführung in das Studium der Zeitgeschichte (Paderborn 2004).

Gabriele *Metzler*, Zeitgeschichte – Begriff – Disziplin – Problem. In: Frank *Bösch*, Jürgen *Danyel* (Hg.), Zeitgeschichte – Konzepte und Methoden (Göttingen 2012) 22-46.

Klaus *Novy*, Wolfgang *Förster*, einfach bauen. Genossenschaftliche Selbsthilfe nach der Jahrhundertwende. Zur Rekonstruktion der Wiener Siedlerbewegung (Wien 1991).

Gisela *Notz*, Theorien alternativen Wirtschaftens. Fenster in eine andere Welt (Stuttgart 2011).

Elinor *Ostrom*, Was mehr wird, wenn wir teilen. Vom gesellschaftlichen Wert der Gemeingüter. Hrsg., überarb. u. übersetzt von Silke *Helfrich* (München ²2012).

Niko *Paech*, Befreiung vom Überfluß. Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie (München ⁸2015).

Alfred *Pfoser*, Die Wiener Städtischen Büchereien. Zur Bibliothekskultur in Österreich (Wien 1994).

Birger *Priddat*, Share Economy - mehr Markt als Gemeinschaft. In: Wirtschaftsdienst 95, H. 2 (2015) 98-101.

Jeremy *Rifkin*, Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft. Das Internet der Dinge, Kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus (Frankfurt am Main 2014).

Brigitte *Rigle*, Parkanlagen. In: Peter *Csendes*, Ferdinand *Oppl* (Hg.), Die Stadt Wien (Österreichisches Städtebuch 7, Wien ²1999) 334-338.

Hans *Rothfels*, Zeitgeschichte als Aufgabe. In: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte 1 (1953) 1-8.

Gerhard *Scherhorn*, Die Welt als Allmende: marktwirtschaftlicher Wettbewerb und Gemeingüterschutz. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 61 (2011) 21-27.

Hannes *Siegrist*, Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa. In: Hannes *Siegrist*, Hartmut *Kaelble*, Jürgen *Kocka* (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (Frankfurt am Main/New York 1997) 13-48.

Theresia *Theurl*, Ökonomie des Teilens: Governance konsequent zu Ende gedacht. In: Wirtschaftsdienst 95, H. 2 (2015) 87-91.

Bibliographie

Frederic Vester, Crashtest Mobilität. Die Zukunft des Verkehrs (aktualisierte Neuauflage, München 1999) 345.

Rolf Walter, Einführung in die Wirtschafts- und Sozialgeschichte (Köln/Weimar/Wien 2008).

Zukunftsforum Österreich (Hg.), Soziale Kohäsion der Generationen in Österreich 2003 – 2005 – 2012. Der Generationszusammenhalt in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise – eine Zeitreihenstudie (Austria: Forschung und Wissenschaft Soziologie 13, Wien 2014).

Linkliste

All eyes on the sharing economy. In: The Economist, 9.3.13, online unter <http://www.economist.com/news/technology-quarterly/21572914-collaborative-consumption-technology-makes-it-easier-people-rent-items> (22.7.16).

Autoshare: Eigenen Wagen an andere vermieten. In: futurezone, 05.06.12, online unter <https://futurezone.at/digital-life/autoshare-eigenen-wagen-an-andere-vermieten/24.574.360> (13.9.16).

Eine Stadt, zwei Millionen Chancen. Das rot-grüne Regierungsübereinkommen für ein soziales, weltoffenes und lebenswertes Wien (2015), online unter <https://www.wien.gv.at/politik/strategien-konzepte/regierungsuebereinkommen-2015/pdf/regierungsuebereinkommen-2015.pdf> (13.9.16), 95.

Carsharing: Ja, aber nur im Zentrum. In: Die Presse, 7.1.16, online unter http://diepresse.com/home/panorama/wien/4899837/Carsharing_Ja-aber-nur-im-Zentrum (10.1.16).

Europaforum Wien im Auftrag der Stadt Wien, The Big Transformers Sharing- und On-Demand-Economy auf dem Vormarsch. Konsequenzen und Handlungsoptionen für die öffentliche Hand im Personentransport- und Beherbergungswesen (2015), online unter <https://www.wien.gv.at/statistik/pdf/big-transformers.pdf> (23.9.16).

Fachverband der Beförderungsgewerbe mit PKW-Bundessparte Transport und Verkehr der Wirtschaftskammer Österreich (Hg.), Statistik (Wien 2015), online unter https://www.wko.at/Content.Node/branchen/vbg/TransportVerkehr/BefoerderungPKW/Zahlen--Daten---Fakten/StatistikV6-2014_NEU_4.pdf (17.8.16).

Factsheet *BlaBlaCar*, online unter https://d2hqsaoq1cfj21.cloudfront.net/blogstatics/files/DE/PM/Factsheet_BlaBlaCar_Deutschland_Januar2016.pdf (22.2.16).

Hartes Match am Carsharing-Markt. In: Wirtschaftsblatt, 20.12.2013, online unter http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/dossiers/green_economy/1509871/Hartes-Match-am-CarsharingMarkt (13.9.16).

http://alumni.boku.ac.at/dl/sOsUJKJkmoJqx4KJK/15_01_kleiner.pdf (5.8.16).

<http://at.drive-now.com/#!/presse/daten-und-fakten> (5.12.15).

<http://at.drive-now.com/#!/sogehts> (19.12.15).

http://blog.fliinc.org/presse/files/2013/12/131204_fliinc-Allgemeine-Informationen.pdf (11.12.15).

<http://blog.oebb.at/die-s-bahn-rollt-und-rollt-und/> (26.9.16).

<http://carsharing247.com/presse/> (22.1.16).

<http://carsharing247.com/so-funktioniert/teilen-macht-spass> (22.1.16).

<http://citybikewien.at/de/ueber-citybike/presse> (29.7.16).

http://d2hqsaoq1cfj21.cloudfront.net/blogstatics/files/DE/PM/BlaBlaCar_Mitfahrkonzept_Januar_2016.pdf (22.2.16).

<http://derstandard.at/1237230409508/Der-Buecherbus-dreht-die-letzte-Runde> (29.8.16).

<http://derstandard.at/suche/> (08.09.16).

<http://diepresse.com/user/search.do?detailForm=true&switch=true&showDetailForm=true> (08.09.16).

<http://dieschenke.wordpress.com> (23.8.16).

<http://drhartl.at> (24.8.16).

<http://drhartl.at/ueber-uns/#top> (20.8.16).

<http://druckraum.lnxnt.org> (26.9.16).

Linkliste

<http://elfride.eu/preisliste-downloads/> (13.9.16).

<http://elfride.eu/hard-facts/faq/> (13.9.16).

<http://fahrrad.wuk.at/#slide-idee> (26.9.16).

<http://flickerei.blogspot.at/2013/06/> (26.9.16).

<http://firmen.wko.at/Web/DetailsInfos.aspx?FirmalD=77c5a4b6-dfe7-4bce-abf3-7daeb9ac14c4> (8.8.16).

<http://firmen.wko.at/Web/DetailsInfos.aspx?FirmalD=77c5a4b6-dfe7-4bce-abf3-7daeb9ac14c4&StandortID=0&Suchbegriff=kir+group&Page=1> (24.8.16).

<http://flinc.org/mitfahrgelegenheit/vienna?referer=vienna> (11.12.15).

<http://flinc.org/terms> (11.12.15).

<http://fragnebenan.com/FAQ> (11.2.16).

<http://fragnebenan.com/newsfeed> (7.12.15).

<http://kurier.at/meinung/blogs/lebensnah/bikesvienna-bietet-kinderfahrrad-sharing/54.699.850> (25.9.16).

<http://listnride.com/de/impress> (19.8.16).

http://metalab.at/wiki/Info_Folder (26.9.16).

<http://m.kurier.at/archiv/> (08.09.16).

<http://newsroom.uber.com/?s=Vienna&lang=en> (17.8.16).

<http://presse.flinc.org/2013/11/13/mitfahrnetzwerk-flinc-erhalt-oo-energy-globe-award-meinbezirk-at/> (11.12.15).

<http://share-me.at> (21.12.15).

<http://share-me.at/impressum/> (21.12.15).

<http://share-me.at/ueber-uns> (5.12.15).

<http://tauschkreis.at> (23.8.16).

<http://wien.orf.at/news/stories/2550706/> (19.12.15).

<http://wien.orf.at/news/stories/2595308/> (21.12.15).

<http://wien.orf.at/news/stories/2724480/> (20.8.16).

<http://wien.orf.at/news/stories/2750665/> (21.1.16).

<http://wien.gruene.at/mariavassilakou> (13.9.16).

<http://wirtschaftsblatt.at/user/search.do> (08.09.16).

http://www.alamo.com/content/enterprise_at/de_AT/car-rental/locations/destinations/vienna-austria.html (24.8.16).

<http://www.avis.at/rund-um-avis/mietwagen-stationen/europa/österreich/wien> (24.8.16).

<http://www.bikekitchen.net/index.php/Archiv> (26.9.16).

<http://www.bikesplus.at/Kids-Bike-Sharing> (25.9.16).

<http://www.blablacar.de/news/allgemeine-geschaeftsbedingungen> (22.12.15).

<http://www.buchbinder-rent-a-car.at/de.html?gclid=CJGg8dPu2c4CFQgq0wodDyUGCw> (24.8.16).

<http://www.budget.at/budgetonline/at-de/budget.nsf?Open&ppc301=Y&TID=81242BFA82338A26C12579CF00352544> (24.8.16).

Linkliste

<http://www.car2go.com/de/wien/presse> (5.12.15).

<http://www.car2go.com/de/wien/was-ist-car2go/> (19.12.15).

<http://www.carpoolworld.com/about.html> (11.12.15).

<http://www.carusocarsharing.com> (13.9.16).

<http://www.carusocarsharing.com/presse/> (13.9.16).

<http://www.ebay.at> (23.8.16).

<http://www.europcar.at/de> (24.8.16).

http://www.facebook.com/ausleihenstattkaufen/info/?tab=page_info (11.12.15).

<http://www.facebook.com/groups/431921123500137/?fref=ts> (23.8.16).

<http://www.facebook.com/groups/shareandcare.vienna/?fref=ts> (23.8.16).

http://www.facebook.com/Mitfahrangebotnet-114690155274569/about/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info (24.8.16).

http://www.facebook.com/Mitfahrangebotnet-114690155274569/info?tab=page_info (11.12.15).

<http://www.flinkster.at/> (21.12.15).

http://www.flinkster.de/fileadmin/www.flinkster.at/Drucksachen__Flyer_/20140630_Flinkster_OEsterreich_web.pdf (21.12.15).

<http://www.flinkster.de/index.php?id=startseite> (21.12.15).

<http://www.frents.com/about.html?cid=1191377> (7.12.15).

<http://www.frents.com/faq.html> (11.12.15).

<http://www.frents.com/gtac.html> (11.12.15).

<http://www.frents.com/item/Alles?itemDisplay=map&multiSearch=true&findUsername=true&friendItemsOnly=false&range=0&searchString=&location=Wien&forGiveawayOnly=false&commercialOnly=false&accountSort=distance&forSaleOnly=false&friendsOnly=false&page=1&groupSort=distance&rentableOnly=false&itemSort=distance&availableOnly=false&skipMyItems=true&cid=297836> (11.12.15).

<http://www.funcar.at> (24.8.16).

<http://www.genios.de/presse-archiv/quelle/KRON/20140101/1/kronen-zeitung.html> (08.09.16).

<http://www.h2a.lu/fr/projets/karzoo> (11.12.15).

<http://www.happylab.at/happylab/ueber-uns/> (26.9.16).

<http://www.hertz.at/rentacar/reservation/> (24.8.16).

<http://www.heute.at/suche/> (08.09.16).

http://www.hornbach.at/cms/de/at/mein_hornbach/services/mietservice/mietservice.html (24.8.16).

<http://www.karzoo.at/de/ueber-karzoo/faq#40> (11.12.15).

<http://www.kleiderkreisel.at> (23.8.16)

<http://www.klip7.at/klip7/2010/> (5.8.16).

<http://www.kostnixladen.at> (23.8.16).

<http://www.lamberthofer.at/unternehmen/> (24.8.16).

<http://www.lastenradkollektiv.at/blog/> (11.2.16).

Linkliste

<http://www.lastenradkollektiv.at/kontakt/> (11.2.16).

<http://www.lastenradkollektiv.at/texte/> (11.2.16).

[http://www.leihladen.at/wp/\(5.12.15\).](http://www.leihladen.at/wp/(5.12.15).)

http://www.leihladen.at/wp/?page_id=2 (9.2.16.)

<http://www.maschinenring.at> (3.10.16).

<http://www.media-analyse.at/table/2635> (08.09.16).

<http://www.megadrive.at/megadrive-center/standortliste/> (24.8.16).

<http://www.mitfahrangebot.at/news/fragen-antworten/> (11.12.15).

<http://www.mitfahrgelegenheit.at/news/viewNews/1100> (22.12.15).

<http://www.mitfahrgelegenheit.at/news/viewNews/19> (22.12.15).

<http://www.musik-leihinstrumente.at> (24.8.16).

[http://www.oe24.at/search?q=\"carsharing\"](http://www.oe24.at/search?q=\) (08.09.16).

<http://www.oebb.at/de/entdecken/s-bahn-wien-noe-bgld> (3.10.16).

<http://www.offener-buecherschrank.at> (24.9.16).

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120711_OTS0106 (19.12.15).

<http://www.pumpipumpe.ch/der-verein/> (11.12.15).

http://www.pumpipumpe.ch/map/page_v2/ (11.12.15).

<http://www.pumpipumpe.ch/so-funktioniert/> (11.12.15).

http://www.schulsport-serviceteam.at/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=28 (24.8.16).

<http://www.shpock.com> (23.8.16).

<http://www.sixt.at/mietwagen/oesterreich/wien> (24.8.16).

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/unternehmen_arbeitsstaetten/unternehmensdemografie_ab_2015/103456.html (8.8.16).

<http://www.teilbar.at/artikel-oeffentlich.php?> (11.12.15).

<http://www.teilbar.at/infos.php> (11.12.15).

<http://www.theverge.com/2014/4/1/5553910/driven-how-zipcars-founders-built-and-lost-a-car-sharing-empire> (21.12.15).

<http://www.topswap.at> (23.8.16).

<http://www.uber.com/de-AT/> (6.9.16).

<http://www.usetwice.at/> (11.12.15).

<http://www.usetwice.at/ueber-uns/1> (11.12.15).

<http://www.vienna.at/carsharing-wien-zipcar-baut-flotte-und-standorte-aus/3362311> (21.12.15).

<http://www.wien.gruene.at/carsharing> (13.9.16).

<http://www.wien.gv.at/verkehr/kfz/carsharing/> (11.12.15).

<http://www.wien.gv.at/verkehr/radfahren/service/citybike.html> (29.7.16).

Linkliste

<http://www.wien.gv.at/wiki/index.php?title=Spielplätze> (26.9.16).

<http://www.wien.gv.at/wiki/index.php/Verkehrsgeschichte> (16.8.16).

<http://www.wien.gv.at/wiki/index.php?title=Artothek> (24.8.16).

<http://www.wien.gv.at/wohnen/wohnbautechnik/gebietsbetreuung/index.html> (16.8.16).

<http://www.wienerlinien.at/eportal3/> (3.10.16).

http://www.wienerlinien.at/media/files/2016/fahrgastzahlen_173726.pdf (25.9.16).

<http://www.wienerwohnen.at/mieterin/lebenimgemeindebau/Waschkuechen.html> (26.9.16).

<http://www.wu.ac.at/urban/forschung/forschungsprojekte/> (23.9.16).

<http://www.zipcar.at/about> (5.12.15).

<http://www.zipcar.at/is-it> (21.12.15).

<http://www.zipcar.com/press/overview> (19.12.15).

<http://www.willhaben.at/iad> (23.8.16).

Gerd Kaup im Auftrag der *Arbeiterkammer Steiermark*, Ökonomie des Teilens, 15 Nutzungsgemeinschaften im Überblick (2013), online unter https://media.arbeiterkammer.at/stmk/Sharing_Economy_2013_barrierefrei.pdf (19.8.16).

Ö1 *Mittagsjournal* vom 4.8.1979, Tonband auf Kern, Österreichische Mediathek, online unter <http://www.journale.at/treffer/atom/0B0BCCDB-0C3-00012-00000554-0B0B46DB/band/63934> (30.8.16).

Öffentliche Parkplätze für Carsharing-Autos reserviert. In: *Die Presse*, 31.8.12, online unter <http://diepresse.com/home/panorama/wien/1285158/Offentliche-Parkplaetze-fur-CarsharingAutos-reserviert> (13.9.16).

One Pager *car2go*, Stand November 2015, online unter https://www.car2go.com/common/data/locations/europe/deutschland/pr_bereich/One_Pager_car2go_November_2015_de.pdf (19.12.15).

Presseaussendung *carsharing24/7* vom 9.7.13, online unter <https://carsharing247.com/presseaussendungen/> (22.1.16).

Presseaussendung der *Wirtschaftskammer Wien* vom 5.4.2016, online unter https://www.wko.at/Content.Node/iv/20160405_Chancengleichheit-Taxi-Uber-Mietwagen.pdf (17.8.16).

Presseinformation *car2go*, November 2013, online unter https://www.car2go.com/common/data/locations/europe/deutschland/pr_bereich/11.2013_november/20131128_Wien_car2go_Flotte_wird_auf_700_Fahrzeuge_vergroessert_de.pdf (19.12.15).

Presseinformation *Deutsche Bahn*, 17.11.11, online unter https://www.flinkster.de/fileadmin/www.flinkster.de/redaktion/images/PDF/Presseinfo_Berlin_10_Jahre_Carsharing_01.pdf (21.12.15).

Pressemappe *list-n-ride*, März 2016, online unter <http://listnride.com/de/press> (19.8.16).

Pressemitteilung *DriveNow*, Jänner 2016, online unter https://prod.drive-now-content.com/stage/fileadmin/user_upload_at/12_Presse/Pressemitteilungen_PDF/Deutsch/2016/2016.01.14_DriveNow_Jahresbilanz_2015.pdf (21.1.16).

Pressemitteilung *DriveNow*, Juni 2011, online unter https://prod.drive-now-content.com/fileadmin/user_upload_de/12_Presse/Pressemitteilungen_PDF/Deutsch/2011/2011.06.09-Launch-DriveNow.pdf (19.12.15).

Pressemitteilung *DriveNow*, Oktober 2015, online unter https://prod.drive-now-content.com/stage/fileadmin/user_upload_at/12_Presse/Pressemitteilungen_PDF/Deutsch/2015/2015.10.19_DriveNow_1_Jahr_Wien.pdf (19.12.15).

Linkliste

Pressemitteilung *frents* vom 9.3.10, online unter http://blog.frents.com/press/frents_pm_09032010.pdf (11.12.15).

Gerd Scholl, Siegfried Behrendt, Christian Flick, Maike Gossen, Christine Henseling, Lydia Richter, Peer-to-Peer-Sharing. Definition und Bestandsaufnahme (Berlin 2015), online unter http://www.peer-sharing.de/data/peersharing/user_upload/Dateien/PeerSharing_Ergebnispapier.pdf (22.7.16).

Manuel Schramm, Konsumgeschichte. In: Docupedia-Zeitgeschichte (2011), online unter https://docupedia.de/images/9/9c/Konsumgeschichte_Version_2.0_Manuel_Schramm.pdf (31.8.16).

Stadt Wien MA – Stadtentwicklung und Stadtplanung: Carsharing Wien – Evaluierung (Wien 2015) online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008470.pdf> (19.8.16).

Stadt Wien, Klimaschutzprogramm Wien (1999), online unter <https://www.wien.gv.at/umwelt/klimaschutz/pdf/klip.pdf> (13.9.16).

Stadt Wien, Klimaschutzprogramm der Stadt Wien. Fortschreibung 2010–2020, (2009), online unter <https://www.wien.gv.at/umwelt/klimaschutz/pdf/klip2-lang.pdf> (13.9.16).

Stadt Wien, Stadtentwicklungsplan Wien 2025 (2014), online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b008379a.pdf> (13.9.16).

Stadt Wien, Wir machen in Wien die Share zur Fair Economy, online unter <https://www.wien.gv.at/wirtschaft/standort/pdf/share-economy-in-wien.pdf> (13.9.16).

Statuten des Vereins „Elfride - Verein für nachhaltige Mobilität und Carsharing“, online unter http://elfride.eu/wp-content/uploads/2013/09/Elfride_Statuten_v1.1_130316_ZVR621941224.pdf (13.9.16).

Bryan Walsh, Today's Smart Choice: Don't Own. Share. In: Time Magazine, 17.3.11, online unter http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html (21.7.16).

Wiener Linien, Unternehmensinfo. Alles über uns. Betriebsangaben 2012, online unter https://www.wienerlinien.at/media/files/2014/betriebsangaben_2012_95106.pdf (16.8.16).

Wiener Linien, Zahlen Daten Fakten, 2015, online unter https://www.wienerlinien.at/media/files/2016/betriebsangaben_2015_178355.pdf (16.8.16).

www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=041015 (4.1.16).

www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=0539460 (4.1.16).

www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=053947 (4.1.16).

www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=040354 (8.8.16).

Zipcar will Carsharing-Angebot in Österreich erweitern, In: Der Standard, 22.5.14, online unter <http://derstandard.at/2000001464660/Zipcar-will-Carsharing-Angebot-in-Oesterreich-erweitern> (20.12.15).

Anhang

Leitfragen für die Interviews:

Teil 1: Fragen zu den konkreten Beispielen

- Wie ordnet sich XY in die *Sharing Economy* ein?
- Was können Sie mir zur Entstehung von XY sagen?
 - Wann entstand XY?
 - Aus welcher Motivation heraus entstand XY?
 - Wer gründete XY?
 - Was waren Ziele von XY?
- Was können Sie mir zur Entwicklung von XY sagen?
 - Wie veränderte sich das Konzept vom Start bis heute?
 - Wie veränderte sich die Zielsetzung?
 - Wie entwickelte sich das Angebot?
 - Wie entwickelte sich die Nachfrage?
 - Wie entwickelte sich die mediale Aufmerksamkeit?
 - Welche Einflussfaktoren gab es in der Entwicklung?
 - Welche UnterstützerInnen gab es? z.B. *Stadt Wien*?
- Welche Rolle spielt das Internet?

Teil 2: Fragen zur allgemeineren Bedeutung, Entwicklung und Entstehung der *Sharing Economy* in Wien

- Welche Bedeutung kommt, Ihrer Einschätzung nach, *Sharing Economy* in Wien zu?
 - Ist es ein Nischenphänomen mit medialer Aufmerksamkeit?
 - Inwiefern ist die neue *Sharing Economy* als Marke und Marketingstrategie zu bewerten?
 - Ist es eine neue Art des Wirtschaftens und Konsumierens?
- Was können Sie zur Entstehung und Entwicklung dieser Formen des Wirtschaftens und Konsumierens in Wien und den Einflussfaktoren sagen?
 - Welche Rückkopplungen/Entstehungsgründe gab es?
- Werden durch die vielen Onlineplattformen und Apps, die *Sharing* ermöglichen, kleinere lokalere und vielleicht konsumkritischere *Sharing-Initiativen* gefördert, weil das Bewusstsein für die Möglichkeit zu teilen in der Bevölkerung steigt oder werden sie weiter an den Rand gedrängt?

Interview 1

- Interviewte Personen: Dr. Josef Schleinzner, Mag. Regina Hauser-Boulanger von der „Wirtschaftskammer Wien“
- Ort des Interviews: Büro von Dr. Josef Schleinzner, Stubenring 8-10, 1010 Wien
- Datum: 10.2.16
- Dauer: 31 Minuten
- Sonstige Anmerkungen: Auf Wunsch der Interviewten, musste die Transkription des Interviews von Ihrer Seite genehmigt werden, was auch ohne Veränderungen geschah.

1 **Sophia Hanke: Welche Bedeutung kommt, Ihrer Einschätzung nach, „Sharing Economy“ in Wien zu? Ist**
2 **es eher ein Nischenphänomen mit einer enormen medialen Aufmerksamkeit, nur ein kurzweiliger Trend**
3 **oder ist es wirklich eine neue Art des Konsumierens und Wirtschaftens?**

4 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ich hätte halt so den Eindruck gehabt, dass es jetzt, also...Ich glaube, „Sharing
5 Economy“, so, dass einfach Gegenstände geteilt werden oder gemeinsam genutzt werden, bis zu einem
6 gewissen Grad hat es das sicher schon immer gegeben.

7 **Sophia Hanke: Ja.**

8 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Dass jetzt aber schon mehr der Schwerpunkt oder...sich jetzt auch andere
9 Unternehmen vielleicht auch darum bemühen oder die Stadt Wien zum Beispiel sich auch sehr stark damit
10 auseinandergesetzt hat oder auseinandersetzt, ist, meines Erachtens, schon ein Zeichen, dass das eigentlich an
11 Bedeutung gewinnt.

12 **Sophia Hanke: Stichwort Stadt Wien: Inwiefern gab es in der Entwicklung Rückkopplungen mit der**
13 **Politik. Hat sie diese Entwicklung gefördert oder gestärkt? Wie würden Sie das beurteilen?**

14 Dr. Josef Schleinzner: Ich glaube, das Phänomen „Sharing Economy“ ist natürlich auch an die Stadtverwaltung
15 herangekommen und die Stadtverwaltung hat einmal versucht auszuloten, ob hier eine Form von
16 Reglementierung vielleicht erforderlich sein sollte. Zumal ja bestimmte Dinge auch in anderen Großstädten in
17 Erscheinung treten, insbesondere was das Fahren mit Autos betrifft, Stichwort „Uber“, und auch die Frage der
18 privaten Zimmervermietung, Stichwort „Airbnb“. Das sind vor allem diese Bereiche. Hinzu kommt natürlich auch
19 noch dieser Bereich, Grenzbereich, mit den Kleintransporteuren, wenn zum Beispiel jemand irgendwo, von mir
20 aus, von Wien nach Innsbruck fährt und dann Pakete vielleicht mitnimmt mit dem Auto, Stichwort „checkrobin“.
21 Also die drei Bereiche wurden ein bisschen näher beleuchtet auch und auch diskutiert mit den
22 Branchenvertretern, mit der Wirtschaft, mit der „Arbeiterkammer“, mit verschiedenen Dienststellen des Magistrats.
23 Da gab es an sich Besprechungen, ja.

24 **Sophia Hanke: Und würden Sie sagen, dass die Politik diese Entwicklung fördert? Also zum Beispiel,**
25 **ganz einfach, auf der Homepage der Stadt sieht man ja schon immer wieder Verweise auf „Carsharing“**
26 **und so weiter, dass das gut ist für die Umwelt, zum Beispiel. Würden Sie sagen, dass sie da schon gut**
27 **zusammenarbeiten und diese Entwicklung fördern?**

28 Dr. Josef Schleinzner: Das ist schwierig zu sagen, weil es gibt natürlich immer ein gewisses Auf und Ab. Ich denke
29 jetzt zum Beispiel an die Grenzziehung zu den Taxis. Natürlich, die Taxis sind reglementiert. Da gibt es einen
30 Taxitarif, da gibt es eine Betriebsordnung, wo geregelt ist, welche Anforderungen an die Fahrzeuge zu stellen
31 sind. Der Taxitarif ist an sich eine Quasi-Verordnung, die festlegt, wie viel verrechnet werden kann, tagsüber
32 oder, von mir aus, mit Nachtzuschlägen, aber das ist es und egal, ob das am 2. Jänner oder am 31. Oktober ist.
33 Und wenn man jetzt zurückdenkt: Es gab ja zu Silvester, glaube ich, auch diesen Aufstoß, ich glaube, auch in den
34 sozialen Medien, dass zum Beispiel diejenigen, die mit „Uber“ gefahren sind, plötzlich enorme Zuschläge
35 bekommen haben. Das heißt es hat das x-fache ausgemacht als beim Taxitarif. Also nicht nur, dass es
36 umgekehrt ist, dass die Fahrten billiger werden als bei Taxi, sondern, in dem Fall, hat sich das nach Angebot und
37 Nachfrage gerichtet. Und das ist ja das Argument des reglementierten Taxigewerbes, dass sie keinen
38 Unterschied machen, ob es ein behandlungsstarker Tag ist oder ob es eine alte Großmutter ist, die bei Regen
39 möglicherweise ein Taxi braucht. Also insofern gibt es einen fixen Tarif und bei „Uber“ war es dann so, dass
40 scheinbar Silvester der Bedarf sehr groß war, Angebot geringer und damit ist der Preis explodiert. Und ich glaube
41 schon, dass derartige Dinge natürlich auch für die Stadt ein kleines Umdenken erfordern.

42 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Also ich glaube meinerseits, dass es sicher gefördert und gewünscht ist, wenn
43 es halt in den rechtlichen Rahmenbedingungen ist.

44 Dr. Josef Schleinzner: Ja.

45 **Sophia Hanke: Ok, ja. Das „Time Magazine“ hat 2011 „Sharing Economy“ bereits als Entwicklung, die die**
46 **Welt verändern wird, bezeichnet. Ist „Sharing“ eine zukunftsweisende Entwicklung?**

Anhang

47 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Es schaut danach aus.*

48 Dr. Josef Schleinzner: *Tendenziell, glaube ich, schon.*

49 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Genau. In Wien... Die Entwicklungen sind, was man sieht, was für Angebote es
50 gibt...wird das immer mehr. Das ist schon der Eindruck.*

51 **Sophia Hanke: Ja. Mich interessieren ja vor allem die historischen Bezüge, also vor allem die Entstehung
52 dieser neuen Form des Wirtschaftens und Konsumierens. Wie kam es dazu, dass es boomt? Welche
53 Rolle spielte in der Entstehung und Entwicklung zum Beispiel die Finanz- und Wirtschaftskrise? Die
54 These, dass die Wirtschaftskrise eine Ursache für den „Sharing-Trend“ ist, liest man ja in der
55 Fachliteratur und auch der „Economist“ schreibt beispielsweise, dass viele Neugründungen von
56 „Sharing-Initiativen“ zwischen 2008 und 2010 geschahen und dass dies als Folge der Krise zu
57 interpretieren sei. Stimmen Sie dieser These zu? Würden Sie das für Wien als zutreffend sehen?**

58 Dr. Josef Schleinzner: *Ich glaube, das ist schwer zu sagen. Ich glaube eher... Entscheidend ist, glaube ich, eher,
59 der Durchbruch, von mir aus, der Tablets und der Smartphones, weil die haben an sich diese Möglichkeiten sehr
60 stark forciert, weil dadurch haben diese Plattformen überhaupt die Möglichkeit gefunden, entsprechende
61 Vertragspartner zu finden und auch Kunden. Ich glaube eher, dass die technologische Entwicklung vielleicht eine
62 größere Rolle spielt.*

63 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja.*

64 **Sophia Hanke: Die spielt sicher eine große Rolle.**

65 Dr. Josef Schleinzner: *Weil derartige Krisen der Wirtschaft gab es ja immer wieder, Auf und Abs. Und ich denke
66 nicht, dass deswegen der Tauschhandel, das gemeinsame Nutzen forciert wurde. Ich glaube eher die technische.*

67 **Sophia Hanke: Die technische Entwicklung spielt eine wichtige Rolle.**

68 Dr. Josef Schleinzner: *Die entscheidende, glaube ich sogar.*

69 **Sophia Hanke: Aha. Es gibt ja unzählige Online-Plattformen und Apps in den Bereichen, die „Sharing“
70 ermöglichen. Die Frage, die ich mir stelle ist, ob...es gibt ja auch kleinere „Sharing-Initiativen“, die
71 vielleicht eher lokaler sind, wo das Internet eine untergeordnete Rolle spielt und die, ich würde vielleicht
72 auch sagen, die konsumkritischer eingestellt sind. Würden Sie sagen, dass dieser Internetboom mit
73 diesen Apps und Online-Plattformen diese „Sharing-Initiativen“ eher weiter an den Rand drängen oder ob
74 sie gefördert werden, weil einfach allgemein die Bereitschaft zum Teilen in der Bevölkerung steigt?**

75 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Also ich hätte es eher als eine Förderung gesehen, weil es einfach viel einfacher
76 ist. Also es ist einfach durch diese Plattformen, durch diese Vernetzung ist es einfach viel einfacher mit anderen
77 Personen...Gleichgesinnte zu treffen, mit denen zu kommunizieren.*

78 **Sophia Hanke: Ja. Sie würden sagen, wenn ich das richtig verstehe, die technologische Entwicklung führt
79 zum Entstehen dieser neuen Ökonomie?**

80 Dr. Josef Schleinzner: *Ja.*

81 **Sophia Hanke: Und die wiederum stärkt vielleicht schon vorher da gewesene kleinere, konsumkritischere
82 Initiativen?**

83 Dr. Josef Schleinzner: *Ja, das würde ich vielleicht so bestätigen, ja.*

84 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja.*

85 **Sophia Hanke: Ja?**

86 Dr. Josef Schleinzner: *Ja, das würde ich auch so sehen.*

87 **Sophia Hanke: Ok. Inwiefern trägt ein gesteigertes Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein auch zu
88 dieser Entstehung und Entwicklung bei, zusätzlich zum Technologischen jetzt?**

89 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Es ist die Frage, wie sehr wir das beurteilen können.*

90 Dr. Josef Schleinzner: *Ja, in welcher Gewichtung halt. Also ich kann das schwer beurteilen. Wenn man an sich an
91 das Konsumverhalten denkt, ist der Preis immer noch relativ entscheidend und nicht Nachhaltigkeit und
92 dergleichen. Also das... Ja, für bestimmte Gruppen mag es schon eine Rolle spielen, das mag schon sein.*

93 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja.*

Anhang

- 94 Dr. Josef Schleinzner: *Aber ein generelles Phänomen würde ich noch nicht unbedingt...*
- 95 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Da haben wir jetzt vielleicht auch hier nicht so die Einblicke in der Wirtschaft.*
- 96 Dr. Josef Schleinzner: *Das mag auch vielleicht sein, aber es hat sich sicher auch im allgemeinen Verhalten etwas*
97 *geändert. Ich glaube, wenn ich denke an meine Zeit, als ich jung war, war der Führerschein mit 18 Pflicht und*
98 *Autofahren war an sich üblich. Und wenn man heute die Medien verfolgt und ich glaube, das dürfte auch*
99 *stimmen, gibt es ja viele junge Leute, die mit 18 nie an einen Führerschein mehr denken und ich glaube, auch die*
100 *Autozulassungen in Wien sind ja auch etwas zurückgegangen, die Erstzulassungen. Das ist doch ein Zeichen*
101 *dafür, dass sich bestimmte, wie soll ich sagen...*
- 102 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *...dass es Alternativen gibt.*
- 103 Dr. Josef Schleinzner: *...dass Alternativen genutzt werden.*
- 104 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja, also, ob das jetzt öffentliche Verkehrsmittel oder so...*
- 105 Dr. Josef Schleinzner: *Dass wir vielleicht irgendwie auch anders ökonomisch denken. Nach dem Motto: Das*
106 *rechnet sich ja nie ein eigenes Auto... Und vielleicht, wenn man das Auto teilt oder dergleichen, ist es vielleicht*
107 *auch ökonomischer und es hat nicht mehr diesen Imagegewinn wie früher.*
- 108 **Sophia Hanke: Das Statussymbol ist nicht mehr so...?**
- 109 Dr. Josef Schleinzner: *Das Statussymbol, genau, ist vielleicht heute auch anders geworden. Bei jungen Leuten vor*
110 *allem.*
- 111 **Sophia Hanke: Aber Sie würden schon sagen, dass der Preis entscheidend ist, sich zum Beispiel ein Auto**
112 **zu teilen und nicht der Umweltgedanke oder das vielleicht Konsumkritische dahinter?**
- 113 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Für die Mehrheit vielleicht schon. Also es wird sicher die und die Gruppen*
114 *geben.*
- 115 **Sophia Hanke: Ok. Würden Sie sagen, dass es ein gewachsenes Bedürfnis nach sozialem Austausch**
116 **gibt? Weil bei diesen „Sharing-Initiativen“ ist ja auch der soziale Kontakt irgendwie wichtig, gegenseitige**
117 **Bewertungen zum Beispiel, Kommunikation online zum Beispiel. Gibt es ein gewachsenes Bedürfnis und**
118 **wird deshalb vielleicht auch mehr gemeinsam genutzt?**
- 119 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ein Bedürfnis für den Austausch oder was? Dass man sich mehr austauschen*
120 *möchte?*
- 121 **Sophia Hanke: Soziale Kontakte, Sozialkapital. Dass es nicht mehr so wichtig ist, dass jeder alles besitzt,**
122 **sondern, dass man gemeinsam nutzt, diesen Gemeinschaftsgedanken wie bei Gemeinschaftsgütern**
123 **auch.**
- 124 Dr. Josef Schleinzner: *Ich kann das ehrlich gesagt nicht beantworten, weil so gesehen, müssten ja praktisch auch*
125 *die Wohnungen von mehr als einer Person genutzt werden. Das wäre auch sinnvoll und trotzdem, wenn man in*
126 *Wien schaut, die Singlehaushalte wahrscheinlich wären schon 60% in Wien. Also wenn ich von daher, von der*
127 *Logik gehen würde, so meine ich, wenn eine Wohnung zwei, drei Zimmer hat, müssten normalerweise mehrere*
128 *drinnen wohnen als eine Person.*
- 129 **Sophia Hanke: Passiert ja auch durch Zimmervermietung, zum Beispiel „couchsurfing“, „Airbnb“ und so**
130 **weiter.**
- 131 Dr. Josef Schleinzner: *Das „Airbnb“...*
- 132 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Das sind ja ganze Wohnungen hauptsächlich.*
- 133 **Sophia Hanke: ...und Zimmer auch...**
- 134 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Hauptsächlich ist schon... Der Schwerpunkt ist schon auf ganzen Wohnungen.*
- 135 Dr. Josef Schleinzner: *Aber Wohngemeinschaften sind eigentlich, glaube ich...*
- 136 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja, das ist so unterschiedlich. Ich meine, ich kann es jetzt...weil halt*
137 *„Wirtschaftskammerpersonen“, die halt jetzt selbständig tätig sind... Ich meine, es war jetzt schon ein*
138 *Geschäftsmodell, wenn es um das Wohnen gegangen ist, wo es darum gegangen ist, größere Wohnungen, also*
139 *wirklich große Wohnungen anzumieten und sie dann unterzuvermieten an fünf Leute oder so, die sich nicht*
140 *kennen und die halt da einfach zusammenwohnen möchten. Also, ja, es gibt schon so einzelne Initiativen oder*

Anhang

141 einzelne Unternehmen, die das tun, aber so eine großartige...so eine wirklich herausragende Masse oder
142 Phänomen hätte ich jetzt nicht gesehen.

143 **Sophia Hanke: Ok. Also Sie sagen, Hauptmotor für die Entstehung ist die technologische Entwicklung.**
144 **Sozialer Austausch, Umwelt und Finanzkrise spielen keine Rolle oder eine geringe Rolle?**

145 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Nein, ich hätte eher eine geringere Rolle, soweit wir das halt, ich meine,
146 beurteilen...Das sind halt jetzt...Wir haben jetzt keine...

147 Dr. Josef Schleinzner: Ich kenne jetzt auch nicht so viele, die jetzt automatisch einen Flüchtling aufnehmen, wenn
148 ich jetzt an sozial und dergleichen denke. Also, es gibt ja genügend in Österreich. Und trotzdem müsste man
149 sagen, wenn man diese Denkrichtung feststellen würde, würden viel mehr Flüchtlinge in Privatunterkünften
150 unterkommen, oder? Und ich weiß jetzt nicht, ob das in großen Massen vorkommt.

151 **Sophia Hanke: Ich meine das jetzt mehr in Bezug auf gemeinschaftlichen Konsum.**

152 Dr. Josef Schleinzner: Ich glaube schon, dass irgendwie auch ökonomisch auch gedacht wird. Wenn man das am
153 Beispiel des Autos hernimmt. Also früher war das Auto ein Statussymbol. Heute sagt man: „Auto? Naja. Kostet,
154 die Erhaltung und dergleichen...“ Also das kann man unter Umständen teilen und dergleichen.

155 **Sophia Hanke: Und gibt es dann ein anderes Statussymbol, was das abgelöst hat? Weil jetzt...Ich**
156 **beobachte eher, dass Zugang wichtiger ist als Besitz, also, dass man einfach die Möglichkeiten hat Autos**
157 **zu nutzen, wann immer man will, schon, aber halt... man muss es nicht selber besitzen.**

158 Dr. Josef Schleinzner: Ja.

159 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja.

160 **Sophia Hanke: Gibt es andere Statussymbole, die auf keinen Fall geteilt werden, wo es wichtig ist, sie**
161 **wirklich zu besitzen?**

162 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja... [zögerlich] Mobiltelefon wird wahrscheinlich eher weniger geteilt.

163 Dr. Josef Schleinzner: Genau definitiv, die Mobiltelefone.

164 **Sophia Hanke: Ist es ein Statussymbol? Es hat ja eigentlich jeder.**

165 Dr. Josef Schleinzner: Jetzt hat es schon jeder. Eine Zeit lang war es aber so, oder?

166 **Sophia Hanke: Ja.**

167 Dr. Josef Schleinzner: Manche sind sogar mit Attrappen herumgelaufen, oder? [lachend] So irgendwie war das am
168 Anfang.

169 **Sophia Hanke: Aber fällt Ihnen irgendein Statussymbol ein, was vielleicht gleichzusetzen ist mit dem**
170 **Auto?**

171 Dr. Josef Schleinzner: Ich weiß nicht, wie es bei der Kleidung aussieht. Könnte man rein theoretisch ja auch beim
172 Gewandverleiher, nehme ich an, besorgen.

173 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja, ja. Oja.

174 **Sophia Hanke: Ja, gibt es. Es wird ja gerade alles geteilt...also es gibt zumindest Initiativen in vielen**
175 **Bereichen.**

176 Dr. Josef Schleinzner: Ich meine, außer dem Frack, der wird ja auch ausgeborgt, aber sonst...

177 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Handtaschen.

178 Dr. Josef Schleinzner: Bitte?

179 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Sogar die Handtaschen werden ausgeborgt.

180 Dr. Josef Schleinzner: Handtaschen auch schon?

181 **Sophia Hanke: Ja, alles Mögliche.**

182 Dr. Josef Schleinzner: Ok.

Anhang

183 **Sophia Hanke:** *Ich selbst denke, dass „Carsharing“ schon eher massentauglich wird, aber zum Beispiel*
184 *„Gegenstand-Sharing“, also zum Beispiel das Teilen von Geräten oder Büchern, Kleidung etc. eher noch*
185 *ein Randphänomen ist. Wie würden Sie das beurteilen?*

186 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja.

187 Dr. Josef Schleinzner: Ja.

188 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Kann man zustimmen, ja. Nein, „Carsharing“ ist ja auch viel, also wenn man es
189 sieht, es wird schon viel beworben, es gibt viele Initiativen, viele Unternehmen, die das anbieten. Bei Produkten,
190 die man ausborgen kann oder verleihen, also das ist eher, ja, eher weniger, ist auch weniger in den Medien,
191 meines Erachtens, dass man so etwas sieht, dass Unternehmen das bewerben.

192 **Sophia Hanke:** *Ja, Stichwort Medien: Ich habe einen regelrechten Boom in den Medien bemerkt, noch*
193 *bevor ich die Entwicklung in der Stadt bemerkt habe. Was würden Sie sagen, wie die Rückkopplung mit*
194 *den Medien da ausschaut? Inwiefern haben sie das schon vorangetrieben vielleicht?*

195 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Vielleicht eher, dass in den Medien, dass ich halt Informationen aus anderen
196 Ländern bekomme und vielleicht da einfach Sachen schon weiter fortgeschritten sind oder Sachen schon in einer
197 gewissen Weise entwickelt haben und das in den Medien gespiegelt wird und dass es dann vielleicht, ja, auch zu
198 mehr Auslösern und zu mehr Anstößen für „Sharing Economy“ in Österreich führt. Das kann schon sein.

199 **Sophia Hanke:** *Andere Länder?*

200 Mag. Regina Hauser-Boulanger: USA.

201 **Sophia Hanke:** *USA?*

202 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja, sicher.

203 **Sophia Hanke:** *Und auch der Boom der sozialen Netzwerke spielt eine Rolle?*

204 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja genau.

205 Dr. Josef Schleinzner: Ja.

206 **Sophia Hanke:** *Dass es einfach wirklich einfach wird mit völlig fremden Menschen zu teilen?*

207 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja.

208 **Sophia Hanke:** *...oder gemeinsam zu konsumieren?*

209 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja.

210 **Sophia Hanke:** *Das ist sicher ein sehr wichtiger Unterschied zu früheren Formen von Teil- oder*
211 *Tauschökonomie.*

212 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Sicher.

213 Dr. Josef Schleinzner: Ja.

214 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja, da warst du halt eingeschränkt auf den Umkreis, auf die Personen im
215 Umkreis, die vielleicht, weiß ich nicht, gar nicht so Interesse gehabt haben an gewissen Produkten und so ist jetzt
216 einfach diese Vernetzung sicher mehr gegeben, ja.

217 **Sophia Hanke:** *Konkreter zu meinen Beispielen: Welche Unterschiede, würden Sie sagen, gibt es in der*
218 *Entstehung und Entwicklung der Sparten einerseits „Fahrzeug-Sharing“, andererseits „Gegenstand-*
219 *Sharing“?*

220 Dr. Josef Schleinzner: Ich kann nur feststellen, bei den Fahrzeugen, insbesondere bei „Uber“ und Taxis, gibt es ja
221 große Aggressionen auch in diversen Städten. Also, da hat es ja einmal einen Bericht gegeben, ich weiß nicht,
222 war das in einer Zeitschrift? Wo ein Amerikaner behauptet hat, in Paris sei es gefährlicher als in Bagdad, weil die
223 Pariser Taxis, Taxiunternehmen, so „Uber-Fahrzeuge“ in Brand gesetzt haben. Das geht so weit. Die fürchten
224 natürlich, ihre Fälle davon schwimmen. Die sehen darin eine unlautere Konkurrenz. Ich glaube, da ist es
225 insbesondere sehr krass. Natürlich, auch die Hotellerie ist auch nicht unbedingt begeistert, weil sie natürlich
226 gewissen Vorgaben unterworfen ist, die bei Privatzimmervermietung nicht zum Tragen kommen: Brandschutz,
227 Betriebsanlagengenehmigung, Fluchtwege, Beleuchtung und so weiter. Das wird alles kontrolliert und
228 möglicherweise auch mit Verwaltungsstrafen immer wieder versehen und sie sehen bei anderen
229 Privatzimmervermietern halt keine Kontrolle und dergleichen, keine Auflagen.

230 **Sophia Hanke: Würden Sie sagen, dass diese Diskussion, die es jetzt in den Medien gibt, zu den**
231 **rechtlichen Rahmenbedingungen oder auch die Aggression, die sie jetzt beschrieben haben, gegen**
232 **„Über“ zum Beispiel, die Entwicklungen zurückdrängen? Dass es vielleicht doch nicht zukunftsfähig ist?**

233 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Nein, ich glaube nicht, dass sie es zurückdrängen. Ich glaube einfach, dass
234 es...einfach neue Dinge, die müssen sich halt einfach etablieren und da müssen einfach auch die
235 Rahmenbedingungen passen und das muss sich halt einfach auch entwickeln. Also das ist einfach alles in
236 Entwicklung.

237 Dr. Josef Schleinzner: Glaube ich auch. Ich glaube eher sogar, dass es dazu gedacht ist, die eigenen Vorgaben
238 vielleicht etwas abzuschwächen. Nach dem Motto: „Die können alles, warum müssen wir so viel?“.

239 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Das ist auch eine Lösung.

240 Dr. Josef Schleinzner: Ich glaube, es lässt sich nicht aufhalten deswegen. Das glaube ich auch nicht. Aber es ist
241 unter Umständen auch der Versuch, die eigenen Verpflichtungen etwas herunterschrauben zu können über dem
242 Gesetzgeber. Das ist ja auch eine Variante.

243 **Sophia Hanke: Ja. Sind schon einige Herausforderungen, die da zu meistern sind.**

244 Dr. Josef Schleinzner: Wenn wir die Zeitungen oder so verfolgen: Es wird immer über Bürokratisierung, über
245 Regulierung und dergleichen gejammert, meistens auch zu Recht. Und da sehen sie den Vergleich und sagen:
246 „Es gibt andere Teile, auch der Ökonomie, wo praktisch derartige Regeln einfach nicht platzgreifen.“ Das ist,
247 glaube ich, vielleicht auch ein Punkt. Aber ich denke, dass das Phänomen insgesamt sich dadurch jetzt nicht
248 beseitigen oder verhindern lässt, das glaube ich auch nicht.

249 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Nein. Und das ist ja jetzt auch nicht gewünscht, auch von der
250 „Wirtschaftskammer“ nicht.

251 Dr. Josef Schleinzner: Die Wirtschaft sagt einfach nur... Sie hätte halt gerne gleiche Rahmenbedingungen für
252 gleiche Tätigkeiten. Das ist das Hauptargument. Und, wenn die Rahmenbedingungen leichter werden für die
253 reglementierte Wirtschaft, soll es auch recht sein.

254 **Sophia Hanke: Braucht man nicht für eine andere Form des Wirtschaftens und Konsumierens auch**
255 **andere Rahmenbedingungen?**

256 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Das ist auch etwas, was man noch sehen wird, wie sich das entwickelt.

257 Dr. Josef Schleinzner: Genau.

258 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Da gibt es eben, so viele unterschiedliche Phänomene. Dass man die jetzt alle
259 über einen Kamm schert, das funktioniert nicht.

260 **Sophia Hanke: Ja. Was ist die Rolle der „Wirtschaftskammer“ in Bezug auf „Sharing Economy“?**

261 Dr. Josef Schleinzner: Naja, ich glaube, wie angedeutet: Unsere Position ist eher die, dass wir sagen, es sollen
262 gleiche Rahmenbedingungen für gleiche Tätigkeiten platzgreifen und das ist der Sukkus aus dem Ganzen und
263 [unverständlich]da hat man eine Wettbewerbsverzerrung, so sehen wir das und das sehen die an sich...nachdem
264 wir ja eine Interessensvertretung sind und nicht ein einzelnes Unternehmen vertreten... Interessensvertretung
265 heißt, immer ein Kollektiv, eine Gruppe, eine Branche und so weiter. Da sind wir natürlich interessiert, dass in
266 bestimmten Branchen, gleiche Wettbewerbsverhältnisse herrschen. Das ist halt der Grundansatz überhaupt der
267 „Wirtschaftskammer“.

268 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Genau. Aber, dass grundsätzlich Wirtschaftswachstum und neue
269 Geschäftsideen, wenn es einfach im Rahmen...in den gesetzlichen Rahmen sind, ist es ja absolut zu begrüßen.

270 Dr. Josef Schleinzner: Zu begrüßen.

271 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Ja.

272 Dr. Josef Schleinzner: Das ist richtig.

273 **Sophia Hanke: Aber gibt es nicht auch Formen von „Sharing“, die genau das Wirtschaftswachstum**
274 **eigentlich nicht wirklich fördern, weil man zum Beispiel bestehende Ressourcen einfach teilt und nicht**
275 **mehr kauft?**

276 Mag. Regina Hauser-Boulanger: Dann kann man es wieder auf anderen... Dann habe ich die Ressourcen wieder
277 für etwas anderes.

Anhang

278 Dr. Josef Schleinzner: *Genau!*

279 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Also ich würde das gar nicht so sehen.*

280 Dr. Josef Schleinzner: *Es kann eine bestimmte Branche treffen, aber die gesamte Volkswirtschaft trifft es in dem Ausmaß ja nicht. Sondern es bleiben einem dann halt genügend Reserven für andere Ausgaben.*

282 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja. Weil, dann kaufe ich halt kein Auto, aber dann kaufe ich halt vielleicht mehr Kleidung oder kaufe besseres Essen oder gehe öfters essen.*

284 Dr. Josef Schleinzner: *Oder gehe öfter essen oder sonst etwas.*

285 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ich glaube, das verteilt sich einfach.*

286 Dr. Josef Schleinzner: *Genau.*

287 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja.*

288 Dr. Josef Schleinzner: *Also als „Wirtschaftskammer“ sehen wir das relativ neutral.*

289 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja.*

290 Dr. Josef Schleinzner: *Einzelne Branchen natürlich, sehen das wahrscheinlich nicht so. Das mag schon sein.*

291 **Sophia Hanke: Stichwort Taxi, zum Beispiel.**

292 Dr. Josef Schleinzner: *Taxi... Die Taxi sehen das natürlich ganz anders. Also wir sind entspannt, aber wir sind natürlich daran interessiert, wenn die geregelte Wirtschaft bestimmte Vorgaben hat und andere haben das nicht...Dass das zu bestimmten Verzerrungen führen kann, ist schon klar.*

295 **Sophia Hanke: Und verzeichnen Sie irgendwie auch einen Boom an Neugründungen? Die Unternehmensgründungen in diesem Bereich unter dem Schlagwort „Sharing Economy“... Gibt es irgendwie eine Erfassung davon oder ist das noch sehr undurchsichtig?**

298 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Als eine eigene Erfassung, jetzt speziell, gibt es eigentlich nicht, nein. Da werden halt dann einfach die entsprechenden Berechtigungen gelöst, die halt notwendig sind. Aber, ob das jetzt im Rahmen von „Sharing Economy“ ist oder nicht... Manchmal ist das ja auch überschneidend oder überlappend.*

301 **Sophia Hanke: Ja.**

302 Dr. Josef Schleinzner: *Und manchmal wird ja die These vertreten, dass es sich hier um keine gewerbliche Tätigkeit handelt, weil es nicht auf Gewinn ausgerichtet ist...*

304 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja.*

305 Dr. Josef Schleinzner... *und dergleichen, die den Gewerbebegriff ausmachen und die natürlich zu einer Gewerbeberechtigung und damit zu einer Kammermitgliedschaft führen. Insofern... Das ist auch ein bisschen eine Grauzone.*

308 **Sophia Hanke: Das ist auch ein interessanter Punkt: Würden Sie sagen, ist es eher eine Marketingstrategie, ein Werbescherz, dass man sich so irgendwie darstellt, nicht gewinnorientiert zu sein und die Umwelt zu schützen und eigentlich ist man ganz normal kapitalistisch orientiert?**

311 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja. Eigentlich geht es ums Geld.*

312 Dr. Josef Schleinzner: *Ja, es kann vielleicht sein, dass viele Vertragspartner von diesen Plattformen nicht wirklich große Gewinne machen oder fast keine, das wird schon oft zum Tragen kommen. Nur „Uber“ zum Beispiel, glaube ich, notieren in der Börse, ich weiß nicht, mit Milliarden. Also das sind schon erfolgreiche Geschäftsmodelle.*

316 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Und das hat auch der Geschäftsführer von „Uber“ Schweiz-Österreich auch einmal bei einer Veranstaltung gesagt: „Sharing Economy“ - Ihm geht es um die Economy. Also bei „Uber“ geht es um das Geld, also das ist auch ganz klar.*

319 **Sophia Hanke: Ja, bei „Uber“ ist es vielleicht so kommuniziert, aber bei ganz vielen ist es nicht so kommuniziert. Man präsentiert sich anders.**

321 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja.*

322 **Sophia Hanke: Wird „Sharing“ irgendwie auch eine Art Marke, eine Marketingstrategie?**

323 Dr. Josef Schleinzner: *Ich glaube, bei den Plattformen ist es schon so, dass das Business eine Rolle spielt. Also*
324 *wenn ich „checkrobin“ hernehme: Die, die sich beteiligt haben an dieser Plattform, sind sehr erfolgreiche*
325 *Unternehmer und sehr bekannte, sehr renommierte Unternehmer. Das die das alles rein ideell nur sehen?*

326 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Nein, meines Erachtens, gibt es sicher beides. Also das eine, wo es halt wirklich*
327 *um die Wirtschaft und um Gewinn geht und andere, denen schon dieser Teilen-Gedanke im Vordergrund steht.*
328 *Gibt es sicher beides.*

329 Dr. Josef Schleinzner: *Ja, freilich.*

330 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Und dann gibt es sicher auch die, die sagen: „Ja, nein, wir sind alle so schön*
331 *„Sharing!“, und eigentlich geht es auch nur um das Geld.*

332 **Sophia Hanke: Also man muss das sehr differenziert sehen. Aber gemeinsam all diesen Entwicklungen**
333 **ist trotzdem der Gedanke...**

334 Dr. Josef Schleinzner: *...des Nutzens und nicht des Besitzens*

335 **Sophia Hanke: und die Motivation dahinter ist, Geld zu sparen und die Möglichkeit dafür sind die neuen**
336 **Technologien, wenn ich das jetzt so zusammenfassen könnte?**

337 Dr. Josef Schleinzner: *Ja.*

338 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja, sicher, die verwende ich dann dafür.*

339 **Sophia Hanke: Ja, das war es dann eh mit meinen Fragen, haben Sie noch eine Ergänzung?**

340 Dr. Josef Schleinzner: *Es ist auch im Rahmen des Magistrats der Stadt Wien viel diskutiert worden, aber letzten*
341 *Endes, viel mehr Ergebnisse haben wir auch nicht erzielt, wenn du dich erinnern kannst?*

342 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Nein.*

343 Dr. Josef Schleinzner: *Sind immer die gleichen Themen halt.*

344 Mag. Regina Hauser-Boulanger: *Ja und ich glaube, das ist halt einfach in der Entwicklung. Man wird das alles*
345 *sehen, wo es hingeht.*

346 Dr. Josef Schleinzner: *Vielleicht wird es ein großer Faktor, vielleicht ebbs es wieder ab. Das wissen wir jetzt auch*
347 *noch nicht. Und zur Geschichte, Sie studieren ja Geschichte: Also bei den Bauern war es früher schon so, dass*
348 *sie sich gemeinsam einen Mähdrescher gekauft haben, einige Bauern. Das hätte sich ja nie ausgezahlt, für einen*
349 *Landwirt mit, ich weiß nicht, zehn Hektar, sich einen großen Mähdrescher zu kaufen. Also hat man gesagt, wir*
350 *kaufen zu dritt oder zu viert.*

351 **Sophia Hanke: Genau. Oder auch die gemeinsame Bewirtschaftung von Weiden. Jeder kann seine Kühe**
352 **dort grasen lassen zum Beispiel und das wird gemeinschaftlich genutzt. Das gab es sicher immer schon.**

353 Dr. Josef Schleinzner: *Ja, das gab es immer schon.*

354 **Sophia Hanke: Aber es gibt trotzdem einige Faktoren, die jetzt halt neu sind.**

355 Dr. Josef Schleinzner: *Natürlich. Auch einen Gesinnungswandel in gewisser Hinsicht, ja, der auch eine Rolle spielt.*
356 *Aber, wie gesagt, als „Wirtschaftskammer“ sagen wir halt immer: „Gleiche Rahmenbedingungen für gleiche*
357 *Tätigkeiten!“, das ist der Sukkus. Das kann sein, dass...indem man bei „Sharing“ etwas anhebt oder umgekehrt,*
358 *indem man bei den Regulierten mit den Regulierungen etwas herunterfährt. Ist auch ok.*

Interview 2

- Interviewte Person: Ina Hahn, Mitgründerin von „Leila“ Wien
- Ort des Interviews: „Leila“, Herbststraße 15, 1160 Wien
- Datum: 12.2.16
- Dauer: 46 Minuten

1 Sophia Hanke: Wie würdest du sagen, ordnet sich „Leila“ in das ganze Konzept von „Sharing Economy“ ein?

3 Ina Hahn: Ja, das ist eine Frage, die wir uns selber immer wieder stellen. Also, ich finde halt, mit „Share
4 Economy“ ist es halt so schwierig. Was versteht man darunter und deswegen auch, ordnet man sich da dazu ein
5 oder nicht? Und was mich halt an dem Begriff „Share Economy“ ein bisschen stört ist, dass es halt immer noch so
6 voll die „Economy“ ist, sozusagen. Also das „Share“ drinnen ist ein bisschen...geht manchmal ein bisschen unter,
7 finde ich. Es gibt so viele Beispiele oder Projekte, die halt quasi Geld damit machen, dass sie irgendwie Sachen
8 teilen, aber das...ja. Und da gehören wir halt irgendwie nicht so dazu. Also, von der Idee her, dass man sich bei
9 uns Gegenstände ausleihen kann, hat es natürlich etwas mit Teilen zu tun, aber es ist eigentlich überhaupt nicht
10 wirtschaftlich.

11 Sophia Hanke: Ja.

12 Ina Hahn: Also es ist kein Startup oder Unternehmen oder so. Wir sind einfach ein Verein und wir machen das
13 alle ehrenamtlich. Wir sind nicht gewinnorientiert. Also deswegen hat es nicht so viel mit „Economy“ zu tun
14 sozusagen.

**15 Sophia Hanke: Ok. Auch wenn du sagst, ihr seid keine Firma, ihr seid nicht profitorientiert und so weiter
16 ist es trotzdem eine, in einer Weise, eine neue Form des Konsumierens oder auch des Wirtschaftens?**

17 Ina Hahn: Ja.

18 Sophia Hanke: Würdest du das so sehen?

19 Ina Hahn: Würde ich schon so sehen. Also vor allem aus der BenutzerInnenperspektive hat es natürlich schon
20 auch Auswirkungen auf dein eigenes Wirtschaftsverhalten sozusagen, weil du die Sachen nicht mehr kaufen
21 musst, sondern sie dir ausborgen kannst.

**22 Sophia Hanke: Es hat also schon auch einen wirtschaftlichen Aspekt. Wirtschaft ist ja nicht nur
23 Wachstum.**

24 Ina Hahn: Genau, es spart natürlich auch Geld, wenn du dir die Sachen nicht mehr kaufst, sondern sie dir
25 ausborgst, dann ist es natürlich ganz konkret eine Ersparnis für dein Geldbörse. Aber, ich glaube, was das halt
26 braucht, ist halt voll die Bewusstseinsänderung. Es ist halt nicht einfach ein neues Geschäft, das es gibt, wo man
27 halt, so wie man es gewohnt ist, wieder hingeht und quasi andere umweltschonendere Produkte kauft, sondern
28 man muss sich halt ein bisschen umstellen im Verwenden sozusagen von diesem neuen Konzept. Wobei neu ist
29 ja schon auch... Ich meine, Sachen teilen, das ist nicht unsere brillante Erfindung. Das ist einfach... Es bringt es
30 nur in eine Form, wo es einfach ein physisches Angebot gibt an Gegenständen und dass es halt einen Ort gibt,
31 wo Leute Sachen hinbringen können und halt von dort entleihen können und es bringt halt dieses Teilen und
32 Sachen-gemeinsam-Nutzen irgendwie in eine neue Form. Aber so die Idee dahinter, dass man Sachen
33 gemeinsam nutzt, ist ja nicht so superinnovativ.

**34 Sophia Hanke: Ja, Teilen gibt es schon immer, logisch. Es wurde schon immer geteilt, aber es ist
35 trotzdem so, dass es jetzt irgendwie einen besonderen Aufschwung von Teilkonzepten gibt. Also, es
36 entstehen so viele verschiedene Konzepte, egal, ob gewinnorientiert oder nicht gewinnorientiert.**

37 Ina Hahn: Ja.

**38 Sophia Hanke: Ist Teilen irgendwie jetzt vielleicht im Trend oder ändert sich vielleicht auch wirklich was?
39 Das ist die Frage. Also, es ist schon was Neues?**

40 Ina Hahn: Ja. Auf jeden Fall die Angebote, die es dafür gibt. Also, ich glaube, dass Leute so innerhalb des
41 Freundeskreises oder bei den NachbarInnen nach irgendetwas fragen und sich das dann ausborgen, das gibt es
42 natürlich eh, aber so bestimmte Angebote werden halt jetzt immer mehr geschaffen und das ist schon was
43 Neues.

44 Sophia Hanke: Ja?

45 Ina Hahn: Ja, würde ich auch so sehen.

46 Sophia Hanke: Und weil du vorher gesagt hast: „Es braucht eine Bewusstseinsänderung!“, gibt es die?

47 Ina Hahn: Also, unserer Erfahrung nach, sind vor allem Leute bei uns Mitglied, die sich eh schon dafür
48 interessieren sozusagen, also die eh schon mit der Idee...die die Idee cool finden, dass man durch das
49 gemeinsame Nutzen auch Ressourcen spart und die Leute... Die meisten Leute, die Mitglied sind, die kommen
50 schon mit einem gewissen Bewusstsein. Weil die Leute, die wir sehr schwer nur erreichen, sind halt auch die, die
51 es vielleicht aus irgendwie finanziellen Gründen gut gebrauchen könnten, so ein Angebot, aber die halt das
52 überhaupt nicht am Radar haben, dass es eine Möglichkeit ist, Sachen über den „Leihladen“ gemeinsam zu
53 nutzen und sich dadurch halt auch Geld zu sparen. Weil ich glaube, da ist es halt... Es ist halt schon noch immer
54 sehr verbreitet dieses: „Ich brauche es - Ich kaufe es. Und ich kaufe mir dann auch irgendetwas Statusmäßiges.“
55 Also...

56 Sophia Hanke: Ja?

57 Ina Hahn: Also ich glaube... Ich weiß nicht genau... Es ist natürlich cool, dass der „Leihladen“ schon auch ein
58 bisschen dazu beitragen kann, so die Idee zu verbreiten von Dingen-gemeinsam-zu-Nutzen, aber ich glaube, es
59 ist noch ein bisschen ein Weg, bis wir wo hinkommen, wo wir wirklich viele Leute erreichen, die bis jetzt
60 überhaupt nichts damit am Hut haben. Also das meine ich mit Bewusstseinsänderung, das ist noch nicht so bei
61 der breiten Masse angekommen, dass das jetzt einfach ein Angebot ist, was es gibt.

**62 Sophia Hanke: Also du würdest sagen, euer Publikum oder eure Interessenten sind eher die, die eh schon
63 immer konsumkritisch sind oder die eh eher schon der alternativeren linken Szene zugehören oder...?**

64 Ina Hahn: Also nicht nur. Es gibt schon auch ganz andere Leute auch. Also, es sind schon viele Studierende oder
65 so im Alter zwischen 20 bis 30, aber es gibt schon auch ältere Mitglieder und auch, jetzt nicht nur Studenten, aber
66 so... Ja, die Mehrheit von den Mitgliedern, würde ich schon sagen, dass sie aus einem studentischen Milieu, eh
67 schon ein bisschen kritisch, eher links, ein bisschen, also auf jeden Fall, konsumbewusst sind. Ja.

68 Sophia Hanke: Ok. Ganz konkrete Frage: Was kannst du mir zur Entstehung von „Leila“ sagen?

69 Ina Hahn: Also, es hat ja vor dem „Leihladen“ in Wien schon einen in Berlin gegeben.

70 Sophia Hanke: Ja, das habe ich gelesen.

71 Ina Hahn: Und wir haben uns sehr angelehnt an das dortige Konzept und wir haben auch den Nikolai Wolfert, der
72 das dort gegründet hat, den haben wir alle kennen gelernt, unabhängig voneinander. Und wir waren so eine
73 Gruppe von sieben Leuten am Anfang, die halt irgendwie die Idee hatten, dass es cool wäre, wenn es das auch in
74 Wien geben würde. Und dann haben wir uns zusammengefunden und einmal begonnen das aufzubauen und
75 haben so ein Jahr ungefähr irgendwie herum überlegt, wie wir das machen könnten, was es für Prozesse braucht,
76 was für Arbeitsschritte halt zu tun sind und vor allem halt einen Raum zu finden, das war so die größte
77 Herausforderung.

78 Sophia Hanke: Ja?

79 Ina Hahn: Weil es halt dadurch, dass das... Es gibt eben keinen Gewinn bei dem Projekt. Das heißt, alles, was
80 am normalen Immobilienmarkt ist, hätten wir uns eigentlich überhaupt nicht leisten können. Und jetzt haben wir
81 halt voll das Glück, dass wir hier eine Kooperation mit der Gebietsbetreuung haben und eine voll geringe Miete
82 nur zahlen. Und dann haben wir im Mai 2014 eröffnet. Das heißt, uns gibt es jetzt seit eineinhalb Jahren und es
83 kommen eigentlich immer so laufend Mitglieder dazu. Also ich würde sagen, so ein bis zwei pro Woche. Es sind
84 jetzt 115 Mitglieder und es gibt, ich glaube, ungefähr 500 Gegenstände im Moment, die man sich ausborgen
85 kann. Und es gibt jetzt auch eine Homepage, wo man...wo es einen Katalog gibt, wo man sich anschauen kann,
86 was es gibt im „Leihladen“, wo man einfach mal suchen kann, wenn man etwas Bestimmtes braucht, ob es das
87 gibt und der Plan ist, dass es irgendwann auch eine Funktion gibt, damit man sieht, ob das Teil gerade
88 ausgeborgt ist oder nicht. Das ist halt dann noch ein bisschen mehr Service für die NutzerInnen. Ja.

**89 Sophia Hanke: Aber das Internet spielt bei euch jetzt nicht so eine wichtige Rolle, habe ich den Eindruck
90 oder schon?**

91 Ina Hahn: Naja, nur im Sinne von Auf-uns-aufmerksam-Werden, dahingehend schon, aber jetzt wirklich für die
92 Benutzung vom „Leihladen“ sozusagen, braucht man es nicht. Also es ist cool, dass es diesen Katalog gibt, wo
93 man nachschauen kann, aber man kann auch einfach herkommen und man sieht dann eh, was es gibt. Also es
94 war uns auch irgendwie... Es war halt so ein Grundgedanke von uns, dass wir wirklich...dass wir nicht so eine
95 Internetsache gründen, wo man Sachen teilen kann, sondern, dass man wirklich dem ganzen einen Raum gibt,
96 wo sich Leute halt auch begegnen können und das eben nicht so anonym über Internet irgendwie läuft.

97 Sophia Hanke: Also das Soziale, die sozialen Kontakte spielen eine große Rolle?

98 Ina Hahn: Ja. Also auch eben...so, hier der Raum, dass man sich halt aufhalten kann, dass es nicht nur ist: „Ich
99 komme hier her und borge mir was aus.“, sondern, dass es manchmal auch Veranstaltungen so wie

Anhang

100 Spieleabende mit den Spielen, die wir in unserem Bestand haben, oder Filmabende oder so... Also, ja, es soll
101 auch so etwas sein, wo die Mitglieder zusammenkommen können und sich austauschen.

102 **Sophia Hanke: Und konkret aus welcher Motivation heraus habt ihr das gegründet? Also, ok, ihr habt das
103 Vorbild in Berlin, aber trotzdem für euch, eure Motivation?**

104 Ina Hahn: Ich glaube, es war einfach so, dass wir alle von der Idee einfach voll begeistert waren, weil es so... Es
105 liegt so auf der Hand. Es ist so etwas Logisches. Es gibt Büchereien für Bücher schon seit Jahrhunderten und es
106 ist so eine simple Idee, aber dann halt doch noch nie umgesetzt worden irgendwie so dieses „Leihladen-Prinzip“,
107 wo du dann halt Gegenstände ausborgst. Und das hat uns irgendwie, glaube ich, alle fasziniert, dass es so eine
108 eigentlich einfache Idee ist, aber, dass es anscheinend dann doch so...halt trotzdem was Neues... Und wir wollten
109 einfach ausprobieren, ob das in Wien funktioniert und hatten halt auch selber voll Lust darauf, dass wir Zugang zu
110 Gegenständen haben, die wir sonst nicht hätten. [lachend] Ja, und einfach so...ja, auszuprobieren, ob das
111 Konzept in Wien angenommen wird und da vielleicht ein bisschen so eine Vorbildfunktion zu haben für
112 Österreich, ob sich das etablieren kann und einfach, glaube ich, schon auch aus dem eigenen Spaß an der
113 Sache heraus, weil es halt irgendwie auch cool ist, wenn du dein eigenes Geschäft hast und...oder Geschäft ist
114 es ja nicht...aber, ja.

115 **Sophia Hanke: Ok. Du sagst, ihr wolltet es einfach einmal ausprobieren, ob es funktioniert. Würdest du
116 sagen, es funktioniert? Oder, wie hat sich das Konzept entwickelt?**

117 Ina Hahn: Ich würde schon sagen, dass es funktioniert. Also es könnte durchaus mehr Leihaktivitäten geben. Es
118 sind so, wahrscheinlich so... Ich weiß keine genauen Zahlen, aber ich schätze mal, es sind so zwei bis drei
119 Leihvorgänge pro Woche. Das ist nicht wahnsinnig viel, das könnte auf jeden Fall mehr sein, aber wir sehen halt
120 voll den Unterschied zwischen Leuten, die die Idee super finden und zum Beispiel auf „Facebook“ sind es, glaube
121 ich, fast 4000 Likes und es sind urviel... Es ist immer wieder so voll das Medieninteresse da. Zum Beispiel am
122 Dienstag war der „ORF“ da und hat einen Beitrag gedreht und es sind immer wieder so Sachen, wo wir merken,
123 die Leute haben schon voll Interesse daran, aber es gibt dann ein bisschen ein Gap zu Leuten, die es wirklich
124 nutzen. Also das ist irgendwie was, was wir noch nicht so ganz herausgefunden haben, wie wir dieses Interesse,
125 was es prinzipiell gibt, so anzapfen können, dass die Leute wirklich Mitglied werden und es nutzen. Ich meine, es
126 ist natürlich so, dass es... Es bringt dir viel mehr, wenn du in der Nähe wohnst. Es ist auf jeden Fall ein Projekt
127 oder eine Sache, die viel mehr Sinn macht, wenn es lokal ist und deswegen wäre es halt viel cooler, wenn es
128 mehrere Leihläden in Wien gäbe, weil dann wird es, glaube ich, viel mehr genutzt, weil natürlich, wenn du aus
129 dem 23. bist, fährst du nicht in den 16., um dir jetzt eine Leiter auszuborgen.

130 **Sophia Hanke: Du gehst eher vielleicht zu deinem Nachbarn?**

131 Ina Hahn: Ja.

132 **Sophia Hanke: Das ist auch das, was ich mir selbst denke. Ich wohne im Dritten. Es ist schon ein Stück
133 daher und natürlich besitze ich auch nicht alles, aber ich würde, glaube ich, auch eher meinen Nachbarn
134 fragen oder einen Freund fragen in der Nähe, als da jetzt herzufahren und zu schauen, gibt es das da
135 und...**

136 Ina Hahn: Ich finde das auch überhaupt nicht... Also ich finde das voll super eigentlich, wenn die Leute das
137 machen. Macht einfach auch mehr Sinn, sich das in der Nachbarschaft auszuborgen und da ist ja auch
138 „FragNebenan“ ein ganz gutes Tool irgendwie dafür. Und ich denke mir auch immer, wenn Leute vielleicht durch
139 den „Leihladen“ wieder mehr auf die Idee kommen, so, sich überhaupt was auszuborgen, dann finde ich das auch
140 super, weil nicht jeder kann den „Leihladen“ nutzen, eben aus irgendwie geographischen Gründen sozusagen.
141 Aber wenn jemand sich denkt: „Hey, eigentlich voll coole Idee, stimmt, ich könnte das nächste Mal einfach
142 meinen Nachbarn fragen, wenn ich etwas brauche und nicht das kaufen.“, denke ich mir, trägt es auch ein
143 bisschen bei zu diesem Mehr-Teilen. Und...ja.

144 **Sophia Hanke: Auf jeden Fall.**

145 Ina Hahn: Also...ja. Und sonst von der Entwicklung her? Wir haben eigentlich so unser Konzept, was wir uns am
146 Anfang überlegt haben, eben es ist ein Verein, du wirst Mitglied, schließt eine Jahresmitgliedschaft ab, für
147 entweder 24 oder 36 Euro, wobei du selber einschätzen kannst, wie viel du zahlst und dann hast du halt Zugriff
148 auf alles, was es gibt und zahlst nichts für den einzelnen Leihvorgang und das haben wir halt voll beibehalten.
149 Also so haben wir uns das irgendwann einmal überlegt und so funktioniert es auch immer noch. Und...ja.

150 **Sophia Hanke: Aber hat sich irgendetwas bei euren Zielen verändert oder wie hat sich die Nachfrage auch
151 verändert?**

152 Ina Hahn: Ich glaube, von den Zielen kann man schon auch sagen, dass es... Am Anfang war es uns halt voll
153 wichtig, dass wir unseren eigenen Standort so zum Laufen bringen und dass das einmal funktioniert. Und jetzt
154 denken wir, glaube ich, immer mehr auch halt so an Vernetzung, an Zusammenarbeit mit den anderen Leihläden,
155 die es gibt. Wir haben auch... Es gibt den... In Österreich gibt es mittlerweile auch einen in Graz und in Innsbruck

Anhang

156 und das hat sich halt auch so entwickelt, dass da Gruppen auf uns zugekommen sind und uns gefragt haben, wie
157 wir das gemacht haben mit dem Gründen und denen haben wir auch viel geholfen und so. Und jetzt wollen wir
158 das Ganze noch ein bisschen professioneller machen und schreiben so eine Art Handbuch, wo wir ganz viele so
159 Erfahrungen halt sammeln und auch Dokumente und so, dass das dann ein Ding ist, das man Leuten in die Hand
160 geben kann, so: „Hey, lies dir das noch einmal durch, da steht eigentlich alles drinnen, was du wissen musst, um
161 einen ‚Leihladen‘ gründen zu können.“

162 **Sophia Hanke:** Ok.

163 Ina Hahn: Und an so etwas haben wir am Anfang halt noch gar nicht gedacht.

164 **Sophia Hanke:** Das heißt, das Ziel hat sich mehr in die Richtung entwickelt, wie du eh vorher schon
165 angedeutet hast, einfach Leihen irgendwie massenfähiger zu machen und so viel wie möglich in ganz
166 Österreich oder auf der ganzen Welt irgendwie zu etablieren...so in die Richtung? Und dass ihr halt das
167 Knowhow habt und helfen könnt, dass sich andere Leihläden gründen...?

168 Ina Hahn: Ja, genau, würde ich auch sagen und eben, wie ich vorher gesagt habe, dass es halt mehr Sinn macht,
169 wenn es lokaler ist, also wenn es vielleicht mehrere Leihläden...vielleicht haben die dann nicht alles, aber sie sind
170 halt leichter zu erreichen und das übersteigt halt unsere Kapazitäten. Wir sind sieben Leute, die das schupfen
171 sozusagen und wir machen eben das halt hier und hier voll gerne und wir helfen gerne dabei, irgendetwas
172 aufzubauen, aber wir könnten nie noch einen zweiten „Leihladen“ in Wien betreiben.

173 **Sophia Hanke:** Ist klar.

174 Ina Hahn: Aber wenn es irgendwie Interesse dafür gibt, dann unterstützen wir dabei voll, voll gerne. Ja.

175 **Sophia Hanke:** Und so ganz konkret, also, die Nachfrage, das Publikum ist prinzipiell gestiegen in den
176 letzten eineinhalb Jahren?

177 Ina Hahn: Ja, schon.

178 **Sophia Hanke:** Und weil du vorher gesagt hast: „Das Interesse ist groß, Medieninteresse ist groß, Gap zu
179 den Nutzenden ist groß.“ Wie hat sich die mediale Aufmerksamkeit entwickelt?

180 Ina Hahn: Das war eigentlich für uns urspannend, weil wir dafür fast nichts gemacht haben. Also es hat halt
181 angefangen mit einem „Standard-Artikel“ und auf den sind halt voll viele aufgesprungen, dann sind andere
182 Zeitungen gekommen und bei der Eröffnung war ein Radio da und so... Aber es war irgendwie voll interessant für
183 uns, weil wir haben nie irgendwelche Pressemitteilungen oder so etwas geschickt, war einfach da diese
184 Aufmerksamkeit, weil es halt schon etwas sehr Neues ist und ja, das kriegen wir auch immer noch, immer wieder
185 Anfragen von Zeitungen, von Blogs, auch eben, so Fernsehshows, wobei es dann meistens um sehr... Da geht
186 es meistens weniger darum; den „Leihladen“ vorzustellen, aber es passt halt in sehr viele Sachen hinein, also
187 zum Beispiel ein Artikel über Abfallvermeidung kann den „Leihladen“ genauso beinhalten, wie jetzt ein Beitrag
188 über Klimaschutz oder halt auch so etwas wie soziale...oder so Angebote für die Nachbarschaft oder so... Also
189 der „Leihladen“ fällt in ziemlich viele Bereiche hinein. So. Und ich glaube deswegen, dass es halt auch für die
190 Medien immer wieder sozusagen eine Ergänzung zu ihren Berichten oder so...weil man den „Leihladen“ halt noch
191 als Beispiel anführen kann. Also jetzt war zum Beispiel, jetzt war so ein „ORF-Beitrag“, da ging es so darum, die
192 Klimaverhandlungen in Paris, so: „Was kann jetzt jeder Einzelne von uns im Alltag tun?“. Und Konsum ist halt ein
193 voll großes Thema und dazu waren sie halt auch hier und dann wird der „Leihladen“ halt in dem Kontext
194 vorgestellt. Und für uns war es halt super, weil wir dadurch schon auch viele Leute erreicht haben und so die Idee
195 verbreitet worden ist. Ja.

196 **Sophia Hanke:** Habt ihr irgendwelche Unterstützer oder zum Beispiel hat sich, keine Ahnung, die Stadt
197 Wien oder die Politik allgemein irgendwie dazu geäußert?

198 Ina Hahn: Also von der Politik haben wir eigentlich überhaupt keine Reaktion bekommen, auch keine
199 Unterstützung. Also wir finanzieren uns wirklich nur über die Mitgliedsbeiträge. Wir machen halt immer wieder
200 einmal mit bei irgendwelchen so Wettbewerben, Ausschreibungen und haben da schon ein paar Sachen auch
201 gewonnen, so einen Klimaschutzpreis oder zum Beispiel von der „BOKU“ gibt es das „BOKU-Sozialprojekt“, wo
202 dann... Das ist halt auch so eine Ausschreibung, wo man dann den Erlös bekommt und so. Also es gibt schon ein
203 paar Sachen, aber so Unterstützung... Ich meine, wir hatten schon Unterstützung so von...also innerhalb von
204 diesem „Sharing-Netzwerk“ ein bisschen. Also so am Anfang, „ouishare“ oder so etwas... Es gibt ja so ein paar
205 Sachen, wo wir dann auch Leute kennen, die dann unsere Eröffnung zum Beispiel angekündigt haben oder halt
206 so überhaupt die Idee auch ein bisschen verbreitet haben in den Netzwerken. Aber so Unterstützung von wegen
207 Geld oder Raum, so von Stadtseite gibt es nicht. Haben wir auch noch nie darum angefragt. Also vielleicht fände
208 es die Stadt Wien eh superspannend, aber sie sind bis jetzt noch nicht von selber darauf gekommen und
209 vielleicht, wenn wir sie fragen würden, würde auch irgendwas rausspringen, weiß ich nicht.

210 **Sophia Hanke: Ich stelle die Frage auch deshalb, weil ich mich dafür interessiere, so allgemein, warum**
211 **„Sharing-Konzepte“...wie sie entstehen, wie sie sich entwickeln und welche Rolle zum Beispiel Politik**
212 **und so weiter spielt. Die Stadt Wien unterstützt ja schon zum Beispiel „Carsharing“, aber die kleineren**
213 **Initiativen vielleicht nicht so?**

214 Ina Hahn: Also ich denke mir, ich kann mir eher so etwas vorstellen wie eine einmalige Unterstützung für
215 irgendein spezielles Projekt oder so, aber eine laufende Sache erwarte ich überhaupt nicht und ich weiß auch
216 nicht, ob wir das so wollen würden, weil man dann auch wieder in eine gewisse Abhängigkeit gerät. Ich meine, so
217 sind wir halt von Mitgliedsbeiträgen abhängig, aber das ist halt nicht eine Stelle, die von heute auf morgen den
218 Geldhahn zudrehen kann. Und wenn man so gefördert wird, dann muss man halt auch überall das Logo drauf
219 pappen und so und das finde ich dann... Ja, wir sind ja nicht von der Stadt Wien ausgegangen. Ja, aber es gibt
220 sicher irgendwelche Fördertöpfe, wo man mal hineingreifen könnte. Auch so im Sinne von so „Smartcity“ oder so,
221 also gibt es wahrscheinlich von der Stadt Wien eh etwas, aber so... Es hat überhaupt keine Rolle gespielt in
222 unserem Gründungsprozess. Also das war wirklich sehr Eigeninitiative. Ja.

223 **Sophia Hanke: Vielleicht noch allgemein ein bisschen zum „Sharing“: Also, wie ich eh schon gesagt**
224 **habe, es gibt so viele verschiedene Bereiche, die eben alle zusammengefasst werden unter dem Begriff**
225 **„Sharing Economy“, obwohl es die verschiedensten Motive oder Ziele gibt, das verschiedenste Publikum.**
226 **Jetzt mal ganz konkret... Also ich würde „Leila“ jetzt mit dem Überbegriff „Gegenstand-Sharing“ vielleicht**
227 **bezeichnen?**

228 Ina Hahn: Ja.

229 **Sophia Hanke: Ok. Wie hat sich da allgemein das Angebot oder die Nachfrage entwickelt im Bereich**
230 **„Gegenstand-Sharing“? Es gibt ja mehrere Initiativen.**

231 Ina Hahn: Also ich kenne jetzt außer... Ich kenne jetzt nur den „Leihladen“ so als physische Plattform für Dinge.

232 **Sophia Hanke: Aber Online-Plattformen zählen ja auch dazu.**

233 Ina Hahn: Genau, Online-Plattformen gibt es halt schon einige. Ich glaube, dass das alles mehr oder weniger zur
234 gleichen Zeit sich auch etabliert hat oder irgendwie bekannt geworden ist.

235 **Sophia Hanke: Auf jeden Fall, ja.**

236 Ina Hahn: Das war alles so vor, weiß nicht, zwei, drei Jahren, dass so die Ideen...vielleicht stimmt das auch
237 überhaupt nicht, vielleicht sind die Ideen schon von den GründerInnen von den anderen Sachen viel älter, das
238 gibt es auch schon länger. Aber irgendwie so für mich präsent war das alles so ziemlich gleichzeitig.

239 **Sophia Hanke: Zumindest in den Medien ist es seither.**

240 Ina Hahn: Ja. Und was halt vielleicht auch noch ein bisschen dazu gehört, was halt nicht so professionell
241 organisiert ist, aber, es gibt ja auch zum Beispiel auf „Facebook“ oder so, verschiedene Gruppen so wie
242 „Share&care“ oder „WienVerschenkt“. Ich meine, das ist nicht so Teilen, aber das ist trotzdem irgendwie
243 Gegenstände weitergeben und gemeinsam nutzen. Oder es gibt ja auch so Tauschkreise. Das irgendwie zählt
244 schon auch dazu, würde ich sagen.

245 **Sophia Hanke: Würdest du sagen, dass „Sharing“ das Potential hat, dass es wirklich eine neue Form des**
246 **Konsumierens oder Wirtschaftens ist oder ist es mehr ein Nischenphänomen vielleicht, was jetzt gerade**
247 **mediale Aufmerksamkeit bekommt und dann trotzdem nur wirklich eine Randgruppe erreicht?**

248 Ina Hahn: Ich glaube, das kommt voll darauf an, in welchem Maßstab man das sieht. Also, ich glaube nicht, dass
249 in absehbarer Zeit, sich unsere ganze Weltwirtschaft auf ein „Sharing-Modell“ irgendwie umstellt oder einigt. So
250 im Kleinen... Ich glaube, es ist was, was auf jeden Fall vom Kleinen ausgeht. So, haben wir jetzt eh schon
251 gesagt, so...dass es jetzt auch ein lokales Angebot ist und natürlich spielt auch Vertrauen eine Rolle. Also deinem
252 Nachbarn borgst du wahrscheinlich eher was, als irgendeinem wildfremden Menschen auf der Straße und hier hat
253 das Ganze halt so eine Form, dass du halt Mitglied bist, wir kennen deine Daten sozusagen, es gibt ein
254 Übereinkommen und...aber, ich glaube, das darf man nicht unterschätzen, dass so dieses Vertrauen so...
255 erstens, die Verfügbarkeit von Sachen, der Zustand von Sachen, wenn ich Sachen herleihe, dass ich sie in dem
256 gleichen Zustand wieder zurück bekomme und so, dass sie das nicht fladern, das sind alles Sachen, die muss
257 man auch einmal irgendwie wieder lernen oder einlernen. Und eine... Und ich glaube, es gibt halt einfach einen
258 Unterschied zwischen diesen „Share-Economy-Sachen“ wie jetzt, ich meine, „Airbnb“ oder „Uber“ oder so ist ja
259 schon extrem verbreitet und etabliert und da kann man schon sagen, dass das gewisse Wirtschaftszweige schon
260 ziemlich verändert hat, aber das ist halt nicht so wie ich „Share Economy“ gern verstehen oder sehen würde, weil
261 ich denke mir, ok, da macht halt wieder jeder irgendwie Gewinn damit, aber es hat... Es verändert nicht so viel
262 daran, dass das Ziel der Sache irgendwie gewinnorientiert ist so... Ja, das ist eine schwierige Frage, wie sich das
263 entwickelt, aber ich glaube, dass es auf jeden Fall noch ein paar Jahre...dass es wahrscheinlich noch ein
264 bisschen braucht, bis so wirklich viele Menschen damit erreicht werden und dann entscheidet es sich

Anhang

265 wahrscheinlich in ein paar Jahren, ob genug Leute mit dieser Idee infiziert worden sind oder nicht und vielleicht
266 geht es dann auch wieder unter, keine Ahnung. Aber ich glaube schon, dass allgemein das Bewusstsein wächst
267 für...also halt einfach Konsumbewusstsein und umweltverantwortliches Handeln und so. Also...

268 **Sophia Hanke: Ja?**

269 Ina Hahn: Ich glaube, dass das schon...dass man da nicht mehr so ganz arg zurückfallen kann in einen
270 Unwissenheitsstatus.

271 **Sophia Hanke: Ja, interessante Frage. Warum entsteht das jetzt oder halt in den letzten fünf Jahren? Die**
272 **ganze Szene, die Community, das ist ja nicht nur in Österreich, nicht nur in Wien so...**

273 Ina Hahn: Ja.

274 **Sophia Hanke: Warum? Kannst du da irgendetwas dazu sagen?**

275 Ina Hahn: Weiß nicht. Ich kann das jetzt nicht so genau sagen, ich glaube, dass es schon einfach auch mit so
276 Globalentwicklungen zu tun hat, weil halt so das Klimathema in den letzten Jahren schon sehr an Präsenz
277 gewonnen hat und an Medienaufmerksamkeit. Und einfach auch in der Art und Weise, wie darüber berichtet wird,
278 es werden ja mittlerweile...Keine Ahnung... Die Klimaverhandlungen haben früher keine Sau interessiert und jetzt
279 berichtet jeder Sender, jede Zeitung, es ist urpräsent, man kann das quasi live mitverfolgen. Es ist irgendwie auch
280 eine andere Aufmerksamkeit dem ganzen Thema zuteil geworden. Und ich glaube schon, dass das dazu beiträgt,
281 dass Leute einfach mehr darüber nachdenken und sicher auch...also im Bereich Lebensmittel zum Beispiel...Also,
282 dass da noch immer Lebensmittelskandale sind und du steigst um auf eine bewusstere Ernährung oder
283 Versorgung von Lebensmitteln und darüber vielleicht, kriegst du auch irgendwie so ein generelles Interesse für so
284 Umweltthemen und vielleicht landest du dann darüber auch bei anderen alternativen Konsumformen. Das weiß
285 ich nicht genau, das kann ich mir vorstellen, dass auch solche Wege quasi möglich sind. Ja.

286 **Sophia Hanke: In der Literatur zu „Sharing“ findet man oft als Grund die Wirtschafts-und Finanzkrise.**
287 **Dass die Leute einfach irgendwie auch nicht mehr so viel Geld haben, sich einfach alles zu kaufen oder**
288 **sie merken vielleicht auch, dass es nicht so wichtig ist, dass sich da irgendetwas verändert? Würdest du**
289 **auch sagen, dass das eventuell mitspielt?**

290 Ina Hahn: Ja, könnte ich mir schon auch vorstellen, dass das... Vor allem, dass man...so dieses Draufkommen:
291 „Was brauche ich eigentlich wirklich?“. Also, wenn man sich nicht mehr alles leisten kann, dass man dann anfängt
292 darüber nachzudenken, was sind jetzt die Sachen, die ich wirklich für mich brauche und haben muss und was
293 sind Sachen, die ich eigentlich gewohnt bin zu haben, aber die jetzt nicht überlebenswichtig sind und die ich mir
294 auch einmal ausborgen kann. Das glaube ich schon, dass das auch dazu zählt. Ja. Aber ich glaube halt auch,
295 dass wegen so dieser schlechten wirtschaftlichen Lage, gerade so Sachen wie „Airbnb“ und „Uber“, was halt voll
296 eigentlich so Ausnutzung der Sachen, die man alle hat, der persönlichen Ressourcen und Kapazitäten... dass das
297 auch deswegen so groß geworden ist, weil in einer wirtschaftlich schlechten Lage die Leute halt irgendwie Geld
298 machen müssen und wenn es halt ist, das Zimmer zu vermieten oder halt Taxifahrten anzubieten, aber, dass man
299 halt so diese... dass man es selber irgendwie anbieten kann, halt anbietet...und dass vielleicht, „Airbnb“ so groß
300 geworden ist in dieser Zeit von einer wirtschaftlich schlechten Lage, weil halt jeder das verwertet, was er halt
301 selber hat.

302 **Sophia Hanke: Oder wenn ich das jetzt herunter breche auf „Carsharing“, womit ich mich ja beschäftige,**
303 **auch, das eigene Auto vermieten, jede Sekunde, in der ich es nicht brauche, Geld damit machen?**

304 Ina Hahn: Ja.

305 **Sophia Hanke: Bei Gegenständen gibt es das auch. Es gibt ja zum Beispiel „usetwice“ oder so, wo du ja**
306 **wirklich Geld machst mit deiner Bohrmaschine, deiner Nähmaschine, also ein ganz anderes Konzept wie**
307 **da. Es ist eigentlich ähnlich und vor allem gibt es dann auch die Firma, die dahinter steht und die**
308 **Provisionen mitschneidet.**

309 Ina Hahn: Ja, es ist halt ein anderes Konzept. Ja.

310 **Sophia Hanke: Welche Rolle spielt bei der Entwicklung das Internet, es ermöglicht ja schon auch**
311 **Vernetzung und macht Teilen einfacher, oder?**

312 Ina Hahn: Ja. Es spielt auf jeden Fall eine große Rolle. Also, ich glaube, dass es... Naja, ich weiß nicht. Früher,
313 ohne Internet, hattest du halt nicht die Möglichkeiten, die es jetzt gibt und dann hast du halt vielleicht wirklich
314 mehr bei deinen Nachbarn, Familie, Freunden, Bekanntenkreis ausgeliehen oder dort halt mal nachgefragt, ob sie
315 irgendetwas haben. Also vielleicht wird dadurch nicht mehr geliehen, aber halt anders.

316 **Sophia Hanke: Ok. Also es wird das Teilen unter Fremden ermöglicht, vielleicht?**

Anhang

317 Ina Hahn: *Ja, weil dazu hat es halt früher eigentlich keine Möglichkeit...Ich meine, sicher, einen Leihladen hättest du auch vor 50 Jahren schon gründen können, dazu braucht es das Internet eigentlich nicht, aber diese ganzen anderen Formen sind ja schon sehr, sind ja ohne Internet eigentlich nicht möglich. Und...ja.*

320 **Sophia Hanke: Werden durch die vielen großen Onlineplattformen oder auch die Apps, die „Sharing“ ermöglichen, kleinere lokalere und auch konsumkritischere „Sharing-Initiativen“, wie zum Beispiel der „Leihladen“, werden die gefördert, weil prinzipiell die Bereitschaft zum Teilen in der Bevölkerung steigt oder werden sie mehr an den Rand gedrängt, weil einfach alle nur...[unverständlich]?**

324 Ina Hahn: *Also vom Aufmerksamkeitsding ist es natürlich, ja... Ist natürlich die Frage, wie viel Aufmerksamkeit jeder einzelnen Initiative zuteil kommt, wenn es so viele gibt und wenn es so viele große Player gibt, aber ich glaube schon, dass es halt so unterschiedliche Konzepte gibt, wie zum Beispiel eben „usetwice“ und den „Leihladen“. Im Prinzip geht es um die gleiche Sache, irgendwo halt einen Gegenstand zu bekommen, aber es sind halt voll unterschiedliche Wege dorthin zu kommen und ich kann mir schon auch vorstellen, wenn es zum Beispiel ein Artikel gibt über „usetwice“ und du findest es eigentlich cool und du denkst dir: „Ist nicht so ganz mein Fall.“, dass du dann halt anfängst zu recherchieren, was gibt es noch in die Richtung und dann stößt du vielleicht auf den „Leihladen“. Also prinzipiell finde ich es schon cool, je mehr Aufmerksamkeit dem Thema zuteil kommt. Ich meine, es ist dann auch schade, wenn dann wieder so eine Konkurrenzsache daraus wird, die wir halt irgendwie nicht so wirklich nötig haben, weil es uns ja so oder so gibt sozusagen und wir jetzt nicht um... Also es gibt sicher auch Leute, die hier Mitglied werden können und dann trotzdem „usetwice“ nutzen für bestimmte Sachen, die es bei uns halt noch nicht gibt. Also das ist...ja. Das eine schließt das andere nicht unbedingt aus. Aber schwierig ist es wahrscheinlich für Initiativen, die halt im Internet gar nicht präsent sind. So... Es gibt ja auch viele...einfach irgendwelche Handwerksbetriebe, wo du dir da vielleicht auch irgendwas ausborgen könntest oder so etwas... und das wird halt... das weiß man wahrscheinlich nur, wenn man regelmäßig eh dort hingehst, aber das geht wahrscheinlich sehr unter im Internet-Normalbetrieb. Weil ich meine, Internet funktioniert halt auch so... kurze Aufmerksamkeit und ja..*

341 **Sophia Hanke: Ja, das bringt mich noch einmal zurück zu dem, was du gesagt hast - kurze Aufmerksamkeit - Du siehst „Leila“ auf „Facebook“, denkst dir „cool!“ und die Aufmerksamkeit ist wieder weg und es reicht nicht oder es reicht oft vielleicht nicht, wirklich daran zu bleiben und herzufahren, oder?**

345 Ina Hahn: *Ja. Ich meine, also es macht ja auch mehr Sinn herzufahren und sich das anzuschauen, wenn man wirklich Bedarf für irgendetwas hat. Ich meine, sicher, kann ich auch einmal herkommen und einfach prinzipiell anschauen, wie das hier so ist, aber wenn ich nicht wirklich etwas brauche, dann nehme ich den Weg wahrscheinlich nicht auf mich.*

349 **Sophia Hanke: Ok. Würdest du sagen, dass die Bereitschaft zum Teilen prinzipiell steigt?**

350 Ina Hahn: *Ja, das glaube ich schon.*

351 **Sophia Hanke: Ja?**

352 Ina Hahn: *Ich glaube schon. Vielleicht bin ich da auch verblendet, weil ich mich in dieser Blase bewege, aber, ich meine, so von... Ich beschäftige mich halt viel mit dem Thema. Ich kenne... Ich weiß nicht, ich bin halt in dieser Szene so ein bisschen drinnen in einem Umfeld von Leuten, die halt auch alle ähnlich ticken, aber ich glaube schon, dass prinzipiell, dadurch, dass die Angebote steigen... Es gibt ja auch mehr Möglichkeiten, von irgendwem muss das ja wahrgenommen werden. Also wenn die Bereitschaft nicht irgendwie steigen würde...oder es steigt nicht prinzipiell die Bereitschaft zu teilen, aber es ist auf jeden Fall die Bereitschaft da, diese Angebote wahrzunehmen, also, ja.*

359 **Sophia Hanke: Und inwiefern ist „Sharing“ oder „Sharing Economy“ einfach eine Marke, eine Marketingstrategie?**

361 Ina Hahn: *Ist es sicher, auf jeden Fall. Also auch für größere Firmen, die vielleicht immer schon...also Baumärkte oder so...Da ist es ja voll normal, dass du dir auch Werkzeuge ausborgen kannst und das war immer schon so und jetzt vermarkten sie es vielleicht unter einem anderen Titel, um da halt vielleicht auch andere Leute anzuziehen. Aber...ja.*

365 **Sophia Hanke: Oder auch bei „Carsharing-Anbietern“, ist das einfach ganz herkömmliche Autovermietung?**

367 Ina Hahn: *...ganz normales Autovermieten, ja, nur halt kurzfristig, ja. [unverständlich] Ich glaube, das nutzen halt vor allem Leute, die sonst eh auch mit dem Auto fahren würden. Also es sind...ja, deswegen weiß ich halt nicht, ob es so viel...Weißt du, die haben vielleicht kein eigenes Auto, hatten aber vielleicht mal ein Auto, aber fahren halt alle Strecken, die sie mit dem eigenen Auto fahren würden, fahren sie jetzt halt...jetzt mit dem geteilten Auto, das ist jetzt umweltmäßig auch nicht viel besser als ein eigenes Auto zu haben, denke ich mir. [unverständlich]*

Anhang

[Unterbrechung seitens der Interviewten]

372 Ina Hahn: Ja, voll. Also es gibt natürlich auch Leuten die Möglichkeit, die sonst nicht Zugriff auf ein Auto hätten,
373 halt mal kurz, wenn es regnet, in ein Auto zu springen, statt halt mit der U-Bahn zu fahren, also vielleicht gibt es
374 sogar mehr Autofahrten dadurch, dass es diese Möglichkeit gibt. Das hat schon auch einen gewissen
375 „Reboundeffekt“, also so dadurch, dass es dieses Angebot gibt, nutzen es halt, ja, vielleicht Leute, die es sonst
376 nicht machen würden und vielleicht gibt es dann insgesamt mehr Fahrten.

377 Sophia Hanke: Wie hat sich das Verhältnis zu Besitz geändert? Hat es sich geändert?

378 Ina Hahn: Das weiß ich nicht, aber ich glaube, dass schon bei so jungen Leuten Besitz weniger wichtig ist, also,
379 dass gerade so ein eigenes Auto zu haben nicht mehr so wichtig ist wie früher. Aber vielleicht ist das auch die
380 Stadtperspektive, weil wahrscheinlich, wenn man am Land lebt, ist das halt auch viel wichtiger, ist man halt viel
381 mehr auf das Auto angewiesen. Aber ich habe schon den Eindruck, dass der Zugang zu Sachen immer wichtiger
382 wird und nicht so sehr das Selberhaben. Also ich persönlich finde es super, so wenig Sachen zu besitzen und ich
383 bin gerade umgezogen und ich habe so viel aussortiert und ich finde es so cool, das alles wegzugeben und nicht
384 so viel Glumpert zu haben. Aber... ja.

**385 Sophia Hanke: Besitz ist, meiner Meinung, auch nicht mehr so mit Status verbunden, wie es vielleicht
386 einmal war. Also das Auto ist ja das Statussymbol schlechthin gewesen und jetzt ist das nicht mehr so,
387 oder?**

388 Ina Hahn: Ich glaube auch nicht. Also ich glaube, so gerade als Statussymbol hat Besitz...verliert es an
389 Bedeutung. Also ich glaube, es ist wichtig, dass du irgendwie die Funktion von dem Ding nutzen kannst so, aber
390 es ist nicht mehr so wichtig, dass es dir gehört. Aber ich glaube, das hängt auch wirklich damit zusammen, dass
391 Leute immer mobiler werden. Also im Sinne von...keine Ahnung...man macht dauernd irgendein
392 Auslandssemester oder ein Praktikum irgendwo anders und so. Es wird viel normaler für junge Leute, die
393 studieren oder so, dass man auch mal ins Ausland geht oder wo anders hinzieht für einen Job und ich glaube,
394 dann belastet Besitz halt auch, wenn man sich bei jedem Auslandssemester überlegen muss, wo bringe ich jetzt
395 meine Möbel unter und so.

396 Sophia Hanke: Ok, also durch die globalisierte Welt wird Besitz weniger wert oder weniger wichtig?

397 Ina Hahn: Ja. [zögerlich] Ich kann mir zumindest vorstellen, dass es damit zusammenhängt, dass man auch...
398 Wenn man oft umzieht, dass man sich nicht dauernd neu einrichten will und so, sondern, dass man dann halt
399 eher sich den Mixer aus dem „Leihladen“ holt und nicht schon wieder etwas Neues kauft, ja.

Interview 3

- Interviewte Person: Markus Heingärtner, Gründer und Geschäftsführer von „usetwice“
- Ort des Interviews: Café Westend, Mariahilfer Straße 128, 1070 Wien
- Datum: 19.2.16
- Dauer: 50 Minuten

**1 Sophia Hanke: Wie ordnet sich „usetwice“ in die „Sharing Economy“ ein? Weil, also, ich finde das sehr
2 interessant, „Sharing Economy“ ist ja so ein Schlagwort...**

3 Markus Heingärtner: Genau.

**4 Sophia Hanke: ...und es wird so viel Verschiedenes, Gegensätzliches oft auch, unter diesem Begriff
5 subsumiert.**

6 Markus Heingärtner: Genau.

7 Sophia Hanke: Wie ordnet sich „usetwice“ irgendwie unter diesem Schlagwort ein?

8 Markus Heingärtner: Naja in dem Schlagwort ist es so, dass aus meiner Sicht, und jeder hat seine Definition von
9 „Sharing Economy“, aber aus meiner Sicht, ist es Kern „Sharing Economy“ und zwar, weil es ein paar Kriterien
10 erfüllt, die, meiner Meinung nach, „Sharing Economy“ ausmachen, nämlich, dass es „peer-to-peer“ ist, also von
11 privat zu privat, es ist nicht so, dass jemand, die Bohrhammer oder die Dampfdruckreiniger extra anschafft und
12 dann vermietet und das ist so, finde ich, der Kern von „Sharing Economy“. Es hat die Rachel Botsman, die dir
13 wahrscheinlich über den Weg gelaufen ist...

14 Sophia Hanke: Ja.

Anhang

15 Markus Heingärtner: ...hat eine sehr sehr gute Graphik gemacht, wo sie gesagt hat: „Es gibt...der Überbegriff ist
16 ‚Collaborative Economy‘, dort gibt es wieder unterschiedliche Bereiche, nämlich vier: ‚Collaborative
17 Consumption‘, ‚Collaborative Finance‘, ‚Production‘ und ‚Education‘ und im Bereich ‚Collaborative Consumption‘
18 gibt es unterschiedliche Ebenen.“ Weil, was ist „car2go“? Ist das „Sharing Economy“? Im engeren Sinne nicht,
19 weil jetzt könnte man nüchtern sagen, es ist Autovermietung, nur anders.

20 **Sophia Hanke: Genau, ja.**

21 Markus Heingärtner: So, „Uber“ ist dann „Sharing Economy“, wenn Privatpersonen anfangen können damit
22 herumzukurven. Ja, das ist ja nicht erlaubt aus rechtlichen Gründen. Also so gibt es die Unterschiede. Also ich
23 würde sagen, „Sharing Economy“ ist im Kern, wenn wirklich Private mit Privaten das machen und Ressourcen
24 nutzen, die bereits schon vorhanden sind.

25 **Sophia Hanke: Genau.**

26 Markus Heingärtner: So.

27 **Sophia Hanke: Das ist auch ein Grund, warum ich das Konzept ausgewählt habe als Beispiel, weil es
28 auch für mich irgendwie sehr viele Definitionsmerkmale irgendwie abdeckt.**

29 Markus Heingärtner: Ja.

30 **Sophia Hanke: Genau. Und, konkret interessiert mich halt vor allem die historische Dimension: Also,
31 warum ist es entstanden und wie hat sich das Konzept zum Beispiel entwickelt?**

32 Markus Heingärtner: Generell jetzt „Sharing Economy“?

33 **Sophia Hanke: Nein, ich meine jetzt...**

34 Markus Heingärtner: „usetwice“ im Speziellen?

35 **Sophia Hanke: „usetwice“, ja, „usetwice“ im Speziellen, genau.**

36 Markus Heingärtner: „usetwice“ im Speziellen hat sich, wie es halt oft ist, da sind mehrere Faktoren
37 zusammengekommen. Als erstes war ich schon immer Fan von eher schlanken Lebensweisen, ich bin halt viel
38 umgezogen als Student, habe viel im Ausland gearbeitet und studiert. Ich habe in meinem Leben nie ein Auto
39 besessen, Motorrad fairerweise muss ich sagen in Innsbruck, aber...sondern ich habe immer... Mein Zugang zu
40 Eigentum war immer, dass ich gesagt habe: „Ich möchte das einfach nutzen können.“ Das ist halt das eine. Dann
41 kam... Dann war ich immer schon ein Fan davon, Wohnungen zu mieten, Appartements, wenn ich in fremden
42 Städten war, weil ich gerne koche und das kann man in Hotelzimmern nicht so einfach. Und dann war ich mit
43 meiner Frau einmal in Lissabon in einer „Airbnb-Wohnung“ und da habe ich mir gedacht, bauen wir halt so etwas
44 wie „Airbnb“ für die Sachen, die in der Wohnung drinnen sind. So. Und mit der Idee bin ich dann schwanger
45 gegangen eine Zeit lang und ja... Und dann habe ich halt meinen Job aufgegeben als Geschäftsführer vom
46 „Management-Club“ und habe das gegründet. Das ist die Kurzversion. Meinen Bruder überzeugt, der
47 Programmierer ist, das mitzuprogrammieren und halt gemacht und dann sind wir online gegangen, ein Jahr
48 später.

49 **Sophia Hanke: Und...**

50 Markus Heingärtner: Kurzversion.

51 **Sophia Hanke: Ok, was waren deine Ziele und wie haben sich die verändert, vielleicht?**

52 Markus Heingärtner: Meine Ziele waren also, das Konzept zu popularisieren, weil die Geschäftsidee war ja, das
53 groß zu machen. Schwierigkeiten gibt es dann immer am Weg, wie das Thema „Risikokapital“ in Österreich nicht
54 wahnsinnig stark ausgestattet ist. Wir haben dann die zweite Runde nicht aufgetrieben, deshalb gibt es uns nach
55 wie vor noch, aber wir haben dann eben gesagt: „Ok, wir machen etwas anderes.“ Also ich hätte es gern
56 schneller größer gemacht, jetzt ist es einfach ein Hobby.

57 **Sophia Hanke: Ein Hobby, ok. Also die Motivation, die zentrale, ist schon einfach eine Geschäftsidee, das
58 zu nutzen, diesen Markt, oder?**

59 Markus Heingärtner: Naja, das ist immer so, wenn ich ein Geschäft aufbaue, dass ich...

60 **Sophia Hanke: Ja, aber es kann auch andere Motive vielleicht geben.**

61 Markus Heingärtner: Ja... [zögerlich] Ich meine nur, es ist immer so, wenn man so ein Geschäft aufziehen will, ist
62 das Ziel, es profitabel zu machen, sonst gibt es das einfach nicht mehr. Ja, so einfach.

63 Sophia Hanke: Ja.

64 Markus Heingärtner: *Aber die Idee war nicht, reich zu werden, sondern: „Ok, wir sind überzeugt von dem*
65 *Konzept.“ Wir haben, um es groß machen zu können... Es gibt ja einen Haufen Initiativen, die so, ok, die auf*
66 *Austausch von Zeit gehen oder auf „mache das gratis“, das finde ich super, aber das werden immer nur sehr*
67 *lokale Initiativen bleiben. Weil, wenn es keine Geschäftsidee dahinter gibt, dann gibt es auch schlussendlich kein*
68 *Geld das besser zu machen und du musst permanent daran arbeiten, es noch prominenter zu machen, besser,*
69 *was auch immer.*

70 Sophia Hanke: Ja.

71 Markus Heingärtner: *Das heißt, die Idee ist/war schon, es breit zu machen und natürlich mit einer Geschäftsidee*
72 *dahinter und nicht als Verein oder so.*

73 Sophia Hanke: Ja.

74 Markus Heingärtner: *Aber die Motivation war immer zu sagen, wir sind einfach sehr überzeugt davon, dass es*
75 *Sinn macht, weil es einfach keinen Sinn macht, dass die Sachen Staub sammeln in den Kellern oder in den*
76 *Abstellkammern der Wohnungen und dass wir halt gesagt haben, es ist deshalb ein netter Gedanke, weil sich da*
77 *auch Leute treffen, die sich sonst nie treffen würden und man muss weniger herumkurven, weil man halt nicht*
78 *zum Baumarkt fahren muss, um sich einen Bohrhammer zu holen. Also es ist einfach so in die Richtung: Warum*
79 *gibt es so etwas nicht? Weil es macht Sinn, warum nicht?*

80 Sophia Hanke: Und du hast gerade gesagt, es ist mehr ein Hobby?

81 Markus Heingärtner: *Mittlerweile.*

82 Sophia Hanke: Ja. Warum? Also würdest du sagen, dass es nicht mehr groß wird, oder?

83 Markus Heingärtner: *Nein, würde ich nicht sagen, nein.*

84 Sophia Hanke: Ja.

85 Markus Heingärtner: *Aber es gibt ein paar... Sagen wir so: Es gibt ein paar Faktoren, die helfen würden, es*
86 *schneller groß zu machen. Das ist einfach das Spielgeld, um die Seite weiterzuentwickeln, sich mehr um Sachen*
87 *zu kümmern, von denen wir gesehen haben, dass sie Hinderungsgründe sind, dass man eine Versicherung*
88 *einbaut, das war sehr schwierig, mit österreichischen Versicherungen bis dato eine Lösung zu finden.*

89 Sophia Hanke: Ok.

90 Markus Heingärtner: *Dass die Kautions zum Beispiel einfach über die Kreditkarte hin- und hergeschoben wird,*
91 *nicht physisch dorthin gebracht werden muss, dass wir mobile besser werden und irgendwann einmal, das wird*
92 *gar nicht so lang sein, wird es auch so selbstfahrende kleine Autos geben, da kann man den Bohrhammer dann*
93 *hineinschmeißen und er wird hin transportiert, weil man muss es hinbringen und wieder zurückbringen. Das ist*
94 *auch so... Das sind so Kleinigkeiten, die halt dann... dass man sagt: „Ja es ist ein bisschen mühsam.“ Also es*
95 *gibt einige Faktoren, die das wahrscheinlich... Und wir würden uns als nächsten Schritt dann fokussieren auf ein*
96 *„Verticle“, sprich auf einen...*

97 Sophia Hanke: Wie bitte? Ich habe es akustisch...

98 Markus Heingärtner: *Auf ein „Verticle“, zum Beispiel auf den Bereich Do-it-yourself-Tools und Reinigungssachen.*

99 Sophia Hanke: Ja.

100 Markus Heingärtner: *Ja. Und dort eine Produktiefe aufzubauen, die zumindest in Wien heißt, dass man wirklich*
101 *ums Eck jederzeit, was immer man in dem Bereich braucht, mieten kann. Weil wir haben folgendes*
102 *herausgefunden: Der Hinderungsgrund ist nicht, dass die Leute sagen: „Ja, ich vertraue dem nicht“ oder „Ich lass*
103 *den nicht in meine Wohnung“ oder „Er macht das kaputt.“, sondern der Hinderungsgrund von Anstatt-kaufen-*
104 *Mieten ist, ich will das Gefühl haben, dass ich jederzeit alles haben kann, in dem Bereich zumindest, in dem ich*
105 *das möchte. Also in dem Augenblick, in dem ich weiß, „Do-it-yourself-Tools“ sind flächendeckend überall*
106 *vorhanden, höre ich auf, sie zu kaufen. Das ist ja auch die Logik bei den Mietautos, „car2go“. Also der*
107 *„Tippingpoint“ wird dann sein, wenn die Leute das Gefühl haben, wenn auch immer ich eines brauche, ein Auto,*
108 *steht eines herum und bis dorthin, will ich vielleicht doch selber eines haben, um die Versicherung zu haben, dass*
109 *es eben da ist. Weißt du, was ich meine?*

110 Sophia Hanke: Ja.

111 Markus Heingärtner: *Also es ist... Es geht eher auch hier um die Convenience, um den Service-Level. Zu sagen:*
112 *„Gut, ok, ich brauche mir keine Gedanken machen, es wird immer da sein.“*

113 **Sophia Hanke: Ja.**

114 Markus Heingärtner: *Dazu braucht man eine Produktiefe. Ja, das haben wir noch nicht. Also wir würden es*
115 *fokussieren, so a la „Amazon“ auf Bücher einmal und dann sukzessive, wenn wir diese Marke aufgebaut haben in*
116 *einem Bereich, dass wir sagen können: „So, jetzt gehen wir in den nächsten und dann sukzessive das halt*
117 *ausweiten.“*

118 **Sophia Hanke: Und eher auf lokale Orte oder wie? Habe ich das richtig verstanden? Also verschiedene**
119 **Standorte?**

120 Markus Heingärtner: *Das ist immer ein lokales Geschäft.*

121 **Sophia Hanke: Ja.**

122 Markus Heingärtner: *Weil, du musst ja... Das ist ja kein Social-Media-App, wo Pixel de facto dann verschoben*
123 *werden, sondern am Ende des Tages geht es ja darum, dass in Wien, in Hamburg, in New York, wo auch immer,*
124 *es in dem Bereich eben ein Angebot gibt. Man muss immer einen lokalen Markt aufbauen genauso wie „Uber“*
125 *aufreiben, wäre jetzt zu sagen: „Ok, wir fokussieren uns auch in der werblichen Ansprache auf einen Bereich und*
126 *auch dort so sein.*

127 **Sophia Hanke: Das heißt, ihr ward einfach zu breit aufgestellt? Oder das Konzept ist zu breit angelegt?**

128 Markus Heingärtner: *Am Anfang, ja. Wir hatten eh vor ursprünglich, das zu fokussieren, aber dann kommt es halt*
129 *doch immer anders, als man denkt. Aber die nächste Bemühung wäre jetzt, würde man ein Risikokapital dafür*
130 *aufreiben, wäre jetzt zu sagen: „Ok, wir fokussieren uns auch in der werblichen Ansprache auf einen Bereich und*
131 *da bohren wir tief runter und machen es flächendeckend verfügbar in den urbanen Zentren, weil das Produkt ist*
132 *ein urbanes Produkt.“*

133 **Sophia Hanke: Ja.**

134 Markus Heingärtner: *Ja, weil nur da die Logik stimmt. Viele Leute auf engem Raum und somit viele Gegenstände*
135 *auf engem Raum.*

136 **Sophia Hanke: Stichwort Unterstützung: Hat es irgendwie UnterstützerInnen gegeben oder hat zum**
137 **Beispiel vielleicht die Politik, die Stadt Wien, irgendwie das Konzept wahrgenommen oder unterstützt**
138 **oder nicht?**

139 Markus Heingärtner: *Nein, nein, wir haben keine Förderung bekommen. Ich habe einmal angesucht. Ich bin*
140 *grundsätzlich gegen all diese Förderungen, weil ich glaube, dass Beamte keine Ahnung haben von Startups und*
141 *dementsprechend auch die Gelder, die sie von Steuergeldern haben, nicht richtig einsetzen. Aber... Und*
142 *außerdem kann es auch ein Hinderungsgrund sein, weil man reicht ja ein Projekt ein mit diversen Features und*
143 *dann ist man daran gebunden, aber als Startup kommt man oft genug nach einem Monat darauf: „Das ist ein*
144 *Blödsinn, das geht so nicht, wir müssen es anders machen.“ Also ich glaube, insofern ist es dann nur eine*
145 *Bremse, dass man das umsetzen muss, weil man dafür Geld gekriegt hat.*

146 **Sophia Hanke: Dass man sich irgendwie bindet und dann nicht mehr flexibel ist?**

147 Markus Heingärtner: *Ja. Es ist ja auch dieses Drei- oder Fünfjahres-Businesspläne einzureichen, also absurd.*

148 **Sophia Hanke: Unrealistisch?**

149 Markus Heingärtner: *Das ist... Ja, ich meine, mir ist klar, das sind Steuergelder, deshalb müssen die irgendetwas*
150 *rechtfertigen und sagen: „Ok, die haben einen Plan abgeliefert.“ Ja, aber die Logik ist halt nur, das ist... In sich ist*
151 *mir das klar, warum sie das machen müssen, aber es entspricht nicht der Realität.*

152 **Sophia Hanke: Und Werbung, also zum Beispiel die Stadt Wien wirbt ja schon für „Carsharing“...**

153 Markus Heingärtner: *Nein.*

154 **Sophia Hanke: ...und auf der Homepage der Stadt Wien, die sind da sehr... Also sie versuchen das so zu**
155 **kommunizieren... Also Stichwort Mobilität jetzt einfach, dass man Öffis nutzt und den Verkehr reduziert**
156 **und dass man „Carsharing-Angebote“ nutzt...**

157 Markus Heingärtner: *Ja. [zögerlich]*

158 **Sophia Hanke: Und sie werben auf der Homepage zum Beispiel für „carsharing24/7“ aber auch für die**
159 **kommerziellen anderen „Carsharing-Anbieter“.**

Anhang

160 Markus Heingärtner: Ja, das mag sein, dass das auf der Homepage steht. Die Realität ist, dass die Stadt Wien
161 „car2go“, du kannst mit dem Geschäftsführer einmal sprechen von „car2go“, abzockt und zwar Ende nie. Sie
162 haben am Anfang versucht, zu sagen: „Ok, können wir das irgendwie günstiger bekommen?“ Sie stehen ja
163 überall herum. „car2go“ verwendet einen Millionenbetrag im Jahr auf das Parken und auf die Strafzettel, die
164 dürfen nur zwei Stunden dort stehen, wenn sie darüber stehen und es nutzt sie keiner, dann sorgt die Stadt Wien
165 unbarmherzig dafür, dass die zahlen.

166 **Sophia Hanke: Aber es gibt andere...**

167 Markus Heingärtner: Also wirkliche Unterstützung der Stadt Wien ist nicht vorhanden.

168 **Sophia Hanke: Die „Zipcars“ zum Beispiel, da gibt es eine Kooperation, auch im Zusammenhang mit den**
169 **Parkplätzen zum Beispiel.**

170 Markus Heingärtner: Sie zahlen halt dafür. Also Kooperation?

171 **Sophia Hanke: Nein, sie...**

172 Markus Heingärtner: Von wem?

173 **Sophia Hanke: Sie zahlen glaube ich, die ersten zwei Jahre oder so nichts. Aber... Da gibt es eine**
174 **Kooperation.**

175 Markus Heingärtner: Ok.

176 **Sophia Hanke: Aber für „usetwice“ jetzt konkret war nie Werbung oder irgendwas in dem...**

177 Markus Heingärtner: Nein...nein. [zögerlich] Ist auch nicht Aufgabe der Stadt Wien.

178 **Sophia Hanke: Naja, zum Beispiel so Ressourcen schonen oder einfach ja, also eher der Umweltgedanke**
179 **dahinter vielleicht wird schon auch von der Stadt Wien kommuniziert und Wiederverwendung und solche**
180 **Sachen werden eigentlich beworben.**

181 Markus Heingärtner: Also... Das ist ein bisschen eine politische Frage jetzt, ja, aber, ich glaube, dass der Großteil
182 des Öffentlichkeitsbudgets der Stadt Wien darauf geht, uns zu erklären, wie großartig der Herr Häupl ist und die
183 anderen Stadträte und dass er uns schöne Weihnachten oder schöne Sommerferien wünscht und dafür Inserate
184 schaltet in diversen „Heute“ und „ORFs“ und wie sie alle heißen. Dorthin geht das Hauptbudget und dass das
185 irgendwo auf der Seite steht - fair enough - aber dafür passiert in Wirklichkeit nicht wahnsinnig viel...

186 **Sophia Hanke: Ok.**

187 Markus Heingärtner: ...über PR-Aktionen hinaus... Das ist soweit meine Wahrnehmung. Ich sage auch nicht,
188 dass das die Aufgabe der Stadt Wien ist, Konzepte zu popularisieren, müssen die eh für sich selber schaffen,
189 finde ich, weil dafür muss es ja einen Markt geben... sonst gibt es auch nicht mehr...Aber, ich meine, was die
190 Stadt Wien... Was könnte sie machen?

191 **Sophia Hanke: Einfach die Angebote...**

192 Markus Heingärtner: Sie könnte es einfacher machen, ja. Eben, „car2go“, also wie gesagt, ein Gespräch mit dem
193 Geschäftsführer würde eine sehr andere Meinung ergeben, wie die Stadt Wien damit umgeht. Sie könnte aber
194 auch vielleicht forcieren, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen... Mein Verständnis von Politik ist, dass sie
195 die Regeln macht, unter denen wir zusammenleben, die Gesetze und sich möglichst raushält aus dem Rest. Und
196 die Gesetze im „Sharing-Economy-Bereich“ sind... Das ist schwierig, weil die Gesetze sind immer so ausgerichtet
197 auf von Geschäft zu Privatpersonen. Da gibt es einen Konsumentenschutz und wir müssen ja alle geschützt
198 werden und... Aber die Frage ist, wenn zwei Private miteinander ein Geschäft machen, was ist das dann? Wenn
199 ich dreimal im Jahr einen Bohrhammer vermiete, muss ich nicht ernsthaft ein Gewerbe anmelden dafür, das ist
200 prohibitiv, weil da muss ich zur „SVA“, Unfallversicherung, das macht ja niemand mehr.

201 **Sophia Hanke: Ja.**

202 Markus Heingärtner: Haftungsfragen: Also wer muss dann von wem geschützt werden? Also ich glaube, das ist...
203 Das sollte die Aufgabe der Politik sein, dass diese neuen Formen von Wirtschaften, wenn Privatpersonen das
204 miteinander machen, dass dem ein Rahmen gegeben wird, wo es weniger Graubereich gibt und da ist mein
205 Eindruck, dass die Stadt Wien jetzt in einer Arbeitsgruppe sich recht intensiv dazu Gedanken gemacht hat. Ich
206 war vor Kurzem auf so einem Symposium, das war eh, glaube ich, von der Stadt Wien, [unverständlich]zentrum
207 draußen und einer der führenden Beamten, das hat mich sehr positiv gestimmt, weil er hat gesagt, man soll nicht
208 gleich das verdammen oder... sondern man soll sich das einmal anschauen und nicht zu schnell regulieren auch,
209 sondern einmal schauen, wohin entwickelt sich das, zu schauen, was tun sie, was tun sie auch Gutes... Also das
210 fand ich sehr erstaunlich.

211 Sophia Hanke: **Ok.**

212 Markus Heingärtner: *Ich glaube, das war der stellvertretende Magistratschef, der gemeint hat, ist ja auch
213 toll...Weil es kommt ja schnell genug dann ein Politiker und sagt: „Naja, das sind ja Prekariatsgeschichten.“ Und
214 ja... Also „Uber“ oder bei Wohnungen, „Airbnb“, also, da gibt es sehr viel Gegnerschaft auch.*

215 Sophia Hanke: **Sehr viel negative Presse.**

216 Markus Heingärtner: *Ja genau.*

217 Sophia Hanke: **Aber prinzipiell, ich denke schon, dass Politik oder Medien, verschiedene Institutionen
218 irgendwie vielleicht die Bereitschaft zum Teilen in der Gesellschaft positiv beeinflussen könnten, oder?**

219 Markus Heingärtner: *Ja. [zögerlich]*

220 Sophia Hanke: **Oder zumindest die Aufmerksamkeit auf Angebote lenken, vielleicht nicht nur auf „Uber“
221 und „Airbnb“, sondern auch auf andere.**

222 Markus Heingärtner: *Ja.*

223 Sophia Hanke: **Oder?**

224 Markus Heingärtner: *Ja. [zögerlich] Ich sage es so, sie könnten die Rahmenbedingungen so schaffen, dass es
225 einfacher ist, dass so etwas entsteht, also weniger Graubereich im Rechtlichen, „car2go“ vielleicht es einfacher zu
226 machen und sie nicht durchzubestrafen, also einfach Rahmenbedingungen dafür zu schaffen, dass die sich
227 leichter etablieren können, das ist jedenfalls schon ihr Job. Medien, ich meine, das... Medien sind ein
228 Geschäftsmodell und Politik im Weitesten dann auch und das muss ja irgendwie bei ihnen hineinspielen, damit es
229 schlussendlich in das Geschäftsmodell hineinpasst und da stimmt mich optimistisch, dass immer mehr Leute so
230 etwas nutzen und somit wird es ja in der Wählerschaft irgendwo verankert und interessant. Aber, wie gesagt, also
231 grundsätzlich, die Rahmenbedingungen zu schaffen, damit es einfacher und eindeutiger möglich ist.*

232 Sophia Hanke: **Wie war so die mediale Aufmerksamkeit? War die vorhanden?**

233 Markus Heingärtner: *Die war großartig.*

234 Sophia Hanke: **Ja?**

235 Markus Heingärtner: *Ja! Als wir live gegangen sind, ist auch das Thema gerade stärker hereingekommen. Ich
236 kann mich erinnern, das war zwei Wochen nach Start, da hatten wir einmal, ich glaube, 40 Sachen auf der
237 Plattform oben, da hat „Ö3“ angerufen, weil die haben gesagt... das war am Jahreswechsel und da hatten sie
238 Top-10-Trends und der Top-Nr.1-Trend war „Sharing Economy“.*

239 Sophia Hanke: **Ja.**

240 Markus Heingärtner: *Und da waren wir halt nach zwei Wochen mit „usetwice“ im „Ö3“ und dann waren wir auf
241 „Eco“, im „Format“ und sämtlichen Zeitungen. Man sieht es eh auf der Homepage von „usetwice“.*

242 Sophia Hanke: **Genau, das habe ich eh gelesen.**

243 Markus Heingärtner: *Und das war vor allem im ersten Jahr, in den ersten eineinhalb Jahren, sehr intensiv, sehr
244 hilfreich auch. Und es war aber eben die Logik, dass die Begrifflichkeit „Sharing Economy“ relativ neu war und
245 sexy und ja, die Logik der Medien immer die ist, Neuigkeitswert bringt Aufmerksamkeit und somit auch traffic und
246 da haben wir megagut hineingepasst und das haben wir dankbar angenommen.*

247 Sophia Hanke: **Aber eher nur im ersten Jahr und dann ist es wieder zurückgegangen?**

248 Markus Heingärtner: *Naja, es ist...es tröpfelt so dahin. Aber es gibt vom, wie heißt er, wie heißt die Firma?
249 Forester Research? Es gibt dieses Konzept des „Hypecycles“, ich weiß nicht, kennst du das?*

250 Sophia Hanke: **Nein.**

251 Markus Heingärtner: *Nein. „Hypecycle“ ist so: Das ist so ein Medienlogikcycle und zwar ist das eben so: Es
252 kommt ein Begriff und der [unverständlich] dann hinauf und der ist...am Ideal wird der überall durchgespielt und
253 dann kommt der eher in Vergessenheit, spricht man nicht mehr darüber und hinten hinaus fängt er an, dann
254 wirklich in die Realität umgesetzt zu werden.*

255 Sophia Hanke: **Nachhaltiger dann?**

Anhang

256 Markus Heingärtner: *Ja. Deswegen ist es auch immer so... Die Leute sagen: „Ja, hör auf von ‚Industrie 4.0‘, ich
257 kann das nicht mehr hören.“, aber in der Wirklichkeit, ist es noch lange nicht angekommen. Aber wir haben
258 darüber gelesen und die Wahrnehmung vieler Menschen ist, wenn man darüber liest, gibt es das bereits schon.
259 Also, ich habe vor Kurzem nachgeschaut, „Künstliche Intelligenz“ war vor acht Jahren superhype, jetzt sind wir
260 näher denn je an all diesen Lösungen daran, schreibt kein Mensch darüber. Also... Es ist so, immer... Über
261 Roboter schreibt man. Und bei dem „Hypecycle“ war „Sharing Economy“ auch da, ich würde sagen, vor zwei
262 Jahren.*

263 **Sophia Hanke: Ja.**

264 Markus Heingärtner: *Ja. Jetzt ist das Interesse schon noch da, aber jetzt fängt es an erwachsener zu werden. Es
265 gibt einen Haufen Initiativen, wie auch unsere. Manche werden überleben, manche nicht und es fängt an, ja,
266 erwachsener zu werden und besser von den Angeboten. Das ist immer die Medienlogik: „Hypecycle“. Und
267 insofern passt das schon. Wir waren da oben und haben die Aufmerksamkeit bekommen. Das war sehr hilfreich.*

268 **Sophia Hanke: Wie ist der Gap zwischen diesem Boom, dieser Aufmerksamkeit zu den tatsächlich
269 Nutzenden, zu den tatsächlich...die das dann nicht nur cool finden, sondern machen?**

270 Markus Heingärtner: *Wie meinst du, wie das Verhältnis ist oder wie?*

271 **Sophia Hanke: Ich meine, ich könnte mir vorstellen, irrsinnig viele finden es cool, es ist in den Medien, es
272 ist auf „Facebook“, überall...aber die, die es dann tatsächlich nutzen und nicht nur auf „like“ klicken, sind
273 vielleicht sehr viel weniger, oder?**

274 Markus Heingärtner: *Ja. Ja, klar. Ich meine, das ist immer der Fall im Internet. Aber man glaubt immer, es reicht
275 irgendwie wenn wer 1000 oder 10 000 likes hat, aber das hat man bald einmal beieinander. Aber es war schon
276 hilfreich, das wir das hinauf gestellt haben. Aber auch ohne das ist es so, dass das Angebot beständig wächst.
277 Also wir haben jetzt so, ich würde sagen, an die 2-3000 User, ja und es sind, glaube ich, über 1000 Gegenstände,
278 hauptsächlich im Raum Wien oben und es wird vermietet und gemietet. Also es tut sich etwas. Auch, ohne dass
279 wir jetzt in „Eco“ vorkommen oder im Radio oder sonst wo und zwar deshalb, weil es ja so ist: Jeder Mieter ist ja
280 in Wirklichkeit ein potentieller Vermieter auch. Also der nutzt es einmal und denkt sich: „Aha, interessant, könnte
281 ich auch machen.“, und so pflanzt sich es dann auch weiter und über „word of mouth“, ohne dass wir großartig
282 Werbung dafür betreiben.*

283 **Sophia Hanke: Das heißt, das Angebot und die Nachfrage sind gestiegen?**

284 Markus Heingärtner: *Ja.*

285 **Sophia Hanke: Und die Frequenz der Nutzung?**

286 Markus Heingärtner: *Auch, ja. Also es steigt. Es hat jetzt keine exponentielle Kurve hinauf, aber es steigt
287 beständig.*

288 **Sophia Hanke: Gab es sonst noch irgendwelche Rückkopplungen, Einflussfaktoren in der Entwicklung
289 von „usetwice“ konkret?**

290 Markus Heingärtner: *Einflussfaktoren? Ich versuche gerade die Frage zu fassen. Nein. Es sind eh die üblichen
291 Gründe, die dafür sorgen, ob etwas wächst oder auch nicht wächst. Nämlich: Gibt es dafür einen Markt und ist
292 das Produkt gut oder nicht gut und spricht es sich dementsprechend herum oder nicht. Und dann gibt es ein paar
293 zusätzliche Faktoren, wie Budget für umfangreiche Werbung, das haben wir nicht, also insofern geht es vielleicht
294 ein bisschen langsamer, aber der Markt ist anscheinend vorhanden und was wir machen könnten oder wo wir
295 gerade daran sind ist, das Produkt besser zu machen, dass es auch einfacher gemacht werden kann von der
296 Bestätigung einer Miete, einer Mietanfrage. Da haben wir noch ein paar Ideen, die wir besser machen können,
297 aber das sind so die Einflussfaktoren.*

298 **Sophia Hanke: Ok. Also du hast gesagt: „Den Markt gibt es.“ Teilen gibt es ja schon immer. Steigt die
299 Bereitschaft zum Teilen. Also, gibt es jetzt irgendwie eine erhöhte Bereitschaft in der Gesellschaft?**

300 Markus Heingärtner: *Ja, schon. Und zwar, weil ich so den Eindruck habe, dass, ich glaube, gerade deine
301 Generation oder... Man muss folgendes berücksichtigen, dass die Generation meiner Eltern, deren Eltern
302 wiederum ja quasi auch geprägt waren durch Nachkriegszeit, durch Mangel und da war es einerseits eine
303 Prestigefrage, dass man etwas besitzt, aber auch so der Gedanke: „Ich habe es.“ Wir leben in einer Generation,
304 wo Mangel nicht einmal mehr ein Thema war, ja. So wie die Vorstellung, dass ich nicht Zugang haben kann zu
305 etwas, ist gar nicht vorhanden. Ja, und somit steigt auch die Bereitschaft zu sagen, ich verschaffe mir Zugang,
306 weil ich habe ein Smartphone und da habe ich de facto alles oben: Autos, Bohrhammer, Wohnungen. Wohin
307 auch immer ich mich bewege, am Weg dorthin hole ich mir das noch.*

308 **Sophia Hanke: Ja.**

Anhang

309 Markus Heingärtner: *Ich glaube, das bewirkt schon... Also erstens Technologie, dass es einfacher ist, weil*
310 *Technologie ist ein maßgeblicher Treiber für „Sharing Economy“, sonst wären ja Marktplätze so ja gar nicht*
311 *denkbar in der Breite. Aber eben auch so diese Fülle, die wir haben mittlerweile und diese... dass es auch wenig*
312 *Zweifel gibt, dass ich wirklich jederzeit Zugang habe, wenn ich will.*

313 **Sophia Hanke: Ok.**

314 Markus Heingärtner: *Und auch ein bisschen so die postmaterialistische Einstellung, die damit zusammen hängt.*
315 *Ich definiere mich weniger darüber, dass ich ein großes Auto habe. Im Gegenteil: Ich definiere mich darüber,*
316 *dass ich sage, ich habe 2000 Autos in der Stadt Wien und es ist viel cooler zu sagen: „Ich brauche jetzt einen*
317 *„BMW X1“ oder einen Transporter oder einen „Cinquecento“...worauf ich Lust habe.“ Ja, weil ein Auto zu haben ist*
318 *in Wirklichkeit, eine Tonne am Fuß daran.*

319 **Sophia Hanke: Kein Statussymbol mehr?**

320 Markus Heingärtner: *Nein, ist mühsam und teuer. Und Parkplatzsuchen und Service und dann bin ich vielleicht in*
321 *der Stadt unterwegs und es steht aber zuhause.*

322 **Sophia Hanke: Ja. Ist Besitz prinzipiell einfach unwichtiger geworden oder gibt es vielleicht andere**
323 **Statussymbole als das Auto.**

324 Markus Heingärtner: *Es gibt immer Statussymbole, weil wir alle das Bedürfnis haben, uns auszudrücken und*
325 *gesehen zu werden. Und es gibt auch keine Adeligen mehr, aber es gibt...Ja, heutzutage wird ja Status sehr stark*
326 *über Lifestyle nach außen getragen, was weiß ich: „Ich ernähre mich vegan.“, das ist ja oft mehr ein Statement.*
327 *Ja auch... oder ich habe eben kein eigenes Auto mehr, sondern Zugang darüber oder ich habe eben keine*
328 *Markenware, sondern ich kaufe lokal von Einer, die meinen Pullover strickt. Ja, also das sind ja alles Statements*
329 *schlussendlich.*

330 **Sophia Hanke: Also eher Lifestyle?**

331 Markus Heingärtner: *Ja.*

332 **Sophia Hanke: Also „Sharing“ als Lifestyle?**

333 Markus Heingärtner: *Ja. Das gehört auch dazu und ich meine, wichtig ist schon, das möchte ich auch hinzufügen,*
334 *dahinter muss immer ein Nutzen, ein Grundnutzen stehen. Die Leute machen es nicht, weil sie sagen: „Ich will*
335 *jetzt die Umwelt schützen!“, oder so etwas, sondern der Großteil macht Dinge, nutzt Dinge, wenn sie ihm was*
336 *nützen, wenn er sagt, mein Leben wird einfacher, günstiger, reichhaltiger. Ja, dann Mainstream.*

337 **Sophia Hanke: Also eher eine egoistische Sichtweise. Es ist für mich ein besserer Nutzen, aber nicht jetzt**
338 **irgendwie für die Gesellschaft oder für die Umwelt?**

339 Markus Heingärtner: *Nein.*

340 **Sophia Hanke: Das spielt keine Rolle?**

341 Markus Heingärtner: *Nein, das stimmt nicht, es spielt keine Rolle... Das spielt mit. Das ist eine Bestätigung auch*
342 *noch, dass ich eh das Richtige mache auch. Aber schlussendlich, ich meine, wir können uns einmal anschauen,*
343 *über die Geschichte hinweg, ist es grundsätzlich so, wenn das Ding keinen primären Nutzen hat für mich, also*
344 *nur mühsam ist und ich schütze die Umwelt damit, setzt es sich nicht durch.*

345 **Sophia Hanke: Ok.**

346 Markus Heingärtner: *Da gibt es kein einziges Beispiel. Ich meine, egoistisch klingt immer so schlimm, aber*
347 *grundsätzlich sind wir alle...ja, schauen wir, wie wir weiterkommen, wie wir unser Leben leben und schauen*
348 *natürlich, was unser Nutzen ist davon. Und Altruismus halte ich für ein theoretisches Konzept, als Gegensatzpaar*
349 *zu Egoismus. Aber das ist nichts Böses. Genauso wie Reziprozität ein wichtiger Treiber ist, hast du vielleicht*
350 *auch kennengelernt, damit ist das Gefühl, etwas zurückgeben zu wollen, wenn jemand mir etwas gibt...Und in der*
351 *Marktwirtschaft wird das halt zum Teil über Geld gemacht, weil es unter anonymen Personen passiert und wenn*
352 *ich einem Privaten oder einer Freundin einen Bohrhammer miete, dann wird sie mich wahrscheinlich auf ein Bier*
353 *oder einen Wein einladen, so als Dankbarkeit. Aber schlussendlich setzt sich ein Konzept immer dann durch,*
354 *wenn ich einen unmittelbaren Nutzen habe und mein Leben besser wird dadurch. Ist einfach so.*

355 **Sophia Hanke: Ok. Wie ist es mit Vertrauen?**

356 Markus Heingärtner: *Ja.*

357 **Sophia Hanke: Also etwas...**

Anhang

358 Markus Heingärtner: *Ja, das ist ein wichtiger Teil.*

359 **Sophia Hanke: ...leihen oder mieten...**

360 Markus Heingärtner: *Ja.*

361 **Sophia Hanke...ist ja schon mit Vertrauen verbunden, als wenn ich es einfach selber besitze. Ja, dann**
362 **habe ich es, ich brauche es nicht teilen, ich brauche mich um nichts kümmern...**

363 Markus Heingärtner: *Ja.*

364 **Sophia Hanke: ...dass irgendwer das vielleicht kaputt macht oder...**

365 Markus Heingärtner: *Ja. Vertrauen ist ein guter Punkt, weil Vertrauen ist ja gerade in der „Sharing Economy“,*
366 *wenngleich generell im Internet, mittlerweile eine Währung für sich, weil wenn ich eben auf sagen wir „usetwice“*
367 *oder x-beliebiger Marktplatz, wo man sich bewertet gegenseitig... und eine schlechte Bewertung kriege oder*
368 *mehrere, dann nehme ich mir die Möglichkeit das zu nutzen, kann ich das nicht mehr nutzen und beim „OBI“ kann*
369 *ich wahrscheinlich x-mal hingehen und wenn ich mich schlecht aufführe...und das nächste Mal...also ich bin ja*
370 *nicht „gemarked“... Aber wenn ich auf „usetwice“ wiederholt etwas zu spät zurückbringe, in einem schlechten*
371 *Zustand, dann sieht der andere das und damit wird er mir das nicht mehr ausleihen. Also Vertrauen ist ein Teil*
372 *der Währung des Ganzen. Das finde ich auch das Sympathische, weil das heißt auch, dass die Leute sich*
373 *tendenziell einfach besser aufführen, weil eben, weil es hat immer unterschiedliche Faktoren, wenn man etwas*
374 *schlecht behandelt...intrinsische oder extrinsische und das extrinsische mit der Bewertung ist eigentlich ein*
375 *wesentlicher Teil davon und der Transparenz...*

376 **Sophia Hanke: Das heißt aber, die die nicht gut bewertet werden schließen sich eigentlich aus dem**
377 **Konzept völlig aus, oder?**

378 Markus Heingärtner: *Die schließen sich aus ja, aber das hat man selber in der Hand.*

379 **Sophia Hanke: Also das ist eigentlich eine neue Form des Wirtschaftens und Konsumierens, die nur**
380 **„guten“ Menschen zugänglich ist oder halt vertrauens...**

381 Markus Heingärtner: *...die nur guten Menschen?*

382 **Sophia Hanke: ... vertrauenswürdigen oder die sich halt irgendwie...ja, die das halt gut machen, gut**
383 **bewertet werden, gut...**

384 Markus Heingärtner: *Ja.*

385 **Sophia Hanke: Eigentlich schon.**

386 Markus Heingärtner: *Ja. Leute, die sich „geschissen“ aufführen, nehmen sich selber aus dem Spiel.*

387 **Sophia Hanke: Ja, das ist bei anderen Konsum- und Wirtschaftsformen nicht so, nicht unbedingt so.**

388 Markus Heingärtner: *Nein. Nein, nicht. Nein, weil es in aller Regel ja nicht bewertet wird. Wenn sich jemand bei*
389 *der Kassa beim „Billa“ furchtbar aufführt und die Kassiererin schlecht behandelt, ist es ja nirgendwo dokumentiert.*

390 **Sophia Hanke: Ja, der kann trotzdem wieder einkaufen gehen.**

391 Markus Heingärtner: *Er kann trotz allem wieder einkaufen gehen.*

392 **Sophia Hanke: Ist es eine neue Form des Wirtschaftens und Konsumierens und inwiefern?**

393 Markus Heingärtner: *Es kommt darauf an, wie man es definiert. Also ich würde so sagen: Das ist eine Form des*
394 *Wirtschaftens, ein neuer Aspekt, innerhalb einer marktwirtschaftlichen Logik*

395 **Sophia Hanke: Ok.**

396 Markus Heingärtner: *Und insofern ist es keine neue Form, es ist ein neuer Aspekt, sagen wir so. Manche haben*
397 *ja gesagt, ok das ersetzt jetzt dann quasi die Marktwirtschaft, den Kapitalismus.*

398 **Sophia Hanke: Ja, die gibt es diese Utopie, ja. In der Literatur liest man teilweise davon.**

399 Markus Heingärtner: *Ja. Nein, zum Glück gibt es das nicht, weil mir fiel nichts ein, was dieses, also dieses*
400 *großartige Modell, das seine Schwächen hat, ja, aber uns einen unfassbaren Wohlstand gebracht hat, jetzt*
401 *ersetzt. Es ist nur so: Es blühen sehr viele Blumen in dem Bereich. Also das ist schon... Also ich habe...Vor*
402 *Kurzem war ich bei einer Diskussionsveranstaltung und da war auch eine Dame da, die machen ...die treffen sich,*

403 *die machen so Veranstaltungen, wo man sich Sachen...auch dann austauscht oder sich vermieten kann gratis*
404 *und es gibt diesen „Leihladen“, das ist...da wird auch gratis... Und ich finde das super, ich meine, so Sachen soll*
405 *es auch geben, warum nicht? Also wenn jemand das gratis hinbringen will und...soll ja so sein.*

406 **Sophia Hanke: Aber das ist eher ein Nischenphänomen vielleicht?**

407 Markus Heingärtner: *Aber das ist einfach...Ja, das ist keine neue Form von Wirtschaften, sondern eine von vielen*
408 *Privatinitiativen. Es ist ja auch keine neue Form des Wirtschaftens, wenn ich gratis bei der Freiwilligen Feuerwehr*
409 *bin und nicht bezahlt werde, sondern es gibt einfach Leute, die sagen, mir taugt das und ich helfe da mit und jetzt*
410 *vermiete ich das auch. Aber das sind in aller Regel halt Nischen, die es auch gibt. Der Großteil der Leute ist*
411 *weniger bereit, gratis ihren Bohrhammer irgendwo hinzutragen. Das ist ein Aufwand für mich, ich muss ja da sein,*
412 *wenn er kommt oder zurückbringt und er wird abgenutzt und es ist nur fair da zehn Euro pro Tag verlangen dafür,*
413 *finde ich auch. Aber es soll alles geben. In der Diskussion kommt dann oft: „Naja, das ist keine ‚Sharing*
414 *Economy‘, was die und die da machen.“, sage ich: „Ja, mein Gott, das eine kann ja mit dem anderen gleichzeitig*
415 *existieren.“ Es kann „Airbnb“ geben und den „Leihladen“.*

416 **Sophia Hanke: Ja.**

417 Markus Heingärtner: *Ist ja nicht so, dass sich die behindern.*

418 **Sophia Hanke: Also der Begriff „Sharing Economy“ ist halt sehr breit, sehr schwammig und sehr... also**
419 **es ist...**

420 Markus Heingärtner: *Ja. Und wird von vielen so als Marketinginstrument eingesetzt.*

421 **Sophia Hanke: Ja, das wäre eigentlich eh meine nächste Frage, inwiefern es einfach eine**
422 **Marketingstrategie ist?**

423 Markus Heingärtner: *Naja, es ist keine Marketingstrategie. Schau, es ist immer so, man... Immer wenn was*
424 *Neues kommt, dann haben wir das Bedürfnis, verständlicherweise, es irgendwie einordnen zu können. Und*
425 *Einordnen tun wir mehr auch mit Sprache. Du studierst Deutsch, da weißt du auch, dass das immer ein Thema*
426 *ist, wie schaffen wir Ordnung in unserem Kopf. Auf der rationalen Seite eben über Worte und da gibt es wieder*
427 *das Bedürfnis, auch von medialer Seite natürlich, dem eine Überschrift zu geben. Jetzt war das eine neue Form.*
428 *Was hat man zu „Airbnb“ sagen können? Es sind keine Hotels, Internetmarktplatz klingt ein bisschen langweilig,*
429 *also was ist es? Und dann hat man von „Sharing“ gesprochen, weil Private das machen und es am nächsten war*
430 *und... Vielleicht gibt es das in zehn Jahren nicht mehr, dann wird was anderes gefunden worden sein... keine*
431 *Ahnung. Also ich glaube, es ist eine Evolution wie die ganzen Modelle sich entwickeln und da gibt es halt den*
432 *Begriff „Sharing Economy“.*

433 **Sophia Hanke: Und du glaubst, dass es vielleicht keine zukunftsweisende Entwicklung ist?**

434 Markus Heingärtner: *Doch, glaube ich schon.*

435 **Sophia Hanke: Weil du sagst: „Vielleicht gibt es in zehn Jahren...“**

436 Markus Heingärtner: *Nein. Nein, die Begrifflichkeit.*

437 **Sophia Hanke: Achso.**

438 Markus Heingärtner: *Die Begrifflichkeit, ja. Jetzt sagt man halt „Sharing Economy“ dazu.*

439 **Sophia Hanke: Aja.**

440 Markus Heingärtner: *Es werden immer so Worte dafür... Oja, schon.*

441 **Sophia Hanke: Ja sicher, das wäre ja...**

442 Markus Heingärtner: *Nein..*

443 **Sophia Hanke: Wenn du das nicht glauben würdest...**

444 Markus Heingärtner: *Nein, ich bin zu tiefst überzeugt davon, dass es...weil es immer einfacher ist, weil es immer*
445 *besser wird und weil... Ich bin einmal in einem Interview gefragt worden: „Ist das die neue Form von*
446 *Konsumverzicht?“. Und ich sage, das hat mit Verzicht gar nichts zu tun, im Gegenteil. Und das finde ich so...und*
447 *ich bin auch kein Fan von Verzicht, von sich Geißeln und... „Ich bin böse und ich flieg nicht herum mit dem*
448 *Flugzeug, weil es ist umweltschädlich.“...sondern ich bin eher ein Fan von Fülle. Und das, finde ich, ist das*
449 *Angebot von Fülle.*

450 **Sophia Hanke: Ja.**

Anhang

451 Markus Heingärtner: Ja. Auf „usetwice“ habe ich x-verschiedene Bohrhammer, je nachdem was ich gerade
452 brauche, ich habe x-verschiedene Autos, Wohnungen, Parkplätze, you name it, was auch immer ich gerade
453 brauche, was man im Prinzip über Marktplatz Zugang haben kann. Also das ist eher ein Konzept von Fülle. Dass
454 es nebenher auch die Umwelt schützt, weil natürlich eben nicht zehn Bohrhammer gemacht werden müssen und
455 nur einer, ist ein Nebenprodukt, das toll ist. Ja, aber... Und das ist dann auch immer so... Manche sind empört
456 und sagen ja...sie werfen dann vor: „Aber die Leute machen das ja gar nicht um die Umwelt zu schützen.“, sage
457 ich: „Na und? Das Motiv ist ja nicht wichtig, das Ergebnis ist wichtig. Wenn sie das machen, weil es super ist für
458 sie...“.

459 **Sophia Hanke: Es ist quasi ein toller Nebeneffekt?**

460 Markus Heingärtner: Ja. Deshalb sage ich... Der Nebeneffekt ist tatsächlich, dass weniger Ressourcen gebraucht
461 werden. Ich meine, nur so ein Beispiel, ich habe... Ganz am Anfang haben wir so vom „Hofer“ einen billigen
462 Dampfdruckreiniger zuhause gehabt und dann habe ich den vermietet und beim allerersten Mal Vermieten, ruft
463 mich die Frau an und sagt mir: „Der funktioniert nicht.“, und das war mir natürlich furchtbar peinlich und da bin ich
464 schnell zur „Lugnercity“ oder irgendwo hin und habe mir einen Kärcher gekauft, einen Dampfdruckreiniger und
465 der hält seither und den haben wir auch schon x-mal herein verdient. Aber das Thema ist... Ich habe eine
466 Hypothese, nämlich dass, wenn die Leute sehen, dass sie eine Wiederverwertungslogik haben für die Dinge, die
467 sie kaufen, dann werden sie bessere Qualität kaufen, weil sie denken: „Ich kann es dann vermieten oder ich
468 verkaufe es auf ‚willhaben‘. Aber das billige Glumpert vom ‚Hofer‘, dafür krieg ich nichts mehr.“. Das heißt, es
469 wird tendenziell weniger produziert und hochwertiger und vielleicht bestenfalls wird es bei uns produziert und
470 nicht in China. Wobei nichts dagegen, wenn etwas in China produziert wird, gibt es auch Jobs dort. Aber ich
471 glaube eben, dass wir in Summe dann höherwertige Sachen haben und es insofern ressourcenschonend ist und
472 das ist das Endergebnis.

473 **Sophia Hanke: Ja. In der Literatur liest man, Stichwort Finanz- und Wirtschaftskrise - spielt eine Rolle,**
474 **dass dann nach 2008 viele Initiativen entstanden sind auch der „Economist“ schreibt darüber, dass dann,**
475 **ich weiß nicht, ab 2011 oder so vermehrt diese Initiativen gegründet werden. Würdest du sagen, dass das,**
476 **ja, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise 2007 eine Rolle spielt in der Entstehung dieser Angebote?**

477 Markus Heingärtner: Ja. [zögerlich] Ich überlege gerade. Grundsätzlich ist es immer so, dass Krisen
478 Katalysatoren sind und die Leute halt zum Nachdenken bringen und somit Dinge in Bewegung kommen.
479 Andererseits wird singulären Ereignissen in aller Regel zu viel Bedeutung zugeordnet.

480 **Sophia Hanke: Ok.**

481 Markus Heingärtner: Ja, also es würde die „Sharing Economy“ auch ohne 2008 geben. Aber die Frage ist immer
482 in einer komplizierten Welt, was ist jetzt wirklich an irgendwo was verantwortlich oder nicht. Also meine Meinung
483 ist, ich könnte mir vorstellen, dass es das ein bisschen beschleunigt hat, es gäbe es aber auch...

484 **Sophia Hanke: Ok. Und vielleicht auch, dass man..[unverständlich] als Privatperson: „Ich schau jetzt auf**
485 **verschiedenste Arten noch zusätzlich Geld zu bekommen. Zum Beispiel: Ich vermiete meine Wohnung,**
486 **ich vermiete noch mein Auto, wenn ich es nicht brauche, vermiete meine Bohrmaschine.“ Ja, das könnte**
487 **ja schon eine Folge vielleicht sein...bei Jobverlust oder...?**

488 Markus Heingärtner: Dass man schaut, wo man sonst noch Geld verdienen kann?

489 **Sophia Hanke: Ja, dass das irgendwie gestiegen ist seither vielleicht? Das ist eine These.**

490 Markus Heingärtner: Nein, da würde ich sagen, die stimmt nicht. Weil die Nutzer, die unsere Plattform nutzen,
491 sind, aber das ist oft so, die „earlier top“. Das sind in aller Regel nicht Unterschichtfamilien, wo man sagt, die
492 haben jetzt keinen Job und sind darauf angewiesen, sondern... Also unsere Nutzer, würde ich sagen, sind
493 wahrscheinlich so zwischen 20 bis 40/45, wenn ich jetzt eingrenzen müsste, aber das geht auch bis 70 oder
494 darunter, in aller Regel ein bisschen besser gebildet, weil man muss ja wissen, dass es so ein Angebot gibt.
495 Leute aus schlechten Bildungsschichten wissen, kennen das ja überhaupt nicht. Ich glaube nicht, dass es ein
496 Thema ist von... Ich glaube, dass das ein Thema ist so von Mittelschicht, weil Leute... also, jetzt, wenn ich mit
497 Freunden spreche, die Rechtsanwälte sind, bei denen... die sagen: „Da muss ich ja zuhause sein...ein
498 Bohrhammer...“, und die denken in Zeit. Der Rechtsanwalt sagt: „Naja, in einer Stunde krieg ich 300€. Ja, mache
499 ich nicht.“, also Spitzenverdiener machen das nicht. Mittelschichtphänomen. Weil sie den Zugang haben, die
500 Bildung, zu wissen, dass es das gibt und weil es halt doch interessant ist, ein bisschen Geld zu verdienen. Aber
501 es ist kein Phänomen von, ich sage jetzt einmal, armen Menschen.

502 **Sophia Hanke: Ja. Aber die Krise hat ja vielleicht auch darauf Auswirkungen, auf die Mittelschicht?**

503 Markus Heingärtner: Ja.

504 **Sophia Hanke: Aber du würdest sagen: „Das spielt eine geringe Rolle?“**

Anhang

505 Markus Heingärtner: *Das ist eine untergeordnete Rolle, weil, ich meine, es ist einfach eine zusätzliche Möglichkeit*
506 *Geld zu verdienen, die wir ja sowieso auch haben mit oder ohne Krise. Wenn es sich ergibt, wenn da auf einmal*
507 *ein Markt entsteht für meine Fähigkeiten, weiß ich nicht, Feinverkostungen zu machen, das ist ein schlechtes*
508 *Beispiel, weil es nicht Neues ist, aber „you get the point“, dann mache ich das, weil es ein zusätzlicher Verdienst*
509 *ist, auch wenn es mir vorher gut ging.*

510 **Sophia Hanke:** *Das heißt, würdest du sagen, dass der Hauptträger dieses neuen Marktes oder dieser*
511 *neuen Form des Konsums, einfach die technologische Entwicklung ist, einfach, dass es leichter wird...*

512 Markus Heingärtner: Ja.

513 **Sophia Hanke:** *mit Fremden zu teilen...*

514 Markus Heingärtner: *Naja, es sind überwiegend...*

515 **Sophia Hanke:** *Geld zu verdienen durch Vermieten online zum Beispiel?*

516 Markus Heingärtner: *Ja, es sind wie gesagt... Es sind zwei drei Faktoren: Technologie spielt natürlich eine*
517 *wesentliche Rolle, aber auch...also Technologie, dass ich es machen kann, aber auch, dass mein Leben dadurch*
518 *einfacher und günstiger wird, dass ich mir etwas erspare und dass eben der Status weggeht von reinem nur*
519 *Eigentum hin zu „Hey, das ist Teil meines Lebensstils das so zu machen.“, das sind immer unterschiedliche...und*
520 *eben dieser Postmaterialismus. Also es sind unterschiedliche Faktoren. Ja, Technologische, dann eine*
521 *gesellschaftliche Änderung im Zugang zu Eigentum, ja und auch diese Lust also bei den Kleinunternehmern zu*
522 *sein, das sind ja dann alle. Also die Möglichkeit auf einmal, dass diese Horizontalität hergestellt wird. Weil, wenn*
523 *man sich die Entwicklungen anschaut, „Web 1.0“ war ja de facto so, dass große Unternehmen, große Zeitungen*
524 *ihren Inhalt von den Zeitungen auf die Webseite gestellt haben, Ende. „Web 2.0“ war... Man konnte dann*
525 *Kommentare schreiben, es gab Social Media. Ja, auf einmal kam... Früher war so die Logik: Massenmedien,*
526 *Massenwerbung, Massenkonsum - und wir waren so am „Receiving-End“, man konnte Leserbriefe schreiben,*
527 *man hatte keine Stimme.*

528 **Sophia Hanke:** Ja.

529 Markus Heingärtner: *Ja. Und auf einmal hatte man eine Stimme, weil man konnte auf „Facebook“ auf der Seite*
530 *von dieser Firma etwas schreiben, man kam auf Augenhöhe und die dritte Ebene ist: Jetzt fangen wir eben auch*
531 *an, Geschäfte miteinander zu machen. Also diese Horizontalität, diese Augenhöhe, wird auf einmal hergestellt,*
532 *weil auf einmal Private untereinander ein Business machen können und das ist...und da ist Technologie der*
533 *Treiber aber gleichzeitig auch das Sehen der Menschen, „Ok, das geht auch. Es gibt nicht nur ein großes*
534 *Unternehmen und ich bin der Konsument, sondern ich kann da tun, wie ich will in Wirklichkeit, auf sehr einfache*
535 *Art und Weise.“*

536 **Sophia Hanke:** *Also die Hierarchie ist nicht mehr so da?*

537 Markus Heingärtner: *Die Hierarchie ändert sich in vielen Bereichen, das ist auch in Kommunikation in*
538 *Unternehmen der Fall... Ich meine, viele verwenden intern noch E-Mail, das sind lauter Silos...Ich meine, kennst*
539 *du „Slack“ oder „Yammer“?*

540 **Sophia Hanke:** Nein.

541 Markus Heingärtner: *Nein. „Slack“ ist so ein... so eine kollaborative Form von Kommunikation in Unternehmen,*
542 *wo es dann einzelne Gruppen gibt, also „Channels“ und da sind halt die Mitglieder drinnen vom Marketingteam*
543 *etc. und die reden...im weitesten Sinne so eine Art „Facebook“ nur für Unternehmer und da sind alle Dokumente*
544 *drinnen, jeder kann sehen, was passiert ist, wer aus dem Urlaub zurück ist, was immer los ist.*

545 **Sophia Hanke:** Aja.

546 Markus Heingärtner: *Es wird auf einmal viel flacher, super Tool übrigens. Und da ändert sich auch in den*
547 *Unternehmen sehr viel. Leute fangen an, sich auch gegenseitig permanent zu bewerten. Die kommen aus den*
548 *Sitzungen heraus und sagen: „Gute Sitzung, nicht so gute Sitzung.“ Und nicht nur einmal am Ende des Jahres*
549 *macht der Mitarbeiter mit dem Chef ein Gespräch und schreibt ein Protokoll, das interessiert keinen mehr. Es wird*
550 *so viel flacher. [unverständlich] Möglichkeiten... Und das ist ja nur ein Teil des Ganzen.*

Interview 4

- Interviewte Person: Stefan Theißbacher, Gründer und Geschäftsführer von „FragNebenan“
- Ort des Interviews: Interview via „Skype“
- Datum: 24.2.16
- Dauer: 43 Minuten
- Sonstige Anmerkungen: Die Telefonverbindung war teilweise sehr schwach, was dazu führte, dass manche Wörter in der Aufnahme unverständlich sind, diese Passagen sind mit [unverständlich] gekennzeichnet.

1 **Sophia Hanke: „Sharing Economy“ ist halt so ein Schlagwort, wo ganz viel Verschiedenes irgendwie,**
2 **teilweise ganz Gegenteiliges, schon darunter subsumiert wird. Wie ordnet sich „FragNebenan“ in**
3 **„Sharing“ oder „Sharing Economy“ ein?**

4 Stefan Theißbacher: Also grundsätzlich: Wenn „Sharing Economy“ und... auch irgendwelche Dinge gemeinsam
5 nutzt und Dienstleistungen erbringt füreinander und dafür bezahlt wird, dann ordnen wir uns nicht unter „Sharing
6 Economy“ ein. Also, wenn man das so vergleicht: „Airbnb“ und „couchsurfing“, dann wollen wir lieber
7 „couchsurfing“ sein als „Airbnb“. Genau. Bei uns geht es eigentlich darum, sich einen Gefallen, also sich
8 gegenseitig Gefallen zu tun, sich auszuhelfen und das aber, ohne dass jetzt direkt da irgendwie eine
9 Transaktion...also, ohne dass da ein Geldfluss damit verbunden ist.

10 **Sophia Hanke: Und was kannst du mir zur Entstehung von „FragNebenan“ sagen? Also zum Beispiel:**
11 **Aus welcher Motivation heraus entstand es und wie hat es sich entwickelt und wie hat sich vielleicht die**
12 **Zielsetzung auch verändert?**

13 Stefan Theißbacher: Entstanden ist es aus meiner Erfahrung heraus, dass ich in einem Gründerzeithaus gewohnt
14 habe und dort schon seit eineinhalb Jahren war und eigentlich niemanden gekannt habe, habe zwar „Hallo“
15 gesagt zu den Leuten am Gang, aber die meisten wahrscheinlich auf der Straße draußen nicht als meine
16 Nachbarn irgendwie erkannt hätte und habe dann gedacht, dass das irgendwie schade ist, dass man sich so
17 überhaupt nicht kennt und begonnen darüber nachzudenken. Und dann bin ich halt darauf gekommen, dass da
18 ein Riesepotential irgendwie liegen gelassen wird, eben auch an dieser gegenseitigen Unterstützung und der
19 gemeinsamen Nutzung von Ressourcen. Und zu dem Zeitpunkt habe ich mich schon mit der „Sharing Economy“
20 auseinandergesetzt gehabt und habe mir halt...also so über das Thema „Verleihen“ viel nachgedacht, aber jetzt
21 auch eher, mir fällt jetzt der Begriff nicht ein, der andere, der praktisch, dass es jetzt weniger mit wirtschaftlichen
22 Transaktionen zusammenhängt, sondern eher so den Austausch in das Zentrum rückt... Egal, ich habe auf jeden
23 Fall gelesen darüber.

24 **Sophia Hanke: Das gemeinsame Nutzen einfach?**

25 Stefan Theißbacher: Ja, da gibt es auch noch irgendeinen „fancy“ Begriff, aber mir fällt er gerade nicht ein. Ja,
26 und ich habe halt irgendwie so gedacht, dass Verleihen, dass das Verleihen etwas Cooles wäre, auch in der
27 Nachbarschaft, weil ja die Leute so nahe sind und weil...man könnte zwar die meisten Dinge, die man so braucht,
28 sicher im Freundes-, also wenn man einen großen Freundeskreis hat, sicher auch auftreiben, aber die Leute
29 wohnen halt irgendwo in der Stadt oder irgendwo am Land verteilt und in der Nachbarschaft ist es halt so, dass
30 man diese kurzen Wege hat und vielleicht dann für die Bohrmaschine nur einen Stock tiefer gehen müsste und
31 das ist so die Kombination aus dem „Hey, wir kennen uns alle gar nicht.“, und „Hey, wir könnten uns eigentlich
32 ganz viel weiterhelfen!“ ...war dann irgendwie so die... Ja, und aus dem heraus, ist dann „FragNebenan“
33 entstanden.

34 **Sophia Hanke: Und hat sich das Konzept irgendwie verändert?**

35 Stefan Theißbacher: Ja. Wir haben... Am Anfang ist es mir sehr stark um das Haus gegangen, also wirklich, ich
36 habe gedacht, „FragNebenan“ wird die Kommunikationsplattform für das Haus. Und wir sind dann aber darauf
37 gekommen, dass es innerhalb vom Haus gar nicht so leicht ist, so viele Leute zusammen zu kriegen, die da
38 mitmachen wollen und jetzt sind wir so stärker konzentriert auf die weitere Nachbarschaft, das ist so, das ist bei
39 uns jetzt definiert über einen Radius von 750 Metern rund um das Haus, also wo du irgendwie die Leute zu Fuß in
40 zehn Minuten erreichen kannst und das mit dem Haus ist nicht ganz gestorben, aber wir haben gesagt, wir
41 konzentrieren uns erstmal darauf, die Nachbarschaft lebendig zu machen, das ist die Pflicht, wenn man so will,
42 und die Kür wäre dann, dass das auch innerhalb vom Haus besser funktioniert.

43 **Sophia Hanke: Ok. Und, ja, vielleicht allgemein etwas dazu, wie es angenommen worden ist, wie hat sich**
44 **die Nachfrage, das Publikum entwickelt, auch die mediale Aufmerksamkeit vielleicht? Irgendetwas dazu?**

45 Stefan Theißbacher: Sind ja ganz gescheite Fragen. Ok. Mediale Aufmerksamkeit, da haben wir ein irrsinniges
46 Glück gehabt. Also wir waren schon... Lange bevor die Seite online gegangen ist, haben die ersten Medien über
47 uns geschrieben und das Schöne ist, dass das danach nie abgerissen ist. Das letzte Große war jetzt im „Kurier“
48 vor zwei Wochen, eine Reportage über Leute die „FragNebenan“ nutzen und dass eben...einfach einerseits, dass

Anhang

49 es ein schönes Thema ist, das, glaube ich, auch gerade in die Zeit hinein passt und das andere ist, dass wir das
50 Glück haben, dass es um Menschen geht und um Geschichten und dass es nicht nur irgendein, wenn man so
51 will, irgendein blödes Produkt, wo ich halt versuche meine Vorteile zu verkaufen, sondern, wir können halt, ja...
52 Uns geht es halt um Menschen und wie sie sich gegenseitig kennenlernen und den Alltag erleichtern und so
53 weiter. Also das mit den Medien funktioniert ganz gut und da leben wir auch ganz gut davon und das... Also ganz
54 viele Nutzerinnen und Nutzer, die wir haben, haben halt über Medien zuerst einmal von uns erfahren. Insgesamt
55 so. Wie ist es angenommen worden? Wir haben am Beginn einmal sehr sehr klein gestartet mit einem Bezirk,
56 also nur im 7. Bezirk, das war 2014, im Mai, und haben uns dann im Prinzip ein halbes Jahr ungefähr Zeit
57 gegeben, um einfach einmal zu lernen und zu verstehen, ob die Plattform funktioniert, wie man die Leute
58 motivieren kann mitzumachen, wie man irgendwie auch ein bisschen Leben hinein bringt. Weil am Beginn war es
59 halt so, wir haben das Ding programmiert gehabt und die ersten Leute haben sich angemeldet und dann ist nichts
60 mehr passiert, weil irgendwie keiner gewusst hat, was er damit anfangen soll und...ja. Also da haben wir uns Zeit
61 gelassen und im Jänner 2015 haben wir gesagt: „Ok, wir haben genug gelernt, dass wir das nach ganz Wien
62 tragen“, und dann haben wir dann die ganze Stadt aufgemacht und zu dem Zeitpunkt haben wir knapp 1000
63 Nutzer gehabt, und Nutzerinnen, und mittlerweile sind es mehr als... also 25800 heute. Also es ist, man hat
64 gesehen, dass es wirklich voll... Seitdem wir in der ganzen Stadt sind, ist es voll angewachsen, einerseits weil
65 halt wir für mehr Medien auch noch relevant geworden sind, weil wir nicht mehr nur das kleine Projekt aus dem
66 siebten Bezirk waren oder so und andererseits auch, weil das mit Weiterempfehlungen besser funktioniert. Die
67 meisten Leute, die es weiterempfehlen, empfehlen es im Freundeskreis weiter und jetzt nicht...weil wenn sie die
68 Nachbarn schon kennen würden, dann würden sie uns eh nicht brauchen. Und das funktioniert halt jetzt auch
69 besser, wenn du das jetzt cool findest und das deinen Freundinnen erzählst, dann...ja. Und wir haben jetzt...
70 Aktuell melden sich so zwischen 70 und 100 Leute pro Tag neu an. Das ist echt ganz gut.

71 **Sophia Hanke: Wow, das ist ja riesig.**

72 Stefan Theißbacher: Ja voll.

73 **Sophia Hanke: Super. Seid ihr eigentlich irgendwie auch gefördert worden, zum Beispiel von der Politik**
74 **oder wie schaut es da aus? Gibt es irgendwelche Unterstützer?**

75 Stefan Theißbacher: Also am Beginn war es so, dass wir vor allem das mit unserem eigenen Geld finanziert
76 haben und eigentlich, mehr noch als Geld, mit unserer eigenen Zeit. Also wir haben halt alle... Außer mir haben
77 alle einen Brotjob gehabt und dann nebenbei „FragNebenan“ gemacht. Ich habe... Ich war im
78 Unternehmensgründungsprogramm vom „AMS“ drinnen und haben mich deshalb, Vollzeit praktisch, um das
79 Projekt kümmern können und wir haben dann eine Förderung bekommen von der „AWS“, also Anton Walter
80 Siegfried, das ist so die Förderbank der Republik Österreich und da haben wir so eine ganz normale Startup-
81 Förderung bekommen, weiß nicht, wie detailliert du das brauchst, du kannst im „Impulse XS“... Ja, die hat das
82 ermöglicht, dass wir praktisch diesen Prototyp der Plattform entwickeln mit dem Geld und dann im Mai letzten
83 Jahres, 2015, haben wir dann aus „FragNebenan“ eine Firma gemacht und haben Investoren gefunden, die uns
84 seither finanzieren also... und das war praktisch... Mit dem Einstieg der Investoren, sind wir alle Vollzeit ins
85 Projekt herein gekommen.

86 **Sophia Hanke: Ok.**

87 Stefan Theißbacher: Und sonst Unterstützung von der Stadt: So direkten Kontakt... Also wir haben Kontakt mit
88 der Stadt aufgenommen, aber wir haben ihn auch gesucht, aber nicht so direkte finanzielle Unterstützung
89 bekommen. Aber wir haben das Gefühl oder... Sie haben uns einige Türen geöffnet und...also sie haben einfach
90 dazu beigetragen. Es gibt von der „Social City“ Vienna, weiß nicht, ob du das kennst, das ist so eine Organisation
91 die Sozialunternehmen irgendwie unterstützt und die haben uns zum Beispiel einen Termin bei der „Gesiba“, bei
92 der... „Gesiba“ ist eine große Wohnbaugenossenschaft, bei der einen Termin verschafft und so weiter.

93 **Sophia Hanke: Ok.**

94 Stefan Theißbacher: Also es war jetzt nicht... Also Geld ist da keines geflossen, aber jede Menge offene Türen,
95 wenn man so will und...ja.

96 **Sophia Hanke: Seid ihr oder... Wie hat das ausgesehen? Ist die Stadt...oder seid ihr da oft auf die Stadt**
97 **zugekommen oder umgekehrt oder wie war das?**

98 Stefan Theißbacher: Also die „Social City“ Wien: Da sind wir praktisch... Das hat sich so ergeben über
99 Veranstaltungen. Wir haben halt versucht sehr präsent zu sein, immer wenn irgendwo etwas war, das mit
100 Nachbarschaft zu tun hat, dort hinzugehen und manchmal sind wir dann auch schon eingeladen worden und bei
101 einer Diskussion, da ist es gegangen um sozialen Wohnbau, Kommunikation im Wohnhaus... Daraufhin bin ich
102 eben mit Leuten von der „Social City“ und mit der Tanja Wehsely, einer Stadträtin, halt in Kontakt gekommen. Es
103 war so die offizielle... also wir haben es auch probiert mit „Lieber Herr Wohnbaustadtrat Ludwig, wir würden Ihnen
104 gerne unser Projekt vorstellen“, da ist nicht mal eine Antwort gekommen aber so...eigentlich eher so über Events,
105 wo man hingeht und dann mit den Leuten zu reden anfängt, hat es geklappt.

Anhang

106 **Sophia Hanke: Ja, so Nachbarschaftshilfe gibt es ja schon immer. Was ist jetzt das Neue oder was macht**
107 **„FragNebenan“ erfolgreich? Oder was unterscheidet allgemein über das Internet organisierte**
108 **Nachbarschaftshilfe wie zum Beispiel „FragNebenan“ von früheren Formen des Teilens? Ist es nur das**
109 **Internet oder...?**

110 Stefan Theißbacher: Ja, ich meine im Prinzip...[unverständlich] bis zu einem gewissen Grad digitalisiert wird. Ich
111 glaube, der große Vorteil ist, dass du einfach...Kommunikation rund um die Uhr möglich. Weil im Prinzip, wenn
112 ich mir anschau, wie funktioniert das jetzt in der Nachbarschaft? Da hat es früher oder... Früher hat es so die
113 berühmte Bassena gegeben, wo man sich getroffen hat, wenn man Wasser geholt hat, wo dann, wo man sich
114 irgendwie austauschen hat können, relativ leicht, und das gibt es halt jetzt in der Form nicht mehr. Ganz viele
115 Häuser haben auch keine Gemeinschaftsräume, die wirklich irgendwie genutzt werden. Das heißt, man trifft sich
116 eigentlich eher so, eher zufällig im Gang oder im Stiegenhaus. Das ist dann meistens so eine Situation, wo man
117 halt einfach...ja, der eine kommt gerade, die andere geht gerade. Das ist nicht, glaube ich, das Ideale, um
118 irgendwie ein Gespräch zu beginnen. Das zweite ist so das Anklopfen: Also, ich meine, das gibt es alles und das
119 funktioniert alles, also ich sage nicht, dass da, dass da „FragNebenan“ irgendwie... dass es da unbedingt
120 „FragNebenan“ braucht, um mit seinen Nachbarn in Kontakt zu kommen, aber all diese Sachen, da ist es halt so,
121 dass viele...[unverständlich] Das schwarze Brett im Haus: Das funktioniert bedingt für die Information aber es ist
122 halt kein Kommunikationskanal. [unverständlich]

[Unterbrechung des Telefonats wegen schlechter Verbindung]

123 **Sophia Hanke: Also das Letzte, was ich gehört habe war: „Früher hat es halt die Bassena gegeben, dort**
124 **hat man sich getroffen oder das schwarze Brett...“ und dann habe ich nicht mehr viel gehört.**

125 Stefan Theißbacher: Ok. Genau, ja also so Anklopfen, das funktioniert halt so bedingt, weil sich die Leute...also,
126 wenn man ein bisschen Hemmungen hat, den anderen zu stören... Schwarzes Brett: Da kann man zwar Infos
127 raufgeben, das ist ein reiner Informationskanal und taugt nicht zum Kommunizieren miteinander. Und so
128 Netzwerke, Online-Netzwerke wie „FragNebenan“ oder halt auch, keine Ahnung, eine „Whatsapp-Gruppe“,
129 „Facebook-Gruppen“, was auch immer zu nutzen, haben halt den Vorteil, dass du die Leute rund um die Uhr
130 erreichen kannst und halt auch weißt, du störst nicht, du kannst auch... Du kriegst sehr leicht Feedback und ja,
131 das ist, glaube ich, einfach...ist einfach der schnellere Weg zu kommunizieren. Zu dem kommt bei Netzwerken
132 wie bei unserem, dass halt auch, dass so die Hürde, glaube ich, genommen wird, aufeinander zuzugehen, weil
133 dadurch, dass man sich registriert, zeigt man ja schon, dass man Interesse in irgendeiner Form an den
134 Nachbarinnen und Nachbarn hat. Das heißt, wenn ich mich dann mit einer Frage an die Nachbarn wende, dann
135 weiß ich, das sind Leute, die potentiell auch mir helfen wollen würden und nicht, die jetzt irgendwie denken: „Was
136 will denn der schon wieder?“

137 **Sophia Hanke: Du hast vorher gesagt, dass das Ziel irgendwie so... Der soziale Austausch und die**
138 **gegenseitige Hilfe sind irgendwie im Fokus. Gibt es noch weitere Ziele?**

139 Stefan Theißbacher: Nein, ist eh nicht so wenig, oder?

140 **Sophia Hanke: Nein, eh, nur eine Frage.**

141 Stefan Theißbacher: Also es ist grundsätzlich so, ja, das Kennenlernen spielt eine große Rolle, also
142 [unverständlich]..dass es viele Leute gibt, die wirklich das nutzen, damit sie neue Leute kennenlernen, gerade
143 so... Wir haben auch viele Leute, die über 50 sind oder über 55, die es halt echt toll finden, weil sie da Leute
144 kennenlernen können, die sie treffen können und die sie zu Fuß erreichen können. Das jetzt vielleicht für jemand
145 jüngeren oder...das war bei mir, keine Ahnung... Mein Freundeskreis ist sehr groß oder halt groß genug. Ich habe
146 nicht so das Bedürfnis gehabt, dass ich sage, ich muss jetzt neue Freunde finden, so. Für mich war eher dieses
147 Sich-gegenseitig-Weiterhelfen, Austauschen...war eigentlich im Zentrum. Dass aber praktisch dieses Sich-
148 Kennenlernen auch ein sehr großes Bedürfnis ist, das ist uns erst im Laufe des Projekts eigentlich so richtig
149 bewusst geworden. Und was...wo wir... Was wir halt wollen ist irgendwie, dass man sagt, wir tragen dazu bei,
150 dass Nachbarschaft einfach ein Stück weit als Gemeinschaft begriffen wird, wo man sich halt ein bisschen kennt,
151 ein bisschen aushilft und wo dann auch eben dadurch die Sicherheit steigt für alle, weil man sich eben kennt und
152 weil, wenn einmal etwas passiert, man Leute finden kann, die vielleicht irgendwie was gesehen haben oder weil
153 man einfach ein bisschen aufeinander achtgibt. Das Sicherheitsthema ist so ein Punkt, der sicher eine Rolle
154 spielt, aber das ist jetzt nicht das Hauptargument. Also im Zentrum steht bei uns sicher diese Nachbarschaftshilfe
155 und diese Gemeinschaft, Gemeinschaftwerden. Irgendwo habe ich einmal gelesen, dass Kontakt mit den
156 Nachbarn gut für die Gesundheit ist, angeblich ist das Herzinfarktrisiko geringer, wenn man die Nachbarn kennt,
157 keine Ahnung.

158 **Sophia Hanke: Ja und ich war gerade in der Glücksausstellung von Sagmeister, da kommt auch vor, dass**
159 **Kontakt zu den Nachbarn das Glück enorm steigert.**

160 Stefan Theißbacher: Ja, eben. Wir wollen die Leute glücklicher machen. [lachend]

161 **Sophia Hanke:** *Aber so konsumkritisch oder so, habt ihr eigentlich keinen Hintergrund oder? Dass ihr*
162 *sagt...*

163 Stefan Theißbacher: *Also so dieses Gemeinsam-Nutzen, das schon. Das war schon von Anfang an da, also*
164 *eben, dass genau... Es muss nicht jeder im Haus eine Bohrmaschine haben. Man könnte sich mit dem Fahren,*
165 *also beim Einkaufen-Fahren, irgendwie zusammentun und irgendwie auch schauen, dass man teilweise*
166 *zusammen kocht oder halt einfach Dinge, die man selber nicht aufessen kann oder will, dann irgendwie im Haus*
167 *teilt. Das... Ich würde jetzt nicht sagen, dass wir konsumkritisch eingestellt sind, aber irgendwie so doch ein*
168 *Bewusstsein, dass da momentan total viel verschwendet wird, das war von Anfang an da und das wollen wir auch*
169 *mit der Plattform vermitteln, dass das eigentlich ganz leicht wäre, sich das anders zu organisieren. Und wir haben*
170 *zum Beispiel, wir haben so einen Blog... Also wir haben so einen Blog, wo wir versuchen so, ja, Tipps zu geben,*
171 *was man alles so tun kann und wo man...eben auch dafür nutzen, um so auch das Bewusstsein zu schaffen, was*
172 *für Themen alle möglich wären und da haben wir zum Beispiel angeregt, dass man so einen Hausflohmarkt*
173 *gründet, wo man einfach Zeug, das man selber nicht mehr braucht, irgendwo auf einen Platz hinlegt und es halt*
174 *für Nachbarn zur Verfügung stellt. Und das gibt es bei mir im Haus, also ich habe darüber davon erfahren. Das ist*
175 *super! Also da liegen immer wieder irgendwelche Bücher und Kleidung und so weiter und meistens liegt es nicht*
176 *lange und...ja. Da hat sich irgendwie so eingebürgert, wenn man was hat, legt man es hin und wenn es am*
177 *Freitag noch da liegt, entsorgt man es halt oder gibt es irgendwo anders hin, aber so... Man sieht halt irgendwie,*
178 *dass das ganz einfach möglich wäre, so Sachen, also Ressourcen, ein bisschen sinnvoller zu nutzen.*

179 **Sophia Hanke:** *Würdest du sagen, dass es eine neue Art des Konsumierens oder Wirtschaftens ist?*

180 Stefan Theißbacher: *Ich glaube, dass das grundsätzlich alles nichts Neues ist, das hat es ja alles schon gegeben.*
181 *Vielleicht ist es ein bisschen... rückt es jetzt wieder stärker in den Vordergrund. Ich glaube es ist, zumindest ich*
182 *habe das so erlebt als Kind, dass... Ich bin halt am Land aufgewachsen und da war das irgendwie ganz normal,*
183 *dass man dann von den Cousins die Kleidung kriegt, aus der die herausgewachsen sind und dass man sich da*
184 *zusammentut und das war aber, glaube ich, eher so im Familiären. Also zumindest ich habe das so erlebt im*
185 *Rahmen von familiären Strukturen. Und, ich meine, es ist so, Familie verliert an Bedeutung, irgendwie auch so*
186 *traditionelle Sachen wie Vereine und so weiter und ich glaube, es war einfach so... In den letzten Jahren war es*
187 *sehr viel, dass die Leute viel ichbezogener waren und einfach, wenn sie etwas gebraucht haben, es gekauft*
188 *haben, weil es eh jedem sehr gut geht und ich könnte mir vorstellen, dass dadurch, dass halt jetzt die*
189 *wirtschaftliche Situation nicht mehr ganz so rosig ist, besinnt man sich halt auch wieder ein Stück weit auf Dinge,*
190 *wo man sich etwas sparen könnte. Dazu kommt halt auch noch dieses Bewusstsein, dass das Verhalten, so wie*
191 *wir das an den Tag legen, dass das ökologisch ein Wahnsinn ist. Also, ich glaube, es ist so eine Mischung aus*
192 *dem, dass sich das „mindset“ ein bisschen geändert hat und dass auch wirtschaftlich etwas mehr Druck da ist als*
193 *noch vor einem Jahr.*

194 **Sophia Hanke:** *Also vielleicht auch im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise?*

195 Stefan Theißbacher: *Genau. Also, ja, auf jeden Fall. Weil wenn weniger Haushaltsbudget da ist, beginnt man*
196 *darüber nachzudenken, wie man sich was einsparen könnte oder wie man etwas effizienter organisieren könnte.*

197 **Sophia Hanke:** *Und auch vielleicht ein gestiegenes ökologisches Bewusstsein?*

198 Stefan Theißbacher: *Ja.*

199 **Sophia Hanke:** *Ok. Inwiefern wird das, also nicht bei „FragNebenan“, aber jetzt prinzipiell ausgenutzt*
200 *vielleicht oder „Sharing Economy“ als Marke oder Marketingstrategie missbraucht?*

201 Stefan Theißbacher: *Ich glaube, wie soll ich sagen, so Plattformen... Ich meine, „Sharing Economy“, den Begriff,*
202 *gibt es noch nicht so ewig lang und es gibt auch schon vorher Plattformen, also wenn man jetzt Richtung Online*
203 *schaut, so Plattformen, sowas wie diese ganzen Kleinanzeigen. Im Prinzip ist das auch etwas, dass ich, das was*
204 *ich nicht mehr brauche, nicht wegwerfe, sondern es verkaufe. Und ich glaube, durch die „Sharing Economy“ ist*
205 *das alles, halt so ein bisschen „en vogue“ geworden, dass es nicht so ist, dass ich mich als geizig oute, wenn ich*
206 *auf „willhaben“ Zeug kaufe oder so, sondern es ist irgendwie so im gesellschaftlichen Mainstream angekommen*
207 *und das ist normal, dass man Sachen gebraucht kauft und dass man andere Dinge weggibt und das ist sogar,*
208 *das ist, glaube ich, was, wo man auch ein bisschen stolz darauf ist, wenn man ein gutes Geschäft gemacht hat.*
209 *Als Marketingstrategie ausgenutzt? Also, ich weiß nicht, also ich glaube, die Unternehmen, also so etwas wie*
210 *„Uber“ und „Airbnb“ und so weiter, ich glaube, die leben halt gut davon, dass das nicht mehr als etwas Komisches*
211 *betrachtet wird, wenn man auf die Art sich etwas dazu verdient, aber, ob sie das jetzt ausnutzen? Die schwimmen*
212 *auf der Welle einfach mit und ja.*

213 **Sophia Hanke:** *Und würdest du sagen, es ist eh Platz für ganz viele verschiedene Konzepte?*

214 Stefan Theißbacher: *Ja, auf jeden Fall. Weil wir ja... Eben, ich habe vorher das Beispiel „couchsurfing“ und*
215 *„Airbnb“ genannt, man sieht die ganze Bandbreite von denen, die es aus Idealismus machen und denen die*
216 *sagen: „Ok, ich verdiene mein Geld damit.“. Ich meine, insofern ist es schon ein bisschen ausgenutzt, „Airbnb“ tut*
217 *ja so als wäre es so wie „couchsurfing“ und dass es darum geht, wir können da Leute kennenlernen, wir können*

Anhang

218 da „locals“ kennenlernen und irgendwie in das Leben eintauchen von Menschen, die wirklich in der Stadt wohnen.
219 Und es gibt auch viele Leute, die über „Airbnb“ vermieten und dann irgendwie sagen: „Ja, ihnen geht es darum,
220 dass sie da Leute kennenlernen darüber.“ Aber irgendwie will trotzdem halt jeder sein Geld bezahlt haben und die
221 Preise sind ja nicht so niedrig. Also, ich glaube, das ist schon, für die Nutzer selbst kann es so ein bisschen eine
222 Masche sein, dass ich sage, ja ich mache da eigentlich schwarz ein Geschäft mit meiner Wohnung und muss das
223 aber gar nicht so als...sondern ich tu eigentlich etwas Gutes.

224 Sophia Hanke: Ja oder, mir fällt halt auf, vielleicht bei „Carsharing“, auch dieses [unverständlich]

225 Stefan Theißbacher: Genau. Ich meine, wenn man so etwas...da ist es bei mir so...so etwas wie
226 Mitfahrgelegenheit, das sind so die Plattformen, wo man sagt ok, die...man tragt diesen Gemeinschaftsgedanken
227 auch vor sich her und in Wahrheit geht es aber darum, dass man sich etwas dazu verdienen kann. Also ganz
228 reguläre kommerzielle „Carsharing-Anbieter“ wie „car2go“, da sehe ich das anders, die sagen, die argumentieren
229 ja wirklich über den monetären Nutzen und sagen: „Hey, du brauchst ja kein eigenes Auto zahlen, zahl doch nur
230 dafür, wenn du es brauchst, kümmere dich nicht darum.“, Reparaturen und so weiter... Also die, ich glaube, die
231 profitieren irgendwie davon, dass einfach dieser Gedanke, dass man nicht alles selbst haben muss, nicht alles
232 selbst besitzen muss, dass der irgendwie weiter verbreitet ist und machen das aber aus meiner Sicht einfach, die
233 sagen ganz klar, wir sind ein Unternehmen und das ist unsere Leistung. Und die haben einfach den Vorteil, dass
234 man einfach, ich glaube früher...oder zumindest war es wichtiger, dass jeder sein eigenes Auto hat und die
235 profitieren einfach davon, dass die meisten Leute nicht mehr so denken beziehungsweise sich es selber nicht
236 leisten können auch, eh das, was wir vorher gesagt haben.

**237 Sophia Hanke: Ja. Also, würdest du sagen, dass das Bewusstsein zum Teilen in der Gesellschaft einfach
238 steigt und dass Besitz nicht mehr so wichtig ist?**

239 Stefan Theißbacher: Ja, ich glaube schon. Also, ja wohl. Gerade das Auto war ja früher irgendwie so das oder ist
240 es eh noch immer, so total das Statussymbol... Und ich glaube, da sind schon immer mehr Leute, die einfach
241 sagen, mir ist so meine Freiheit und... ich meine, „Freiheit“ ist jetzt blöd zu sagen, aber mir ist so meine Freiheit
242 wichtiger und ich möchte nicht viel Geld für irgendetwas hinlegen, das dann den ganzen Tag vor der Tür steht
243 und...sondern mir... Für mich ist ein Auto einfach wieder nur etwas, um von A nach B zu kommen und nicht das,
244 worüber ich mein Ego definiere oder so. Ja.

245 Sophia Hanke: Gibt es neue oder andere Statussymbole?

246 Stefan Theißbacher: Ja, ich meine, dieser nachhaltige Lebensstil, wenn man so will, innerhalb der Gruppe, in der
247 man sich bewegt, ist das ja auch, wie soll ich sagen... Man macht dann ja auch Dinge, um sich dazugehörig zu
248 fühlen, also wenn man zum Beispiel „Dumpstern“ geht. Es ist ja alles ein Ausdruck von seiner eigenen
249 Persönlichkeit und wie man sich darstellen will und dann gehört das, wenn man sich selbst als nachhaltiger
250 Mensch betrachtet, gehört das vielleicht bis zu einem gewissen Grad auch dazu, dass man das macht. Also, ich
251 meine, das ist jetzt kein Statussymbol, aber ich glaube, man hat immer so im Rahmen von dem Milieu, in dem
252 man sich bewegt...gibt es halt einfach gewisse Dinge, die man dann haben sollte oder tun sollte. Und wenn ich
253 jetzt ein sehr nachhaltig eingestellter Mensch bin, dann sind das halt andere Marken, dann habe ich halt die
254 „Waldviertler-Schuhe“ an und wer anderes hat halt die „Tommy-Hilfiger-Schuhe“ an, aber es ist... Ich glaube,
255 Statussymbole wird es immer geben, weil Leute immer etwas brauchen, über das sie sich definieren und auch
256 einer Gruppe zugehörig fühlen wollen, vielleicht, dass durch diese „Sharing Economy“, halt durch diesen Trend
257 ein bisschen so, dass es nicht mehr nur darum geht, wie teuer etwas ist, sondern auch mehr wofür das steht.

258 Sophia Hanke: Ist also schon Nachbarschaftshilfe oder „Sharing“ eine Art Lifestyle vielleicht auch?

259 Stefan Theißbacher: Ich glaube schon. Also, ich glaube, es ist zu einem gewissen Grad Notwendigkeit, aber zu
260 einem gewissen Grad auch Lifestyle und ich glaube, es ist halt auch schön, dass sich das eben verknüpfen lässt,
261 dass man eben sagt, ich lebe halt so bewusst und nachhaltig, und ich deshalb nicht als arm wahrgenommen
262 werde, also, oder irgendwie so ein bisschen in einem Eck stehe, weil es...“ Der kann es sich nicht mehr leisten,
263 ein neues Gewand zu kaufen.“, oder so etwas, sondern, dass es einfach auch, einfach...dass das voll akzeptiert
264 ist, dass das so eine bewusste Entscheidung ist, wenig zu haben und mit wenig auszukommen und immer zu
265 teilen. Das ist auch so wie „Dumpstern“. Dass ist ja eher wenn... Also wenn man sagen würde: „Ich durchstößere
266 Mülltonnen, ob da noch etwas Essbares drinnen ist, damit ich etwas zum Essen habe.“, das schaut dann...wird
267 das glaube ich nicht so als „cool“ wahrgenommen. Aber nachdem es einen schönen Begriff gibt und nachdem
268 das ja so in ein Gesamtpaket hineinpasst, glaube ich, ist es... wird es halt sehr gut akzeptiert und das ist ja auch
269 total sinnvoll, weil es ist ja ein Wahnsinn, was alles weggeschmissen wird. Ich muss sagen, ich habe das noch nie
270 gemacht, aber so ein paar Leute, die ich kenne, und anscheinend funktioniert das eh super.

**271 Sophia Hanke: „Sharing“ oder auch „FragNebenan“: Ist das eine zukunftsweisende Entwicklung oder ist
272 es halt gerade in Mediehype und ist es halt gerade cool und vielleicht ist es in drei Jahren nicht mehr
273 cool oder in einem halben Jahr nicht mehr cool?**

274 Stefan Theißbacher: „FragNebenan“ wird immer cool sein. [lachend]

275 **Sophia Hanke: Ja, sicher. [lachend]**

276 Stefan Theißbacher: Nein, keine Ahnung, wie sich das entwickelt. Es ist jetzt schon so, man merkt, dass es
277 einfach mehr Thema wird und es ist auch...dass es nicht nur irgendwo in Nischenmedien drinnen ist, sondern
278 auch in Mainstream-Medien ganz prominent vorkommt. Und, man sieht das ja auch, dass... Ich meine,
279 „FragNebenan“ ist noch immer winzig, aber so Plattformen wie „Airbnb“ und...dass das halt wirklich auch in einer
280 breiten Bevölkerung angekommen ist. Ich glaube, das wird sich nicht ändern sondern halt noch stärker werden,
281 weil wir es ja... Also, wenn du jetzt Richtung Internet schaust...das Ganze...vor ein paar Jahren noch, war es ganz
282 klar, dass du dir deine Filme, Programme, was auch immer, dass du das gekauft hast, ich meine, im Idealfall
283 gekauft hast und dass du deine Musik zumindest, wenn du sie schon nicht gekauft hast, halt bei dir auf deinem
284 MP3-Player oder wo auch immer am Computer abgespeichert gehabt hast. Jetzt ist es alles irgendwo in der
285 „Cloud“ drinnen und du rufst das praktisch bei Bedarf auf und... Also ich glaube, das wird immer mehr werden,
286 weil einfach, ja, das, glaube ich, auch diesem Ding entgegen kommt, dass man sich einfach nicht alles leisten
287 kann, was man so haben will und ich kann mir halt jetzt, ohne dass ich viel am Konto habe, kann ich mir leisten,
288 dass ich ständig mit dem Auto durch die Gegend fahre, ich kann immer die neueste Musik hören und ich kann
289 auch, weiß nicht, die neuesten Serien legal anschauen, wenn ich will. Also das ist, das ist halt alles so irgendwie
290 „on demand“ und ich glaube, das wird auch immer stärker werden. Weiß nicht, was da noch so kommen wird, wo
291 wir jetzt glauben, dass das selbstverständlich ist, dass man das selbst hat, das man dann teilt. Keine Ahnung,
292 aber es... Ich finde, das ist eh schon, dass allein, dass das Auto nicht mehr so ein gottgegebenes Gesetz ist, dass
293 man eines hat, in der Stadt zumindest...

294 **Sophia Hanke: Ja.**

295 Stefan Theißbacher: ...das ist ja auch schon eine Wahnsinn, das hätte ja auch keiner gedacht, vor, weiß nicht,
296 zehn Jahren. Da war ja so ein Auto ausborgen, nur etwas für Geschäftsreisen, weil du [unverständlich] und jetzt
297 ist es eigentlich... Also so bei mir im Bekanntenkreis nutzen total viele „car2go“ zum Beispiel. Also ich glaube, das
298 wird so bleiben und ich glaube, das wird stärker werden. Ob „FragNebenan“ dann eine Rolle spielt, keine Ahnung,
299 ich hoffe es. Aber grundsätzlich wird es, glaube ich, immer mehr, immer mehr so von diesen analogen
300 Prozessen, die es da jetzt gibt, wird irgendwie auch in die Online-Welt ausgelagert und wird immer mehr. Dinge,
301 die wir jetzt besitzen, werden wir dann halt immer so auf Abruf nutzen oder mit anderen teilen. Also ich glaube
302 auch, zum Beispiel so Haus, das... Man sieht das ja bei diesen ganzen neuen Wohnbauten, da wird wieder viel
303 mehr Wert gelegt auf Gemeinschaftsräume, darauf, dass es irgendwie so etwas wie Waschküchen und so Dinge
304 gemeinsam gibt., Dass halt auch Dinge...dass jeder sein... Früher hat es ja auch... In den alten Häusern, da gibt
305 es ja auch meistens eine Waschküche und eine Zeit lang hat dann jeder seine eigene Waschmaschine gehabt
306 und jetzt geht es auch wieder mehr in die Richtung. Ich glaube, das sehr Schöne daran ist, dass dann halt Dinge
307 in höherer Qualität produziert werden. Dass es nicht mehr darum geht, dass sich jeder alles sofort leisten kann,
308 sondern, dass es... Es wird dann wieder mehr darum gehen, dass die Dinge halt auch lange funktionieren und
309 hochwertig sind.

310 **Sophia Hanke: Also gegen die Wegwerfgesellschaft? Die Entwicklung gegen die Wegwerfgesellschaft**
311 **wieder mehr?**

312 Stefan Theißbacher: Ja genau. Also ich habe gelesen, dass zum Beispiel diese „car2go-Smarts“ mit ganz
313 anderen, also viel höherwertigeren Teilen, gebaut werden, als jetzt die normalen, die du kaufen kannst und die
314 sind halt deshalb auch pro Auto teurer als der „Smart“, den ich jetzt im Geschäft kaufen würde, aber dafür sind sie
315 halt von der Wartung her wesentlich günstiger. Und...ja.

316 **Sophia Hanke: Du hast gesagt, „FragNebenan“ ist sehr winzig noch, werdet ihr durch die großen Online-**
317 **Plattformen oder auch so, weiß nicht, „Carsharing“ ist sicher viel öfter in den Medien oder „Airbnb“,**
318 **werdet ihr da eher an den Rand gedrängt oder wird da prinzipiell einfach die Aufmerksamkeit für solche**
319 **Plattformen und Möglichkeiten erhöht.**

320 Stefan Theißbacher: Ich glaube, es hilft uns, wenn das Thema wird. Wir sehen auch, dass wir immer öfter, wenn
321 halt irgendwo ein Artikel über „Sharing Economy“ oder so geschrieben wird, dass dann halt erwähnt wird, dass es
322 uns da auch gibt. Früher waren die Geschichten über „FragNebenan“ immer so Geschichten, wo wir vorgestellt
323 worden sind und mittlerweile kommen wir auch immer häufiger vor auch einfach als Teil von irgendwelchen
324 anderen Geschichten und das, ja, das finde ich sehr gut, weil das halt einfach bei uns... Jedes Mal wenn wir
325 irgendwo in den Medien sind, melden sich halt wieder Leute an. Also wir profitieren, also ich würde sagen, wir
326 profitieren davon sehr.

327 **Sophia Hanke: Super. Und, ich habe irgendwo, glaube ich, gelesen, dass ihr ja auch eventuell auf andere**
328 **Städte euch ausweiten wollt. Gibt es da konkrete Pläne oder...?**

329 Stefan Theißbacher: Ja, also unser Ziel ist es, wir waren halt bis jetzt nur in Wien und auf Wien beschränkt, weil
330 wir einfach, ja von den Ressourcen sehr beschränkt waren und weil wir auch gesagt haben, wir wollen so... Wien
331 war so etwas wie ein großer Pilot für uns, wo wir die Plattform... Wir haben halt mit einem sehr sehr kleinen, also
332 wie soll ich sagen, sehr sehr schlanken Prototypen gestartet, der noch recht wenig Funktionalität gehabt hat und
333 wir haben irgendwie versucht, mit dem Feedback, das wir von den Nutzerinnen und Nutzern bekommen,

334 irgendwie das ganze weiterzuentwickeln. Und jetzt sind wir halt auf einem Stand, wo noch immer voll viel...also
335 zu... Es gibt noch immer voll viele Funktionalitäten, die eben noch dazu kommen werden, also es ist noch lange
336 nicht fertig, aber jetzt sind wir auf einem Stand, wo wir sagen, das ist...das können wir jetzt auch in eine andere
337 Stadt bringen und wir wollen so... 2016 ist so das Ziel, dass wir halt in ganz Österreich vertreten sein werden,
338 also in den Städten. Und die nächste Stadt, die wir starten werden, ist Graz, auch deshalb weil, also erstens ist es
339 die zweitgrößte Stadt und zweitens wohnt einer aus unserem Team, der Andi, das ist unser Designer, der lebt in
340 Graz. Also es bietet sich dann irgendwie an und praktisch ab April wollen wir dann praktisch auch in andere
341 Städte gehen.

Interview 5

- Interviewte Person: Dr. Rahel Falk vom Competence Center for Emerging Markets & CEE der Wirtschaftsuniversität Wien
- Ort des Interviews: Büro von Dr. Falk, Wirtschaftsuniversität Wien, Welthandelsplatz 1, 1020 Wien
- Datum: 25.2.16
- Dauer: 42 Minuten

1 **Sophia Hanke: Welche Bedeutung kommt, Ihrer Einschätzung nach, „Sharing Economy“ in Wien zu? Ist**
2 **es eher ein Nischenphänomen mit einer medialen Aufmerksamkeit, also jetzt gerade irgendwie im Trend**
3 **oder ist es halt wirklich...bedeutet es die Verbreiterung und Verbreitung von neuen Konsumformen, ist es**
4 **eine zukunftsweisende Entwicklung?**

5 Dr. Rahel Falk: Also, ich würde sagen, dass die „Sharing Economy“ in Wien eine sehr große Bedeutung hat und
6 das wird auch noch weiter wachsen, wobei ich die „Sharing Economy“ sehr weit fasse und wenn Sie sehen, was
7 die Stadt Wien hier an öffentlichen Einrichtungen hat, an öffentlichen Nahverkehr, an öffentlichen Bibliotheken,
8 das ist, wenn Sie so wollen, alles „Sharing Economy“. Und da hat Wien, weil Sie sagen, Sie sind jetzt historisch
9 interessiert, sie hat lange Tradition und deswegen, ja, denke ich, das wird sich sehr stark durchsetzen und immer
10 mehr.

11 **Sophia Hanke: Das Städtische werde ich wahrscheinlich nicht so in meine Diplomarbeit einfließen lassen,**
12 **also mich interessiert eher „Peer-to-Peer-Sharing“ aber auch „Business-to-Peer-Sharing“ und nicht so**
13 **sehr die öffentliche...**

14 Dr. Rahel Falk: Na gut, aber wo grenzen Sie das ab? Also zum Beispiel im Nahverkehr, ja. Diese... Wenn die
15 ÖBB auch ein „Carsharing-Angebot“ hat, ist es dann...so. Wenn Wien, weil sie jetzt am Verkehr interessiert sind,
16 Fahrräder bereit stellt oder Luftpumpen habe ich jetzt neulich gesehen, die einfach fixiert sind irgendwo für alle,
17 ja, das ist sozusagen der Provider. Das ist ein öffentliches Unternehmen oder öffentliche Hand, aber... Gut, aber
18 die Frage war, ob das Bedeutung hat und ich würde sagen Ja, ja.

19 **Sophia Hanke: Bedeutet „Sharing“ eine neue Form von Konsum oder eine neue Form von Wirtschaften?**

20 Dr. Rahel Falk: Nein, „Sharing“ ist sehr alt.

21 **Sophia Hanke: Ja.**

22 Dr. Rahel Falk: Ja.

23 **Sophia Hanke: Was ist vielleicht das Neue daran oder warum ist es jetzt ein...**

24 Dr. Rahel Falk: Das Neue ist ganz klar, das Technologiegestützte. Die Kommunikation, die Vernetzung läuft
25 anders, die Logistik, aber das ist... Vom Gedanken her, ist das „Sharing“ so alt wie nur irgendwas.

26 **Sophia Hanke: Und Sie würden sagen, wegen der Technologie gibt es jetzt einen Boom, eine vermehrte**
27 **Gründung von verschiedenen Initiativen und Konzepten oder Firmen, die sich...**

28 Dr. Rahel Falk: Ja, sicher! Oder eben auch Privatpersonen.

29 **Sophia Hanke: Ja. Gibt es auch andere Gründe für die Entstehung von diesen vielen verschiedenen**
30 **Konzepten?**

31 Dr. Rahel Falk: Ja sicher. Also... Konsumgüter... Man definiert heute seinen Status nicht mehr so über
32 Konsumgüter, also das hat sehr viel mit Lifestyle zu tun. Dann, Stichwort „Vereinzelung“ und mobile Gesellschaft:
33 Also Sie leben hier drei Jahre in einer Stadt und dann ein halbes Jahr in der nächsten, in einem anderen Land
34 vielleicht, bis Sie da ihr Auto umgemeldet haben, das lohnt sich einfach nicht und dadurch, dass sozusagen...
35 Was früher im Familienverband weitergegeben wurde: „Hier, willst du mein Auto?“ und so weiter, das läuft halt

Anhang

36 *alles jetzt über selbstgesuchte Nachbarschaft. Also, ja, demographische Entwicklungen spielen eine große Rolle,*
37 *dann natürlich auch das verfügbare Einkommen, also, dass die Leute weniger Geld in der Tasche haben. Dann*
38 *schauen sie halt, wie sie bestimmte Dinge, bestimmte Bedürfnisse trotzdem entwickeln, sorry befriedigen können,*
39 *also nutzen statt besitzen. Also finanzielle Gründe, technologische Gründe und dann eher so, wie sagt man das,*
40 *Werte, Wertewandel ganz stark.*

41 **Sophia Hanke: Wertewandel? Wie meinen Sie das?**

42 Dr. Rahel Falk: *Naja, was ich anfänglich gesagt habe, dass Konsum per se, dass der Konsum nicht mehr so über*
43 *Güter definiert wird, über Statusprodukte, jetzt eher über Reisen: „Wohin kann ich fahren?“, aber nicht: „Wie groß*
44 *ist mein Auto, das ich fahre?“, und das hat auch natürlich mit finanziellen Gründen zu tun. Ich meine, wer hat hier*
45 *so eine große Wohnung, wer hat hier Parkplätze noch und nöcher vor der Tür, deswegen wird „Sharing“ in so*
46 *Ballungszentren wie Wien oder anderen Großstädten immer eine stärkere, eine größere Rolle spielen.*

47 **Sophia Hanke: Ok. Stichwort „Wertewandel“. Sie würden sagen, also, dass zum Beispiel Statussymbol**
48 **„Auto“ mittlerweile eine untergeordnete Rolle spielt oder ist es kein Statussymbol mehr? Ist es wichtiger**
49 **rund um die Uhr das Auto, das ich gerade möchte, zugänglich zu haben?**

50 Dr. Rahel Falk: *Ja.*

51 **Sophia Hanke: Verstehe ich Sie richtig?**

52 Dr. Rahel Falk: *Genau, ja. Nutzen statt besitzen und das zu verschiedenen Gelegenheiten das jeweils Passende.*
53 *Ich will mich nicht festlegen, ich will flexibel bleiben.*

54 **Sophia Hanke: Aber ist dann auch eigentlich ein, wie soll ich sagen, extrem konsumorientiert, oder? Es**
55 **ist nicht so, also man könnte es so sehen, dass es nicht so ist, dass ich...wenn ich weniger Geld habe,**
56 **schau ich, wie ich Geld sparen kann, sondern: „Ja, ich möchte einfach heute, keine Ahnung, einen**
57 **„BMW“, morgen möchte ich einen kleinen LKW und so, um flexibel zu bleiben.“**

58 Dr. Rahel Falk: *Ja, also, Sie konsumieren, aber Sie konsumieren eine Dienstleistung und keine Ware, kein Gut,*
59 *nichts Physisches, Sie wollen es nicht haben, Sie wollen es, ja, Sie wollen es nutzen. Das, nein, es hat etwas*
60 *mit... Sie wollen maximale Flexibilität.*

61 **Sophia Hanke: Und warum?**

62 Dr. Rahel Falk: *Weil es die Möglichkeit gibt und... ja, weil es die Möglichkeit gibt und weil, das hat eine*
63 *Implikation, wenn Sie maximale Flexibilität wollen, in den Fahrzeugen zum Beispiel, das Budget ist immer*
64 *beschränkt, wie Sie wissen als Studentin, das wissen alle und da können Sie sich so viel ungenutzte Kapazität*
65 *gar nicht leisten, ja, einen kleinen Lastwagen, ein Motorrad und fünf andere Fahrzeuge vor der Haustüre stehen*
66 *zu lassen.*

67 **Sophia Hanke: Ok. Und...Gerade vielleicht in der Nachkriegsgeneration ist es ja doch so ein bisschen**
68 **Besitzanhäufung und auch Sicherheit durch Besitz, also gegen den Mangel irgendwie...die Sicherheit**
69 **braucht man nicht mehr?**

70 Dr. Rahel Falk: *Nein, ein Auto ist ja keine Sicherheit, oder? Also, bei Wohnungen würde ich schon denken, dass*
71 *dieser Sicherheitsaspekt eine Wohnung haben, besitzen, ein Haus besitzen, dass das immer noch relevant ist, ja.*
72 *Bei Autos eher nicht.*

73 **Sophia Hanke: Oder auch bei Gegenständen? So a la ich habe es und ich brauche mich nicht mehr darum**
74 **kümmern, ich habe es bezahlt, es ist meines.**

75 Dr. Rahel Falk: *Nein, kann ich jetzt nicht viel damit anfangen, also, was müssen Sie besitzen? Ich meine...*

76 **Sophia Hanke: Ich denke einfach, dass die Entwicklung in die Richtung gegangen ist, also nach dem**
77 **Krieg, dass man so viel wie möglich Besitz anhäuft, was jetzt vielleicht nicht mehr...?**

78 Dr. Rahel Falk: *Das wird ja als Ballast empfunden heutzutage.*

79 **Sophia Hanke: Ja, das war aber früher sicher anders, glaube ich.**

80 Dr. Rahel Falk: *Ja, wenn ich meine Schwiegereltern anschau, dann sicher. Also in dem Moment, wo Sie nicht*
81 *ein Haus haben, wo Sie ein Leben lang drinnen wohnen, sondern Sie ziehen um, weil Sie einen Job irgendwo*
82 *kriegen in xy, dann können Sie dieses Anhäufen vergessen.*

83 **Sophia Hanke: Ja, es ist einfach wichtiger flexibel zu sein heute, oder?**

Anhang

84 Dr. Rahel Falk: *Ja und sich nicht mit so viel Ballast... Das kostet ja auch, wenn ich es ajour halten will, wenn ich*
85 *es nutzen will, dann muss ich mich auch darum kümmern, dass das alles ok ist. Das heißt, ich muss es alleine*
86 *erst einmal finden, ja, und wenn ich etwas einmal in 15 Jahren nutze, bis ich das [unverständlich] habe, ist es*
87 *vielleicht schon kaputt oder „outdatet“. Ja.*

88 **Sophia Hanke: In der Literatur liest man oft, dass auch die Wirtschaftskrise eine Rolle spielt.**

89 Dr. Rahel Falk: Ja.

90 **Sophia Hanke: Dass irgendwie in den Jahren danach sehr viele solche Konzepte entwickelt wurden.**
91 **Würden Sie dieser These zustimmen?**

92 Dr. Rahel Falk: Ja, schon. Ja.

93 **Sophia Hanke: Also nicht nur das Internet sondern auch die wirtschaftliche Lage und...**

94 Dr. Rahel Falk: Jaja, was ich vorhin gesagt habe, dass das verfügbare Einkommen einfach niedriger ist. Ja.

95 **Sophia Hanke: Also einerseits Geld dazu verdienen, indem ich meine Bohrmaschine vermiete.**

96 Dr. Rahel Falk: *Da habe ich jetzt gar nicht daran gedacht, aber ja, das hat natürlich als Einkommensquelle...aber*
97 *eher eigentlich als Sparpotential. Aber beides natürlich.*

98 **Sophia Hanke: Ok. Zur Entstehung konkret in Wien. Was hat da in Wien... Können Sie dazu irgendetwas**
99 **sagen, welche Rückkopplungen es da gab, ob es da zum Beispiel auch von der Stadt irgendwie**
100 **Unterstützung gab, diese Entwicklung voranzutreiben oder...**

101 Dr. Rahel Falk: *Ja, ich glaube schon, also zum Beispiel die... Was hat die Stadt gemacht? Wie ist das mit diesen*
102 *kleinen „Carsharing-Autos“ „car2go“ oder „Zipcar“, haben die nicht...dass man die umsonst parken darf? Ich habe*
103 *mich schon oft...Also recherchieren Sie das einmal, das ist total wichtig, weil es ja die Rahmenbedingungen setzt.*
104 *Wahrscheinlich zahlt das... Ist es „car2go“ oder ist es „Zipcar“?*

105 **Sophia Hanke: Beides.**

106 Dr. Rahel Falk: *Ja, gibt beides in Wien. Eines von beiden, diese kleinen Minis, ja...*

107 **Sophia Hanke: Das ist „car2go“.**

108 Dr. Rahel Falk: *Genau und die können Sie ja irgendwo abstellen...*

109 **Sophia Hanke: Die kann man überall...**

110 Dr. Rahel Falk: *Die kann man überall... ohne ein Pickerl daranmachen zu müssen.*

111 **Sophia Hanke: Ja, ich denke, das ist quasi im Preis gedeckt.**

112 Dr. Rahel Falk: *Ja, aber wer zahlt den Preis? „car2go“?*

113 **Sophia Hanke: Der Kunde, schätze ich.**

114 Dr. Rahel Falk: *Nein, das ist im, das ist im Tarif drinnen.*

115 **Sophia Hanke: Man zahlt pro Kilometer und wenn du das Auto reservierst, zahlst du auch für das Parken,**
116 **die Nutzung...**

117 Dr. Rahel Falk: *Aber wenn du fertig bist mit deinem Trip, kannst du das irgendwo abstellen, so ohne ein*
118 *Parkpickerl hineinzutun, oder?*

119 **Sophia Hanke: Ja.**

120 Dr. Rahel Falk: *Das kümmert dich dann nicht mehr, das heißt, „car2go“ zahlt wahrscheinlich, die zahlen etwas an*
121 *die Stadt Wien und das wäre total interessant, das würde ich unbedingt recherchieren, was die zahlen müssen.*
122 *Ich vermute nämlich, dass sie nicht viel zahlen müssen. Und dann, was hat die Stadt Wien noch gemacht? Also,*
123 *dass sie dieses ganze „Park & Ride-System“, gut, „Ride“ ist dann mit den Öffis, aber „Park“, dass davor*
124 *Parkplätze gemacht wurden, da sind ja viele viele so Pendlernetzwerke entstanden, dadurch, dass sie an vielen*
125 *Öffis eben direkt öffentliche Fahrräder daran gestellt haben, also das sind alles so unterstützende*
126 *Rahmenbedingungen.*

127 Sophia Hanke: **Gibt es noch andere Rückkopplungen oder anderes, das die Entwicklung vorangetrieben**
128 **hat in Wien?**

129 Dr. Rahel Falk: *Naja, also jetzt, ich denke jetzt einmal im Fahrzeugbereich, weil das Ihr Thema ist: Die Parkraum-,*
130 *die rigorose Parkraumbewirtschaftung... In dem Moment, wo sie Parkplatz so teuer machen, ist das natürlich...*
131 *schafft das Anreiz, sich irgendwie Autos zu teilen oder Parkplätze zu vermieten, Stellplätze zu vermieten. Ja.*

132 Sophia Hanke: **Sie sagen: „Teilen gibt es schon immer.“, also das ist ja auch nicht streitbar. Aber gibt es**
133 **irgendwie eine erhöhte Bereitschaft zu teilen prinzipiell in der Gesellschaft? Ist es... Welche Rolle spielt**
134 **vielleicht auch das Soziale und Interaktion oder Vertrauen vielleicht auch?**

135 Dr. Rahel Falk: *Also was meinen Sie jetzt teilen? Güter teilen oder Information teilen oder überhaupt alles?*

136 Sophia Hanke: **Konsumgüter.**

137 Dr. Rahel Falk: *Konsumgüter. Eine höhere Bereitschaft zu teilen? Keine Ahnung, weiß ich nicht. Was war der*
138 *zweite Teil der Frage?*

139 Sophia Hanke: **Ob die... Also Teilen hat ja auch immer mit sozialer Interaktion zu tun...**

140 Dr. Rahel Falk: *Wie sozial ist das Teilen? Ich denke, es geht... Ich glaube, es geht um sehr pragmatische Gründe.*
141 *Und ich habe auch so Befragungen gelesen, dass es bei einer sehr kleinen Minderheit um diesen sozialen Aspekt*
142 *geht, von gemeinschaftlich etwas zu nutzen, machen... Aber das sind dann aufwändigere Projekte, also*
143 *dieses... Gemeinschaftsgärten oder dass man sich...gemeinsam einmal, zweimal die Woche auf dem Bauernhof*
144 *arbeitet und dann gemeinsam erntet. Also da ist sozusagen auch wirklich sozusagen der soziale Mehrwert...*
145 *Aber bei den, bei diesen klassischen Konsumgütern, denke ich, geht es um Preis und Verfügbarkeit.*

146 Sophia Hanke: **Inwiefern kann „Sharing“ oder ist „Sharing“ auch vielleicht konsumkritisch?**

147 Dr. Rahel Falk: *Naja, der Konsum, die Konsummöglichkeiten erhöhen sich ja durch das „Sharing“.*

148 Sophia Hanke: **Ja.**

149 Dr. Rahel Falk: *Von daher ist es nicht konsumkritisch, es ist, wenn überhaupt, dann kritisch... Ja, es ist nicht...per*
150 *se ist es nicht, nein, konsumkritisch... Konsum ist geil, das ist „Sharing“: Je mehr desto besser.*

151 Sophia Hanke: **Ist es vielleicht auch ein Lifestyle, oder?**

152 Dr. Rahel Falk: *Ja, bestimmt. Ja.*

153 Sophia Hanke: **Ok. Inwiefern wurde der Erfolg von „Sharing Economy“ in Wien, falls man von einem**
154 **Erfolg sprechen kann, von den Medien gepusht?**

155 Dr. Rahel Falk: *Das weiß ich nicht, keine Ahnung. Also ich beobachte, dass so in den letzten Monaten die Medien*
156 *zunehmend kritisch werden, gerade zum Teilen von Wohnungen, diese ganze „Airbnb-Debatte“, inwieweit das*
157 *erlaubt ist, ob das noch sozial ist oder, ob das nicht im Gegenteil sehr sehr unsozial ist, weil die Einheimischen*
158 *sich keine günstigen Wohnungen mehr leisten können, sondern an Studenten aus USA vermietet werden oder so*
159 *weiter. Also da erlebe ich im Moment eigentlich eher, was Wohnungen betrifft, eine sehr alarmierte Stimmung.*
160 *Sonst, sonst, so grundsätzlich...klar ist... Teilen ist sexy und das haben auch die Medien herübergebracht. Ja.*

161 Sophia Hanke: **Werden durch die vielen Online-Plattformen und Apps, die „Sharing“ ja auch international,**
162 **global ermöglichen, im großen Stil ermöglichen, kleinere lokale Initiativen, vielleicht auch**
163 **konsumkritischere Initiativen oder konsumbewusstere Initiativen, gefördert, weil prinzipiell einfach das**
164 **Thema in den Medien ist, vielleicht die Bereitschaft zu teilen steigt oder werden diese kleinen eher an den**
165 **Rand gedrängt?**

166 Dr. Rahel Falk: *Das weiß ich nicht. Aber ich möchte noch einmal...Da fällt mir ein... Was hat die Stadt Wien*
167 *getan? Es gibt doch diese „Agenda 21“, oder, und es gibt Stadtteilbüros.*

168 Sophia Hanke: **Ja.**

169 Dr. Rahel Falk: *Und bei uns im Dritten, Sie wohnen ja auch im Dritten, oder?*

170 Sophia Hanke: **Ja.**

171 Dr. Rahel Falk: *Da gibt es auch ein Stadtteilbüro, haben Sie das schon einmal besucht?*

172 Sophia Hanke: **Nein.**

173 Dr. Rahel Falk: Und da gibt es auch eine Gruppe zu „Sharing Economy“ und das ist, jetzt nicht von der Stadt
174 Wien irgendwie in offizieller Weise so eine Arbeitsgruppe eingesetzt, aber es ist Raum geschaffen worden,
175 Möglichkeiten, wo man sich treffen kann und dann zu verschiedenen Themen eben Arbeitskreise bilden kann.
176 Und das wäre so eine sehr sehr lokale Sache, wo es praktisch Nachbarschaftshilfen gibt. Ich war noch nie da, ja,
177 ich habe es mir einmal aufgeschrieben, aber ich bin noch nicht dazu gekommen. Ich glaube das geht Hand in
178 Hand. Also man könnte fragen, ob...also, dass durch so große Entwicklungen kleines, also „think globally-act
179 locally“, ja, was Sie teilen schließlich, wenn Sie Gebrauchsgegenstände... dann ist es eine lokale Sache, ja. Sie
180 können natürlich über „eBay“ Sachen wieder „vertickern“, das sind dann so Tauschmärkte oder
181 Seconhandmärkte, aber ich, mir ist Teilen ein ganz klar...eigentlich ein regionales Konzept. Und dass die kleinen
182 an den Rand gedrängt werden? Nein, das glaube ich nicht. Der Hype ist um die Großen und jeder hat von den
183 Großen einmal gehört, aber wer nutzt sie?

184 **Sophia Hanke: Also zum Beispiel kleinere Initiativen wie „Peer-to-Peer-Carsharing“...**

185 Dr. Rahel Falk: Ja.

186 **Sophia Hanke: ...da gibt es ja auch ganz viele privat organisierte oder verschiedene „Carpooling-
187 Gemeinschaften“ und so weiter...**

188 Dr. Rahel Falk: Ja.

189 **Sophia Hanke: ...werden weder gefördert noch gehindert durch zum Beispiel diese Großen wie „Zipcar“,
190 „car2go“, „BlaBlaCar“?**

191 Dr. Rahel Falk: Nein, ich denke, dass sie, also aus dem Bauch heraus... Ich denke, dass sie gefördert...dass es
192 denen zu Gute kommt. Man probiert das einmal aus, ganz unverbindlich über „Zipcar“, stellt dann fest, dass das
193 gar nicht so billig ist, weil da pro Minute abgerechnet wird und beim nächsten Mal, wenn man bei der nächsten
194 Party mit ein paar Nachbarn zusammensitzt, dann...„Wollen wir nicht...Ich brauche mein Auto eigentlich nur für
195 den Urlaub...“ so und der eine sagt...also man kommt eher ins Reden und dass das eine Möglichkeit ist und ja,
196 weil diese kommerziellen Angebote, letztlich ja doch, wenn man es dann einmal zusammenrechnet, gar nicht so
197 billig sind.

198 **Sophia Hanke: Inwiefern ist „Sharing“ einfach eine Marke, eine Marketingstrategie?**

199 Dr. Rahel Falk: Ja, ganz klar, ganz klar. Ich meine „BMW“ nennt sich ja... Als ich so jung war wie Sie, da war das
200 ein Automobilproduzent. Heute ist das... Die verkaufen heute die Mobilitätsdienstleistungen. Ja, die müssen
201 sozusagen am Zahn der Zeit bleiben.

202 **Sophia Hanke: Und, was Sie gerade gesagt haben mit „Ich sitze mit meinen Nachbarn zusammen...ich
203 habe das schon einmal ausprobiert irgendwie“, es ist Thema, es ist in den Medien, es ist sexy. Für das
204 Teilen braucht man dann eigentlich kein Internet. Die Technologie, die App, braucht man dazu dann nicht.
205 Das hätte ja auch schon, ja, vor 30 Jahren, vor 40 Jahren sein können oder immer.**

206 Dr. Rahel Falk: Das war auch vor 30, 40 Jahren so.

207 **Sophia Hanke: Aber es ist jetzt sicher vermehrt einfach.**

208 Dr. Rahel Falk: Das weiß ich nicht, also, ich weiß es nicht. Ich habe keine Ahnung. Gehen Sie einmal...Ich weiß
209 es nicht. Wenn früher am Land... Sind Sie Wienerin?

210 **Sophia Hanke: Ich bin aus Oberösterreich, seit sechs Jahren in Wien.**

211 Dr. Rahel Falk: Ok, aber wie ist denn das hier, wenn nur einer ein Telefon hat, gab es hier nicht den
212 Viertelanschluss.

213 **Sophia Hanke: Ja.**

214 Dr. Rahel Falk: So, dann muss man sich arrangieren. Wenn nur einer aus einem oberösterreichischen Dorf
215 eine...drei Familien von 23 nur ein Auto haben und die fahren dann in die Stadt, dann sagen sie: „Soll ich die
216 Oma mitbringen? Soll ich Medikamente mitnehmen? Was braucht ihr aus der Stadt?“ Also... Weil die Hälfte des
217 Dorfes ist sowieso verwandt miteinander, also...

218 **Sophia Hanke: Ja, aber jetzt auf die Stadt, auf Wien bezogen.**

219 Dr. Rahel Falk: Also ich denke, dass... Was die Technologie wohl gemacht hat, ist, dass man sozusagen vom
220 persönlichen Kreis, erst einmal rauskommt sozusagen mit Fremden...mit Fremden, die dann deine „friends“ sind,
221 diese Schwelle hat es überwunden und dann kommst du aber zurück, wo es das konkrete Teilen ist, dann
222 unterstützt die Technologie. Also dieses „carsharing 24/7“, das finde ich ja super, die haben ja, Gott, auch
223 irgendwie so eine App, wo man dann errechnen kann, wie viel der eine dem anderen schuldet und da gibt es eine

Anhang

224 *Versicherung dabei, also wo da schon eine Dienstleistung auch dahintersteht, das ist privat, von privat zu privat,*
225 *aber es wird eben durch eine... Es ist professionell, ja, und ich meine, dass daran jemand etwas verdient, ist ja*
226 *wunderbar, also das stört mich nicht.*

227 **Sophia Hanke: Früher war das Teilen vielleicht eher im familiären und im freundschaftlichen,**
228 **nachbarschaftlichen Bereich, jetzt es auch mit Fremden möglich?**

229 Dr. Rahel Falk: Ja.

230 **Sophia Hanke: Ersetzen Fremde irgendwie die Familie...**

231 Dr. Rahel Falk: Nein.

232 **Sophia Hanke: ...oder die direkte Community, zum Beispiel die Nachbarschaft? Also ist es... Es ist schon**
233 **wichtig, wenn man online ist oder für „Sharing“?**

234 Dr. Rahel Falk: Ja, sicher, sicher, sicher. Ja, genau, man muss sozusagen auch erst die Tauschwilligen
235 identifizieren und früher war das Pool klar, nämlich das Dorf in Oberösterreich mit den 500 Einwohnern, wovon
236 250 Verwandte sind in der einen oder anderen Art, so. Da ist man sozusagen viel näher daran, aber... Nein, ich
237 würde nicht sagen, Fremde ersetzen Familienangehörige, sondern dadurch, dass wir nicht mehr in so
238 Familienverbänden wohnen und einfach viel mehr vereinzelt wohnen, ist da eine Lücke. Vor Ort und Stelle ist da
239 eben höchstens einmal eine Kusine zweiten Grades, die im anderen Stadtteil wohnt von Wien und...

240 **Sophia Hanke: Das heißt, man vereinsamt und dann sucht man Kontakte mit...?**

241 Dr. Rahel Falk: Was heißt vereinsamt? Es brechen einfach... Durch den Umzug nach Wien, brechen bestimmte
242 Netzwerke weg und dann werden Sie, eine Zeit lang sozusagen, Ihr Netzwerk in der Heimat aufrecht erhalten,
243 aber irgendwann merken Sie, dass ist so viel Koordination und Aufwand und dann ergibt sich das über die Uni,
244 über Freunde, über Sport, über Musik oder eben ganz anonym über so „Sharing-Communities“, dass da so
245 Bekannte einfach den Platz einnehmen.

246 **Sophia Hanke: Ok. Inwiefern kann „Sharing“ auch die Qualität vielleicht von Konsumgütern in der**
247 **Produktion auch verbessern oder ist es vielleicht auch eine Antwort auf die Wegwerfgesellschaft?**

248 Dr. Rahel Falk: Es gibt ja Unternehmen, die damit ganz offensiv werben. Haben Sie einmal so Videos von
249 „Patagonia“ gesehen? Schauen Sie sich das einmal an, so eine ganz hochwertige Kleider-Outdoor-Sache.

250 **Sophia Hanke: Ja, das kenn ich.**

251 Dr. Rahel Falk: Ja, da können Sie das also... Ich glaube, die nehmen auch gebrauchte Sachen an und zurück und
252 verkaufen das.

253 **Sophia Hanke: Und da geht es darum, die immer wieder auch, glaube ich, herzurichten, oder?**

254 Dr. Rahel Falk: Ja, genau. Ich meine, es geht...also es ging jetzt um Qualitätsbewusstsein. Ja, glaube ich, schon.
255 Qualität, dass das durch das „Sharing“, also sagen... Wenn ich drei Kinder habe, ja, wie ich habe, dann kaufe ich
256 beim ersten ein gutes Paar „Waldviertler“, weil ich weiß, das kann weitergegeben werden, so. Wenn es Nummer
257 drei ist und braucht dann noch einmal einen Turnschuh oder so, dann, naja, kann ich auch etwas für 15 Euro
258 kaufen, weil das wird nachher weggehauen, das muss jetzt die Saison halten und Füße wachsen ja sehr schnell
259 und in dem Sinne... Also das Bewusstsein, dass sie es weitergeben können, dass sie es entweder verkaufen
260 können oder tauschen können oder verleihen können für Geld, denke ich schon, dass das Qualitätsbewusstsein
261 steigt und umgekehrt, dass so hochwertige Konsumgüterhersteller, also wie „Patagonia“ zum Beispiel, dass die
262 die Konsumenten ganz klar anfixen. Also einmal Secondhand ein gutes Teil gekriegt, da sagst du: „Das passt so
263 gut, das ist so ein großer Komfort und so, das leiste ich mir dann doch.“ Ich denke schon, dass das eine
264 Gegenbewegung ist zu Wegwerfsachen.

265 **Sophia Hanke: Und welche Rolle spielt dabei auch ein Umweltbewusstsein, Ressourcenschonung? Ist**
266 **das eine Motivation?**

267 Dr. Rahel Falk: Ja, so im Hinterkopf, denke ich. Ja. Also, weiß nicht, ob das... Ja, aber ich denke schon, dass
268 man, dass so dieser Gedanke: „Gute Qualität zum Weitergeben.“, oder: „Ich kaufe lieber Gebrauchtes in guter
269 Qualität als Neues in schlechter.“, ja, ich denke schon, dass es...vielleicht nicht expressis verbis, also nicht
270 ausdrücklich, aber, dass es einem...dass es vielen Menschen, also vor allem vielleicht
271 Höhergebildeten...nein...nein, auch ganz einfache Leute... Es ist einfach eine... Diese Wegwerfgesellschaft, das
272 ist einfach ein...das stößt vielen Leuten auf und ich glaube, auch gerade, wie sie vorhin von der
273 Nachkriegsgeneration gesprochen haben, wenn Sie diese Nachkriegsgeneration haben, die angehäuft haben, die
274 geben auch immer weiter. Wenn Sie dann das dritte Geschirrtuch oder das dritte Service haben, dann sagen sie:
275 „Magst du nicht? Ich habe mein altes übersehen, aber ich habe ja schon zwei weitere. Kann ich es dir nicht

Anhang

276 schenken?“; ja, aber ich glaube, dass das bei vielen so ein diffuses Unwohlsein, ein Gefühl ist, dass einfach nur
277 produziert wird und weggeschmissen, weggeschmissen, weggeschmissen.

278 **Sophia Hanke: Es gibt ja auch zum Beispiel Rifkin oder auch andere, haben so eine Utopie, dass alle**
279 **teilen werden und gemeinsam konsumieren werden und dass es den Kapitalismus ablöst. Ist es eine**
280 **Utopie, die ihre Berechtigung hat oder...?**

281 Dr. Rahel Falk: Dass durch das Teilen der Kapitalismus...? Naja...nein.

282 **Sophia Hanke: ...oder, keine Ahnung, Wachstum...Wirtschaftswachstum...**

283 Dr. Rahel Falk: Also ich habe einmal eine Überschrift gelesen: Teilen kann nur der, der hat. Ja. Gerade wenn Sie
284 „Peer-to-Peer-Teilen“, „-Sharing“ ansprechen. Wenn ich nichts habe, kann ich auch nichts teilen und da wäre
285 auch eine Kritik anzusetzen oder ein Fragezeichen bei dieser ganzen Euphorie. Wenn jetzt diese privaten „Peer-
286 to-peer-Sachen“ doch so wunderbar funktionieren, das private „Carsharing“, ja, wofür brauchen wir denn dann
287 noch öffentlichen Verkehr? Ja, also so bedacht, dass die Privaten sich, also, dass privat organisiert wird, was
288 jedenfalls bei uns in Österreich, als öffentliche Aufgabe auch wahrgenommen wurde...oder eben private
289 Kinderbetreuung oder private Altenbetreuung in so Genossenschaften und wir kümmern uns um einander, ich
290 zahle ein zehn Jahre, dadurch, dass ich hier bei drei Nachbarinnen immer einmal schaue und dann krieg ich es
291 selber, was machen... Das setzt sehr viel auf den Einzelnen, dass er sozusagen verantwortlich weiß, was seine
292 Bedürfnisse sind jetzt und in Zukunft und wer so gedankenlos so vor sich hinlebt, der könnte vielleicht böse
293 überrascht werden, wenn, was Sie ganz am Anfang gesagt haben, Sie haben es nicht so mit den öffentlichen
294 Angeboten, aber wenn die öffentlichen Angebote in dem Maße zurückgefahren würden, da sehe ich ein bisschen
295 auch eine Gefahr. Verstehen Sie was ich meine?

296 **Sophia Hanke: Ja, sicher.**

297 Dr. Rahel Falk: Aber zu Rifkin: abschaffen? Nein, ich...der Kapitalismus schafft sich selbst ab. Nein, ich habe den
298 vor zwei Jahren, der war in Wien, im Parlament hat der gesprochen. Das war so eine offene Sitzung, vielleicht
299 finden Sie noch irgendwo das, vielleicht gibt es einen Mitschnitt oder so. Das war 2014 im, weiß nicht Februar,
300 März irgendsoetwas...Ja, ja. Noch etwas?

301 **Sophia Hanke: Wollen Sie da noch etwas dazu sagen?**

302 Dr. Rahel Falk: Zu Rifkin? Nein. Zu Rifkin fällt mir nicht viel ein außer, dass er, dass er steile Thesen aufstellt und
303 dass das interessant ist, aber das ist so eine marktschreierische These, das „„Sharing“ schafft den Kapitalismus
304 ab“, nein, wieso? Wieso?

305 **Sophia Hanke: Können Sie noch irgendetwas dazu sagen zu Unterschieden bei der Entwicklung der**
306 **Sparten „Fahrzeug-Sharing“ und „Gegenstand-Sharing“?**

307 Dr. Rahel Falk: Der Unterschied? Also das „Fahrzeug-Sharing“ ist sehr im Mainstream angekommen.
308 Angefangen damals mit, weiß nicht, vor 30 Jahren, die ersten Mitfahrzentralen, das war eine studentische Sache,
309 heute steigt man nach der Oper schnell ins „Zipcar“ und fährt damit nach Hause, wenn man keine Lust hat zehn
310 Minuten auf die U-Bahn zu warten. Also das ist... Es ist sehr im Mainstream angelangt. Anders, als bei anderen
311 Produkten, was sicherlich an den hohen Fixkosten liegt.

312 **Sophia Hanke: Der hohen Fixkosten von Autos?**

313 Dr. Rahel Falk: Der Anschaffung. Aber was ich...Schifahren zum Beispiel, das ist... Schiverleih ist auch immer
314 wichtig. Also, alles was Sie...was...Je höher die Fixkosten und so seltener Sie brauchen, aber dann umso
315 dringender, das hat sehr hohes Potential für „Sharing“. Schiverleih, Instrumentenverleih... Sie wollen anfangen
316 Klavierzuspielen, aber wissen nicht, ob es Ihnen wirklich taugt und dann leihen sie es erst einmal für ein halbes
317 Jahr.

318 **Sophia Hanke: Aber, ok, ja, das wäre jetzt eine Gemeinsamkeit zwischen Gegenständen und Autos.**

319 Dr. Rahel Falk: Achso, was für Unterschiede, ja... Also, dass es... „Carsharing“ ist am meisten im Mainstream
320 angekommen bis auf das Schifahren jetzt für Österreich, also Schiverleih. Und warum? Auch, denke ich, sicher,
321 weil es da professionelle Unternehmen darin gibt und so aus dieser Nische herausholen von: „Ja, das machen
322 nur so superengagierte Umweltbewusste.“ Ja, das ist ein Unterschied.

Interview 6

- Interviewte Person: Gründungsmitglied des „LastenRadKollektivs“
- Ort des Interviews: Café Gagarin, Garnisongasse 24, 1090 Wien
- Datum: 26.2.16
- Dauer: 47 Minuten
- Sonstige Anmerkungen: Im Lokal war es teilweise sehr laut, was dazu führte, dass manche Worte auf der Aufzeichnung unverständlich sind, diese Stellen sind mit [unverständlich] markiert. Die interviewte Person möchte darüber hinaus als Teil des Kollektivs anonym bleiben.

**1 Sophia Hanke: Das Schlagwort „Sharing Economy“ oder „Sharing“ vereint ja ganz viele verschiedene
2 Formen von Konsumieren und Wirtschaften und Teilen unter dem Schlagwort, unter dem Begriff. Wie
3 würdet ihr euch da positionieren oder was ist eure Nische oder Bereich?**

4 „LastenRadKollektiv“: Ok, also, wir sehen uns auf alle Fälle als solidarökonomisches Projekt. Wir sind irgendwann
5 2010 darauf gekommen, dass Lastenräder „leiwand“ sind, aber, dass man die nicht täglich braucht und so
6 dachten wir halt, wir wollen Strukturen schaffen, wo man die Lastenräder quasi gemeinsam besitzt und strukturell
7 teilt und zwar nicht nur wir, die die Lastenräder halt so... uns darum kümmern, sondern, das auch anderen Leuten
8 zugänglich machen. Wie das jetzt so als Kategorie...weiß ich jetzt auch nicht so genau.

9 Sophia Hanke: Würdet ihr euch als Teil von „Sharing Economy“ sehen?

10 „LastenRadKollektiv“: Ich muss ehrlich sagen, ich kenne mich da zu wenig aus. Also wir sind ganz stark von
11 dieser Solidar-, also nicht Gratisökonomie, aber von diesem Ansatz „nach allen Bedürfnissen und Möglichkeiten“
12 inspiriert, das ist so unser solidarökonomischer Ansatz, sprich wir nehmen schon Gegenleistungen an dafür, aber
13 wir wollen uns halt nicht festlegen, also wir machen es zu keiner... Wir sind kein Vermietunternehmen, das
14 stundenweise vermietet, sondern wir warten das halt und wollen dafür, dass die Leute das halt auch wertschätzen
15 nach ihren Möglichkeiten auch uns unterstützen.

16 Sophia Hanke: Freiwillige Spenden?

17 „LastenRadKollektiv“: Genau oder freier Preis, je nachdem, wie man das so nennen will. Genau. Ob das jetzt zu
18 „Sharing Economy“ passt? Ich finde, das ist halt auch so schwierig zu sagen. Zum Beispiel „Carsharing“, wenn
19 ich mir anschau, sind total kommerzielle Sachen, wo es halt...die hierarchisch sind, wo es halt um Gewinne geht
20 und das ist unser Fall nicht ganz so. Also wir sind jetzt nicht unbedingt profitorientiert, also nicht unbedingt...
21 sondern wir sind nicht profitorientiert. Wir machen das aber alle so aus Spaß, freiwillig, wir verdienen da auch
22 nichts daran. Genau, wollen aber auch nicht selber finanzielle Ressourcen hineinstecken, also wir... Deshalb
23 nehmen wir Geld und finanzieren damit Reparaturen für Räder, finanzieren aber auch Räder. Genau und auch,
24 wenn wir extern etwas reparieren lassen müssen, dann bezahlen wir das auch davon. Also, so gesehen, ist die
25 Frage noch immer nicht so recht beantwortet.

**26 Sophia Hanke: „Sharing“ muss ja nicht profitorientiert sein, wie es bei „Carsharing“ betrieben wird. Zum
27 Beispiel werden ja auch so „Kostnixläden“ zum Beispiel, werden auch unter dem Überbegriff „Sharing“
28 einfach...**

29 „LastenRadKollektiv“: Ok.

**30 Sophia Hanke: ...also da gibt es einfach einen Überbegriff, der ganz viele verschiedene Konzepte vereint
31 irgendwie unter einem Dach.**

32 „LastenRadKollektiv“: Ich kenne das eher als Solidarische Ökonomie und also ich... und mit ganz vielen
33 Strömungen halt drinnen.

34 Sophia Hanke: Ja.

35 „LastenRadKollektiv“: ...und da würde ich ganz klar ja sagen, also wir sind...da würden wir uns subsumieren
36 darunter. Mit dem Begriff „Sharing Economy“ kann ich nicht so viel anfangen, wenn du sagst: „Das fällt in ein
37 ähnliches Loch.“, würde ich jetzt auch ad hoc ja sagen, dass wir uns da schon einordnen können.

**38 Sophia Hanke: Es geht halt um Zugang statt Besitz, es geht, bei „Sharing“ zum Beispiel nicht darum,
39 dass jeder ein Lastenrad besitzt, sondern, dass es halt einer Masse zugänglich ist, einfach.**

40 „LastenRadKollektiv“: Genau.

41 **Sophia Hanke: Also in dem Sinne wäre es schon „Sharing“?**

42 „LastenRadKollektiv“: In dem Sinn auf alle Fälle. Wobei, [unverständlich] sind auch gleich die ganzen
43 Widersprüchlichkeiten, weil einer Masse zugänglich, da kann man ja trotzdem sagen, wir vermieten das halt. Ja,
44 also im Endeffekt... Und dann stellt sich die Frage, wie rechnet man das ab und so weiter und es ist ja trotzdem
45 auch geteilt... Also, ja, es ist schon gescheit, ein Lastenrad eben nicht alleine zu besitzen, sondern zu teilen, das
46 auf alle Fälle, da bin ich ganz bei dir und wahrscheinlich auch bei der „Sharing Economy“. Genau. Ja.

47 **Sophia Hanke: So ganz konkret zur Gründung etwas: Kannst du mir etwas zur Entstehung vom Kollektiv**
48 **noch genauer sagen?**

49 „LastenRadKollektiv“: Ja, ich meine, wir waren in verschiedensten Zusammenhängen aktiv, 2010 war das und
50 hatten auch eben Erfahrung mit gemeinschaftlich genutzten Dingen, seien es Räume, seien es Autos und so
51 weiter und irgendwie war damals, so in den Jahren 2008, 2007, war diese Radszene...ist die in Wien sehr bunt
52 und lebendig geworden und da haben einige von uns ein Lastenrad erst kennengelernt und wir dachten, das ist
53 eigentlich eine Schande, naja, eine Schande, es... Uns hat es nicht gefallen, dass man sich Autos ausborgen
54 kann und LKWs ausborgen kann [unverständlich]aber, dass es für Fahrräder nichts gibt und wir dachten, wir
55 probieren das einfach und bringen unsere Erfahrungen mit und bauen da eine Struktur eben, damit es eine
56 niederschwellig zugängliche Lastenradinfrastruktur gibt...das war quasi das Ganze und nachdem wir uns schon
57 kannten, war das halt so, wie das oft ist, so informelles Zusammentreten und überlegen: „Ok, was braucht man?
58 Fahrräder. Man braucht rechtliche... irgendein Rechtskonstrukt, man braucht Geld.“ Und das haben wir dann halt
59 auch ziemlich schnell aus dem Boden gestampft quasi. Also wir sind ein Verein, ein gemeinnütziger offiziell und
60 den haben wir halt gegründet in erster Linie, weil man halt leichter um Förderungen ansuchen kann und auch
61 diverse bekommen haben, seien es „ÖH-Gelder“, seien es irgendwelche Preise von der Stadt Wien. Gleichzeitig
62 haben wir in unseren eigenen Strukturen Partys gemacht und ein bisschen Geld gesammelt, um die ersten Räder
63 anzukaufen, also das war so. 2010 sind wir dann mit vier Rädern losgestartet. Genau.

64 **Sophia Hanke: Du sagst, die Stadt Wien hat euch auch unterstützt. Inwiefern genau?**

65 „LastenRadKollektiv“: Also die Stadt Wien...indirekt. Es gab im 7. Bezirk, so „KLIP 7“ hieß das, einen
66 Nachhaltigkeitswettbewerb, den sie finanzieren und den hat eben die Bezirksvertretung, glaube ich,
67 ausgeschrieben und da haben wir halt teilgenommen und einen Preis gewonnen, das war auch irgendwann 2010.
68 Ich glaube, das war 2010 sogar noch.

69 **Sophia Hanke: Und sonst? Von wem seid ihr sonst unterstützt worden?**

70 „LastenRadKollektiv“: Von der „ÖH“ relativ viel eigentlich.

71 **Sophia Hanke: Aja, von der „ÖH“, hast du eh gesagt.**

72 „LastenRadKollektiv“: Von unterschiedlichen „ÖHs“ hauptsächlich. Ich glaube, einen 100er haben wir auch von
73 den „Grünen“ aus Ottakring gekriegt, weil wir da jemanden kennen. Eigentlich wollten wir uns eher relativ...also
74 wir hatten nicht so... Wir hatten keine Lust auf Parteinähe und auch nicht auf staatliche Förderungen eigentlich.
75 Genau, darum versuchen wir, das auch in einem Rahmen zu halten, aber anfänglich ging es nicht ganz ohne.
76 Genau, aber hauptsächlich waren es ÖHs.

77 **Sophia Hanke: Ok. Was ist eure Motivation dahinter, konkret noch einmal? Einfach Lastenräder**
78 **zugänglich zu machen im Gegensatz zu, zum Beispiel, Autos und LKWs oder?**

79 „LastenRadKollektiv“: Ja.

80 **Sophia Hanke: Gibt es sonst noch irgendwelche... Ich weiß nicht, Konsumkritik oder politisch motiviert...**

81 „LastenRadKollektiv“: Ich meine, politisch motiviert... Irgendwie politisch bewegt sind wir alle, die das machen. Wir
82 haben jetzt...Wie soll ich sagen? Wir sind jetzt keine Gruppe, die da explizit irgendwelche Manifeste oder
83 Pamphlets oder sonstige Dinge schreibt, aber natürlich geht es uns um Selbstorganisiert-Dinge-tun-Können und
84 auch eben, auch Leute ermächtigen, selbstorganisiert Dinge tun zu können, indem sie Infrastruktur nutzen für ihre
85 eigenen Projekte und nicht erst einmal viel Geld aufstellen müssen, damit sie ein „VoKü“ machen können, einen
86 Infostand oder was auch immer. Genau, uns geht es auch klar intern um möglichst wenig, möglichst nicht-

87 hierarische Zusammenarbeit und, also möglichst konsensual und uns geht es darum, dass wir es gern haben
88 wenn mehr Räder in der Stadt fahren und weniger Autos. Also das... Wir fahren alle gern Rad und wir haben halt
89 auch viel gelernt über die Jahre, was man mit Rädern alles machen kann, auch mit Lastenrädern, also das ist ein
90 bisschen so unser... Und uns geht es schon auch darum, dass man Dinge eben ein bisschen ökonomischer sieht,
91 dass nicht alle ein eigenes Ding haben müssen und dass man Dinge gemeinsam besitzen kann, dass man da
92 Strukturen hat, wo es schon geht. Also ich habe zum Beispiel ein privates Rad, das geht in eine Struktur hinein
93 und dann fange ich an zu streiten: „Wer repariert die Sachen, die kaputt sind?“, sondern, dass man gleich eine
94 Struktur hat, wo man sagt: „Ok, die Räder gehören einem Verein, es gibt Geld für Reparaturen, es gibt
95 Zuständigkeiten, wer sich darum kümmert, man muss sich nicht...“ Man ist für diese Eventualitäten des
96 Verleihens und der gemeinsamen Nutzung gerüstet, so auch proaktiv, dass man halt auch sagt: „Ja, es werden
97 Sachen kaputt, man muss Sachen reparieren.“ Und wir haben Strukturen dafür, um das dann halt auch zu tun
98 und uns nicht irgendwie, so streiten müssen: „So, ich habe dir mein Rad geliehen und jetzt krieg ich es so
99 scheiße zurück.“ So.

100 **Sophia Hanke: Und du sagst: „Ein Ziel ist auch, mehr Räder in der Stadt.“, ist da ein Mobilitätsgedanke**
101 **dahinter oder auch ein Umweltbewusstsein dahinter oder weil es einfach „leiwand“ ist?**

102 „LastenRadKollektiv“: Ich persönlich finde es nicht gut, dass so viele Leute in der Stadt mit dem Auto fahren,
103 gerade in Wien, wo es so viele andere Möglichkeiten gibt und ich glaube halt auch, dass dieses Jammern nichts
104 bringt, sondern man muss konkrete Alternativen halt auch machen und ich merke auch total, also... Genau, um
105 nicht abzuschweifen, also Umwelt: Ich persönlich finde es angenehmer, in einer Gasse zu leben, wo keine Autos
106 fahren und ich finde es auch angenehmer, durch die Stadt zu gehen, wenn es nicht laut ist, wenn es nicht stinkt
107 und dann halt, wenn der Autoverkehr reduziert ist, das ist... Und trotzdem weiß ich, dass man halt auch mobil sein
108 will, muss in der heutigen Zeit und dass man auch Dinge transportieren muss...genau. Also mir geht es schon
109 darum und ich glaube da kann ich auch für das Kollektiv sprechen, konkrete Handlungsalternativen zu einer
110 herrschenden sehr autozentrierten Stadtgesellschaft, sage ich jetzt einmal.

111 **Sophia Hanke: Und wie habt ihr euch entwickelt in den letzten, also seit 2010, also die letzten sechs Jahre**
112 **und wie viel Leute sind beim Kollektiv, wie sehr wird es genutzt?**

113 „LastenRadKollektiv“: Also wir sind gewachsen.

114 **Sophia Hanke: Super.**

115 „LastenRadKollektiv“: Unter anderem halt auch, weil wir wachsen wollten ein bisschen und wir sind gerade aktuell
116 dabei, neue Räder anzuschaffen und also eben mehr Standorte... Also unser System ist so: Wir haben die Räder
117 bei diversen Privatpersonen in der Stadt verteilt und wenn es dann mehr Räder gibt, kann man die Stadt besser
118 abdecken. Es ist ein Kollektiv, das heißt, es schwankt, wir sind um die zehn Personen, mal mehr mal weniger, es
119 kommen Leute dazu, es gehen Leute weg. Es ist irgendwie dadurch, dass wir selber nichts verdienen, ist es ein
120 bisschen eine dynamische Sache, sage ich jetzt einmal. Es wird, habe ich das Gefühl, gut genutzt. Es ist wie bei,
121 den meisten Radfahrsachen sehr saisonabhängig, weil es halt auch... Also Radfahren ist für viele Leute eine
122 Sache, die im März losgeht und im Oktober aufhört, dementsprechend sind auch die Anfragen. Und im Winter ist
123 weniger los und im Sommer teilweise viel, wobei es auch Ausreißer gibt. Aber ich habe das Gefühl, so über die
124 Zeit gewöhnen sich Leute daran, Lastenräder zu nutzen und in diesem Kontext ist auch unsere Erweiterung zu
125 sehen und ich habe auch das Gefühl, es wird schon mehr und wir sind auf einem ganz guten Weg schon.
126 Verständlich?

127 **Sophia Hanke: Ja, inwiefern habt ihr euch erweitert?**

128 „LastenRadKollektiv“: Eben, wir haben mit vier Rädern angefangen, mittlerweile haben wir acht, plus drei sind
129 quasi im Prozess des Gekauft- bzw. Aufgebautwerdens, also... Und jedes Rad ist einer Person zugeordnet, das
130 heißt, jedes Rad braucht dann auch jemanden, der das hostet. Genau, so gesehen sind wir gewachsen und ich
131 habe das Gefühl, wir haben auch inhaltlich sehr viel angeregt, weil in Deutschland gibt es mittlerweile, seit 2013,
132 eine explosionsartige Vermehrung von so quasi „Freien Lastenrädern“, unter Anführungszeichen, wo halt auch
133 einiges auf uns... Wir wollten ja kopiert werden, das ist ja so quasi auch unser Vereinsziel, also
134 „LastenRadKollektive“ oder wie auch immer zu fördern und nicht alles selber machen und das wurde als erstes in
135 Leipzig aufgegriffen über persönliche Kontakte und dann ging es eben ganz weit und mittlerweile, letztes Jahr,
136 gab es einen Kongress zu „Freien Lastenrädern“ und es gibt, glaube ich, in 20 oder 30 Städten... auch teilweise
137 weiterentwickelte Systeme als unseres, also mit weniger persönlichem und, sage ich, politischem Hintergrund,
138 sondern mehr so technifizierte Systeme, aber trotzdem, wo man sich Lastenräder für Spenden oder für nichts
139 ausleihen kann. Es gibt in Österreich, in Graz, seit letztem Jahr, glaube ich, ein freies Lastenrad, es gibt Anfragen

140 aus Innsbruck, aus Braunau, also das ist eine total dynamische Sache geworden. Es gibt auch in New York
141 irgendein „LastenRadKollektiv“, das sich irgendwann einmal auf uns bezogen hat, also, ich glaube, wir haben
142 schon ein bisschen etwas angestoßen nicht nur direkt, aber so gesehen, haben wir uns mit der Idee...haben wir
143 uns auf alle Fälle erweitert. Wir sind auch so ein bisschen in diesem Radkontext so vernetzt und waren vor zwei
144 Jahren in Zagreb bei [unverständlich]wir haben Kontakte nach Budapest wir waren in Italien [unverständlich] wir
145 versuchen eben auch diese Idee und unsere Praxis auch ein bisschen zu verbreiten und wir haben das Gefühl,
146 das gelingt uns auch, wobei die Jüngeren wahrscheinlich auch gar nicht mehr wissen, dass wir da die ersten
147 waren, aber das ist auch egal. Es wächst sehr.

148 **Sophia Hanke: Ok. Super!**

149 „LastenRadKollektiv“: Ja, voll.

150 **Sophia Hanke: Und von den Nutzern oder Anfragenden für die Räder, also das steigt auch, oder?**

151 „LastenRadKollektiv“: Es steigt, genau. Ich meine, wir hatten intern einige Fehler, eine Zeit lang hat unsere E-
152 Mail-Adresse nicht funktioniert, das war irgendwie so, wir haben... Also wir sind halt auch hinein gestolpert und
153 wenn man so eine Verleihsache macht, muss man gewisse Dinge bedenken, aber vor allem in den letzten zwei
154 Jahren ist es in Wien sehr gut, hat sich sehr gut entwickelt, sage ich jetzt einmal. Also vor zwei Wochen, da gibt
155 es Ende Februar immer irgendeinen Abschluss anscheinend auf irgendeiner Uni, die dort Filme machen und da
156 waren fast alle Räder von uns gleichzeitig draußen [unverständlich]vielen Projekten angefragt, also es ist... Ich
157 finde, es läuft sehr gut.

158 **Sophia Hanke: Und macht ihr irgendwie...Wie macht ihr Werbung? Bei so Veranstaltungen oder eben bei**
159 **dem Kongress oder „Critical Mass“ und solche Sachen?**

160 „LastenRadKollektiv“: Also 2010 war das alles noch irgendwie einfach, diese Radszene ist dynamischer worden,
161 aber da war alles sehr kompakt, „bikekitchen“, „Critical Mass“ auch ein bisschen ältere Cycle-Werkstätten und da
162 kannte man sich dann meistens, ist halt auch in der Szene sehr involviert und da haben wir uns gedacht: „Ok,
163 passt, wir kennen uns eh alle, ist eine ‚gemähte Wiese‘, jetzt machen wir nichts.“ Und dann ist es auch ein
164 bisschen so in Vergessenheit geraten und jetzt gerade, jetzt sind wir eine Pickerlkampagne am starten, um uns
165 ein bisschen außerhalb dieser ganzen Szene bekannter zu machen. Also, wir machen irgendwie...Also, diese
166 Pickerl, die jetzt kommen, machen... Wir haben bisher keine aktive Werbung gemacht, eben halt auch so
167 persönliche Kontakte, also die Leute, die uns kennen und weiterempfehlen und so weiter und halt, ja,
168 Internetpräsenz, anscheinend kommen wir sehr vielen Leuten da unter. Und ich frage immer wieder nach, woher
169 die Leute uns kennen, weil es mich interessiert und da höre ich immer wieder: „Ja, im Internet...“, also ich habe
170 das Gefühl, dadurch, dass das Lastenrad an sich sichtbar wird als mögliches Transportmittel, kommen viele
171 Leute auch ohne große Werbung auf uns zu. Aber wir haben vor, im öffentlichen Raum präsenter zu sein und wir
172 hatten auch in den Anfangsjahren so, hatten die Lastenräder an sich so Tafeln, so „Wie kann man ausleihen?“,
173 das ist alles ein bisschen eingeschlafen, weil es alles sehr viel Arbeit ist und man muss die Zeit halt irgendwo
174 hernehmen, [unverständlich] Genau, also nicht unbedingt eine superprofessionelle Geschichte, aber wir
175 versuchen nicht in Vergessenheit zu geraten.

176 **Sophia Hanke: Ward ihr je in Medien oder seid ihr da unterstützt worden durch Medienpräsenz?**

177 „LastenRadKollektiv“: Wir waren mehrmals im „Augustin“, im „Standard“ gab es einen Bericht über uns, dann
178 letztes Jahr war „progress“ da, also es gibt auch mehrere wissenschaftliche Arbeiten, also du bist nicht die Erste,
179 die uns befragt. Also, ja, es gibt, genau... Jetzt gerade, vor Kurzem, haben wir eine größere Erwähnung, einen
180 größeren Artikel in der „Radlobby-Zeitung“ gekriegt, die auch ein Lastenrad für eine Sache von uns ausgeborgt
181 haben. Also wir sind schon präsent bis zu einem gewissen Grad. Wobei, wie gesagt, wir sind nicht...

182 **Sophia: Ihr seid nicht dahinter?**

183 „LastenRadKollektiv“: Wir sind nicht dahinter, nein, bis zu einem gewissen Grad, sagen wir so. Also mir
184 persönlich macht es Spaß, also auch so Interviews und so erzählen und ich mache das auch, aber eben... Es
185 geht sich auch nicht immer aus, andere Leute machen es halt weniger, also wir lavieren da ein bisschen, aber
186 unter anderem halt auch, weil wir das halt nicht so als Dienstleistung nur sehen, also dadurch, dass wir keine
187 Kohle kriegen, haben wir in unserem Selbstverständnis: „Ja, wir machen das und wir wollen das, aber es muss
188 schon ein bisschen, es muss auf Augenhöhe erfolgen“, das heißt, die Leute müssen uns schon auch die Zeit
189 geben können, so. Also, wir können nicht garantieren, wenn heute in der Früh wer ein E-Mail schreibt, so von
190 wegen „Wir hätten gern ein Rad!“ Wir brauchen Vorlaufzeiten, wir müssen das organisieren und so weiter und so

Anhang

191 fort. Also wir haben versucht, das an unsere Lebensrealität anzupassen und das gleiche gilt dann auch für die
192 Werbung, wenn es sich ergibt oder wenn es passt, dann machen wir es und wenn wir nicht können, dann können
193 wir halt nicht.

194 Sophia Hanke: **Prinzipiell ist ja „Sharing“, finde ich, in aller Munde und es ist sexy, es ist ein Boom...seid
195 ihr...ein bisschen habe ich das Gefühl, nicht Teil davon oder nicht wirklich berücksichtigt... Also es gibt
196 viele Artikel in den verschiedensten Zeitungen, wo ihr eigentlich nicht vorkommt.**

197 „LastenRadKollektiv“: Ok. In was für Zeitungen oder wo?

198 Sophia Hanke: **Eh [unverständlich], alles Mögliche. Also „Sharing“ ist ja doch in aller Munde oder so, ich
199 weiß nicht, also es ist mir eigentlich so vorgekommen, dass ihr eher am Rand ein bisschen seid und
200 vielleicht nicht so gepusht werdet?**

201 „LastenRadKollektiv“: Kann ich mir auch vorstellen. Ich glaube, wir haben uns auch... Es ist auch nicht so unser
202 Selbstverständnis. Wir kommen alle doch aus irgendwie einer rebellischeren Ecke und haben auch nicht so... Ich
203 muss auch sagen, es gibt auch intern eine gewisse Kritik, wie man mit Medien umgeht, mit wem man
204 zusammenarbeitet und so weiter und so fort. Es gab zum Beispiel vor Kurzem eine Anfrage von „Servus TV“, also
205 vom „Red-Bull-Fernsehen“, die wollten etwas über Lastenräder machen und sind auf uns zugekommen und dann
206 haben wir gesagt: „Nein, eigentlich, wir haben keine Lust auf ‚Red Bull‘. Wir wollen mit denen auch nicht reden,
207 weil das ist nicht, die haben andere Interessen als wir und die vertreten auch andere Leute und da geht es auch
208 um andere Ziele.“ Also wir haben schon auch so ein bisschen diese Haltung privat, so von wegen... Wir sind oft
209 wo dagegen, das macht es sicher auch nicht so leicht. Und auch dieses „Sharing“, eben, wie gesagt, das hat so
210 viele verschiedene Richtungen. „Carsharing“ zum Beispiel, diese kleinen Autos, finde ich schrecklich, die sind
211 zwar geteilt, aber die machen im Endeffekt mehr Verkehr als... Und in so eine Schublade will ich persönlich nicht
212 geworfen werden, also mit solchen Leuten will ich auch nichts zu tun haben. Und darum glaube ich, ich kenne
213 auch ein paar, die solidarökonomisch oder sozialökonomisch... ist auch belegter, glaube ich, ein politisch
214 belegter Begriff, der in diesem Kontext, in dem wir uns da bewegen, wahrscheinlich opportuner ist, sage ich
215 jetzt einfach einmal so und genau, was jetzt nicht heißt, dass wir uns dagegen wehren, also wir suchen uns die
216 Sachen ein bisschen aus, wo wir [unverständlich]

217 Sophia Hanke: **Warum passiert so etwas jetzt, dass es ein „LastenRadKollektiv“ in Wien gibt und in vielen
218 anderen Städten, warum nicht schon früher? Das hätte man ja schon längst machen können so etwas.**

219 „LastenRadKollektiv“: Ich meine... Ich persönlich glaube, dass das natürlich schon damit zu tun hat, wie sich die
220 Welt entwickelt. In den 70ern, 80ern, in Zeiten einer wachsenden Wirtschaft, in Zeiten des Fordismus und des
221 Keynesianismus, wo quasi so...und auch in Abgrenzung zu einem Realsozialismus, wo es ja zumindest in Worten
222 um Kollektivität ging, war das überhaupt nicht opportun, so Dinge zu tun im Mainstream. An den Seiten der
223 Gesellschaft oder in alternativeren Strukturen ist ja das „Sharing“ oder ist ja Kollektivität überhaupt nichts
224 Fremdes. Also darum... Für mich und für meine eigene politische Sozialisation ist es vollkommen klar, dass man
225 Sachen gemeinsam macht und nicht erst seit 2010, sondern 2010 war nur ein Produkt dessen, was wir bisher
226 gelernt haben, dass wir eben wissen, wie man sich gemeinsam als Kollektiv organisiert, wie man solche
227 Strukturen baut und also das war eben, dass es in den Mainstream so überschwappt hat, glaube ich, einfach mit
228 realen Verhältnissen zu tun. Die Welt verändert sich, die Wirtschaft verändert sich, der Kapitalismus hat auch...
229 Die Grenzen des Kapitalismus sieht man immer besser. Wobei, ich meine, „Sharing“ ist nicht so das Allheilmittel,
230 „Sharing Economy“ kann ja sehr wohl dazu dienen, auch die Profitrate zu steigern und, wenn man halt irgendein
231 Businessmodell überlegt, mit dem man Geld machen kann... also eh...

232 Sophia Hanke: **„Carsharing“?**

233 „LastenRadKollektiv“: Z.B., ja, das fällt mir jetzt nur ad hoc ein. Ich habe mich jetzt auch nicht so... Also das ist
234 halt...genau... Aber ich, wie gesagt, ich glaube, das muss man trennen, also einerseits, eben, so die Verhältnisse,
235 andererseits halt auch aus welcher Ecke man halt kommt...War das irgendwie so verständlich?

236 Sophia Hanke: **Ja. Glaubst du, dass...also vielleicht, ja keine Ahnung, die großen Angebote von „Sharing“
237 und vielleicht die profitorientierten, wie zum Beispiel „Carsharing-Angebote“, die auch ständig in den
238 Medien sind, die man immer überall im Stadtbild sieht, dass die so kleinere Initiativen mehr an den Rand
239 drängen oder das prinzipiell die Bereitschaft zum Teilen zum kollektiven Nutzen steigt, dass es irgendwie
240 mehr ankommt in der Gesellschaft?**

241 „LastenRadKollektiv“: Das ist eine gute Frage. Also ich meine... Dass es einen Verdrängungswettbewerb gibt-
242 glaube ja.

243 **Sophia Hanke: Wie bitte? Noch einmal!**

244 „LastenRadKollektiv“: Dass es einen Verdrängungswettbewerb gibt-glaube ja. Also, ich kann mir schon gut
245 vorstellen, wenn die Stadt Wien da so flächendeckend ein Lastenradverleihsystem aufzieht, das auf
246 Steuergeldern basiert mit dem ganzen Apparat, also mit den ganzen Möglichkeiten, die der Apparat im Rücken
247 hat, das wir da nicht damit konkurrieren wollen, können und dass es dann das „LastenRadKollektiv“ in der Form
248 auch wahrscheinlich nicht mehr geben würde. Ist die Frage, ob die Stadt Wien das will und so weiter und so fort.
249 Also...Und bei „Carsharing“, ist es, glaube ich, noch viel mehr. Also, je kommerzieller eine Sache ist und je mehr
250 Interessen es dahinter gibt, werden sicher kleinere Initiativen verdrängt, glaube ich. Den zweiten Teil der Frage,
251 habe ich jetzt...

252 **Sophia Hanke: Also eh, das war eh die Frage, ob sie eher an den Rand gedrängt werden diese kleinen**
253 **Initiativen, zum Beispiel auch der „Leihladen“ oder „Kostnixläden“ oder ihr... oder, ob einfach die**
254 **Aufmerksamkeit steigt und die Bereitschaft, Sachen zu teilen und gemeinsam zu nutzen.**

255 „LastenRadKollektiv“: Ich glaube, es kommt darauf an, eben, was man teilt und was die Interessen dahinter sind.
256 Also ich glaube nicht, dass „Kostnixläden“ an den Rand gedrängt werden, ganz im Gegenteil, ich glaube, die
257 funktionieren super in Wien und ich glaube, es gibt in Wien auch kaum Akteure, die jetzt so an dem Prinzip des
258 „Kostnixladens“ zum Beispiel...auf das Lust haben, das einzige, wenn die Stadt Wien...hat dann höchstens die
259 Lust darauf, wenn Dinge zu stark aus dem Ruder laufen, oder der Staat Österreich, wer auch immer, dann quasi
260 aufstandsbegrenzend zu wirken und eben irgendwelche sozialen Einrichtungen hinzuschmeißen, wobei diese
261 Einrichtungen trotzdem noch, meiner Meinung nach, noch zu [unverständlich] insofern, als dann halt abgelaufene
262 Lebensmittel nicht verschenkt werden, sondern über den Sozialmarkt billiger verkauft werden. Aber, ich glaube,
263 also so gesehen, glaube ich nicht, dass „Kostnixläden“ oder auch irgendwelche Gratisökonomien verdrängt
264 werden, weil es in einem größeren Kontext schon meistens um Profit geht, um irgendein „Benefit“ zu machen
265 oder halt, um Leute zu beruhigen, um soziale Aufstände oder soziale Unzufriedenheiten zu glätten und dadurch
266 eine Aufstandsgefahr zu verringern. Ja.

267 **Sophia Hanke: Also du würdest sagen, es ist für beides einfach Platz? Es spricht verschiedene Leute an?**
268 **Mir war die Antwort jetzt nicht ganz verständlich.**

269 „LastenRadKollektiv“: Ich glaube, dass dieses „Sharing-Ding“ sehr widersprüchlich ist. Ich glaube, es geht um die
270 Interessen dahinter und sobald Kapitalinteressen dahinter sind, Profitinteressen, gibt es da einen
271 Verdrängungswettbewerb, ja, klar. Da sind die, die da mit mehr Kapital hinein gehen können, die das bessere,
272 das billigere, was weiß ich, Angebot haben, schieben andere weg. Ja. Das heißt, wenn man zum Beispiel
273 Lastenräder kommerzieller vermieten will und dann kommt irgendein größerer Player, dann sind die kleinen
274 irgendwann einmal weg oder, wenn man Lastenräder für Spenden vermieten will und es kommt irgendwer, der,
275 was weiß ich, irgendwelche...der mehr Kohle für Werbung hat, der sich anders verkauft, dann wird das
276 weggeschoben, das glaube ich auf alle Fälle. Aber ich glaube nicht, dass das auf alle Bereiche einer, wie soll ich
277 sagen, einer „Sharing Economy“ oder einer Gesellschaft, die auf Teilen beruht, zutreffend ist, also ich glaube, es
278 gibt eben wenige Interessen irgendwelche „Kostnixläden“ wegzuschieben.

279 **Sophia Hanke: Aber ich habe mehr gemeint... Ok, es gibt jetzt keinen großen Big Player**
280 **„LastenRadKollektiv“ in Wien, ob prinzipiell die Bereitschaft zu teilen in der Gesellschaft nicht nur jetzt**
281 **vielleicht... Ich würde euch jetzt unterstellen, ihr habt eher eine linkere Szene vielleicht oder eher eine,**
282 **halt nicht die Masse vielleicht, die ihr anspricht, sagen wir so, ob einfach prinzipiell die Bereitschaft zu**
283 **teilen steigt und ob auch so etwas wie „car2go“ und „Airbnb“ und diese ganzen profitorientierten Big**
284 **Player, die in den Medien sind auch, euch helfen, weil einfach Aufmerksamkeit prinzipiell steigt und**
285 **irgendwie ihr mehr ins Bewusstsein kommt, so... „Was gibt es alles?“, so in die Richtung?**

286 „LastenRadKollektiv“: Ich sehe das ehrlich gesagt nicht so positiv, „Airbnb“ ist ja, oder auch dieses „BlaBlaCar“,
287 wo man dann Leute mitnimmt, das sind eigentlich... Das ist die kapitalistische Verwertung von Ideen, weil da gibt
288 es immer Vorläufer dazu, die irgendwie nicht über diesen Zugang, über diese Einwegzone Geld, funktionieren,
289 sondern wo Leute wen beim Autostoppen mitnehmen oder wo Leute wen übernachten lassen, dies und das und
290 da sehe ich persönlich eher so den Versuch der Verwertung dessen, was noch da ist, möglichst gewinnbringend,
291 als irgendein emanzipatorisches Potential, im Sinne von: „Wir versuchen einfach gescheiter mit Ressourcen
292 umzugehen.“ Also ein klares Nein, hilft uns nicht. Und ich würde mich auch nicht mit „Airbnb“ zum Beispiel ins
293 Bett legen.

294 **Sophia Hanke: *Nein, so habe ich das eh nicht gemeint.***

295 „LastenRadKollektiv“: *Nein eh... Mittlerweile verstehe ich schon ein bisschen was von diesem Bogen, darum sage*
296 *ich immer wieder, man muss ziemlich genau schauen.*

297 **Sophia Hanke: *Du meinst es schadet euch vielleicht auch, dass andere dieses Teilen und das***
298 ***gemeinschaftliche Nutzen als Marketingstrategie verwenden und einfach nach außen hin anders***
299 ***kommunizieren und eigentlich nur profitgeil sind, schadet euch, die ihr wirklich anders denkt und euch***
300 ***nicht nur so verkauft?***

301 „LastenRadKollektiv“: *Schaden, glaube ich, auch nicht.*

302 **Sophia Hanke: *Auch nicht, ok.***

303 „LastenRadKollektiv“: *Nein, also das ist halt lustig. Wir machen einfach so Sachen, die wir irgendwie gelernt*
304 *haben oder, die wir eh immer so gemacht haben und dann werden die auf einmal modern, weil das Potential*
305 *auch gesehen wird und ich meine, hat ja auch...das wirtschaftlich zu nutzen, ist ja auch sehr sehr kreativ und*
306 *schafft halt irgendwie so neue, wie soll ich sagen, Vermarktungsmöglichkeiten, für mehr Profit, mehr*
307 *Möglichkeiten Profit zu generieren, also so gesehen... Ich habe so das Gefühl, es rennt so an uns vorbei.*

308 **Sophia Hanke: *Also, dass es jetzt modern ist, hilft euch nicht und schadet euch nicht...***

309 „LastenRadKollektiv“: *Nein.*

310 **Sophia Hanke: *...sondern es tangiert euch nicht wirklich?***

311 „LastenRadKollektiv“: *Ich glaube schon. Ja, genau. Ich hab mich damit nicht so auseinandergesetzt. Ich finde das*
312 *auch ganz interessant, diese ganze Sache, aber nein, eigentlich, ich weiß auch viel nicht, also ich meine... „Share*
313 *Economy“ ... Aber ich bin dann auch persönlich so heikel bei Begrifflichkeiten und das sind auch so Sachen, wo*
314 *dann Begrifflichkeiten verwendet werden, die halt irgendwie so belegt sind, das ich mich da nicht einordnen*
315 *würde. Genau.*

316 **Sophia Hanke: *Gibt es aktuell eine größere Bereitschaft zu teilen?***

317 „LastenRadKollektiv“: *Ich glaube nicht, nein. Ich glaube, also meine persönliche Meinung dazu ist, dass in diesem*
318 *Westen oder in diesem Umfeld, in dem wir leben, Dinge sich verändern und Ressourcen weniger werden und ich*
319 *meine, einen gewissen Lebensstandard oder Wohlstand so „easy cheesy“ wie es bei meiner Elterngeneration*
320 *war, nicht mehr halten kann, ja, und dann überlegen sich Leute neue Strategien. Und eine Strategie ist vielleicht,*
321 *Dinge anders zu nutzen, weil man es sich so nicht mehr leisten kann, so gesehen, ist es... impliziert natürlich*
322 *schon eine Bereitschaft zu teilen, aber ich glaube nicht... Ich habe so das Gefühl... Also sagen wir so, zu diesem*
323 *altruistischen Ding, also so die Leute sind alle besser und wollen mehr teilen? Nein, glaube ich überhaupt nicht.*
324 *Ich meine, es gibt Leute, die mehr konkurrieren und andere weniger. Aber eben, um gewisse Dinge nach wie vor,*
325 *die man gewohnt...oder glaubt, so muss das Leben funktionieren, weiter verfügen zu können, glaube ich schon,*
326 *dass da Strategien gewählt werden, die halt auch eben auf Teilen hinauslaufen, also mehr ein erzwungenes*
327 *Teilen vielleicht, das sehe ich schon öfter, aber so ein gewolltes Teilen, da glaube ich, da hat sich nichts*
328 *geändert.*

329 **Sophia Hanke: *Also ist Besitz immer noch gleich wichtig?***

330 „LastenRadKollektiv“: *Ja, ich glaube, es ist gleich wichtig. Ich glaube schon. Also das ist meine persönliche*
331 *Meinung.*

332 **Sophia Hanke: *Du glaubst auch, dass es gleich wichtig ist, ein Auto zu besitzen und es nicht wichtiger ist,***
333 ***dass ich einfach Zugang habe?***

334 „LastenRadKollektiv“: *Ich glaube schon, ja. Wenn man es sich aussuchen kann, ob man sich ein Auto teilt oder*
335 *ein Auto kauft, entscheiden sich die meisten Leute dafür, das Auto zu kaufen, wenn man es sich leisten kann.*

336 **Sophia Hanke: *Also eher die ökonomischen Gründe, die...***

337 „LastenRadKollektiv“: *Ja.*

338 **Sophia Hanke: ...die einen dazu zwingen, dass man dann teilt?**

339 „LastenRadKollektiv“: Ja, wäre so meine Analyse.

340 **Sophia Hanke: Ok.**

341 „LastenRadKollektiv“: *Ich meine, natürlich im Mainstream. Es gibt immer unterschiedliche Leute, es gibt immer
342 Leute, die auch aus idealistischen, aus Überzeugungsgründen sagen, sie wollen teilen, das schon, aber ich
343 glaube nicht, dass sich das Verhältnis irgendwie verschoben hat.*

344 **Sophia Hanke: Also Besitz ist immer noch Statussymbol?**

345 „LastenRadKollektiv“: Ja.

346 **Sophia Hanke: Und man definiert sich über Besitz?**

347 „LastenRadKollektiv“: Ja, glaube ich, schon.

348 **Sophia Hanke: Inwiefern ist es vielleicht auch ein Lifestyle zu teilen und nicht zu besitzen?**

349 „LastenRadKollektiv“: *Nein, ich bin da echt pessimistisch. Ich habe das Gefühl, nein, ich habe das Gefühl, dass
350 viele Leute gezwungen sind, Dinge zu teilen.*

351 **Sophia Hanke: Aus wirtschaftlichen Gründen.**

352 „LastenRadKollektiv“: Genau.

353 **Sophia Hanke: Glaubst du, dass auch vielleicht die Wirtschaftskrise eine Ursache ist, dass es gerade
354 vielen Leuten schlechter geht, oder?**

355 „LastenRadKollektiv“: *Ich glaube, dass das kapitalistische Wirtschaftssystem auf die Dauer nicht funktionieren
356 kann und dass das halt auch dazu beiträgt, dass sich Dinge verändern und dass wir gerade in einer Phase sind,
357 wo es diesen Umbau gibt. Also der Kapitalismus, der hat bei uns eine Zeit lang für relativ viele, also eine Zeit
358 lang, eh eine kurze Zeit lang für viele funktioniert mit dieser neoliberalen Wende ist...haben sich Dinge
359 einfach...verschieben sich Dinge einfach fundamental und dadurch brechen dann halt auch gewisse Sicherheiten
360 weg, gewisse Möglichkeiten weg und das ist dann die Ursache, dass Leute darauf kommen: „Ok, wenn ich
361 Zugang haben kann zu einem Auto, dann...“ Nur wenn das [unverständlich] oder auch bei Wohnbau, ich meine,
362 es ist...wenn ich irgendwie wohnen kann...dann...auch wenn geteilt... Ich kann mir keine 100m²-Wohnung einfach
363 so kaufen, weil ich so einen gesicherten Job habe, selbst mit einem akademischen Abschluss, weil ich so gut
364 verdiene und das über Jahrzehnte, dass ich das dann auch abarbeiten kann, sondern, wann ich irgendwie eine
365 große Wohnung will oder in einem Haus wohnen will, dann muss ich einfach mit anderen Leuten [unverständlich]*

366 **Sophia Hanke: Geteilt ist ja prinzipiell schon immer worden. Gibt es einen Unterschied zu heute?**

367 „LastenRadKollektiv“: Ich glaube nicht, nein.

368 **Sophia Hanke: Ist es vielleicht einfacher mit Fremden zu teilen als früher durch zum Beispiel Internet?**

369 „LastenRadKollektiv“: *Ja, ist eine gute Frage. Ich würde auch sagen, nein. Meine These dahinter wäre, dass die
370 Leute die teilaffin sind, auch früher geteilt hätten, also die früher gastfreundlich waren oder irgendwelche Leute
371 aufgenommen haben, die auf der Reise waren oder sonst wo, die würden es heute auch machen. Also...und es
372 haben sich die technischen Mittel verändert, vielleicht ist es ein bisschen breiter geworden, das mag schon sein,
373 aber so eine große Wende zum Positiven sehe ich eigentlich nicht, also zum Positiven...*

374 **Sophia Hanke: Veränderungen einfach...**

375 „LastenRadKollektiv“: *Sehe ich nicht so, muss ich... Also, wie gesagt, eben, es gibt schon diesen Anteil der
376 Leute, die teilen, also beziehungsweise... Wahrscheinlich teilen viele Leute irgendwelche Dinge in einem
377 gewissen Rahmen. Aber halt, wenn ich mich so umschaue, und auch meine eigenen Erfahrungen... Die Leute,
378 die etwas gemeinsam machen aus...nicht, weil sie es früher anders gemacht hätten und jetzt ist die Kohle aus,
379 sondern, weil sie denken: „Ok, das ist gescheit, Dinge gemeinsam zu machen!“, habe ich das Gefühl, sind nicht
380 mehr geworden, das ist so konstant, so erlebe ich es halt.*

381 **Sophia Hanke: Welche Rolle spielt bei euch das Internet? Würdet ihr ohne Internet funktionieren?**

382 „LastenRadKollektiv“: Nein, glaube ich nicht. Wir sind sehr internetabhängig, also wir haben eine Homepage, die
383 uns quasi, die die ganze Information preisgibt, die man braucht, um zu wissen, was man von uns will und auch
384 die ganzen Kontakte laufen in erster Linie über das Internet und in zweiter Linie über das Telefon. Das heißt, ich
385 meine natürlich, wir sind sehr abhängig vom Internet, sonst müssten wir irgendwo ein Lager anmieten und das
386 wäre schon mit finanziellen Ressourcen gebunden und das würde die [unverständlich] für alle erhöhen, sowohl
387 für uns als auch für andere Leute, also genau, wir haben das Ding gebaut, weil es das Internet gab und eben
388 diese Möglichkeit zu...

389 **Sophia Hanke: Also das ist dann aber schon eine Veränderung zu früher, oder?**

390 „LastenRadKollektiv“: Ja [lachend] Ich meine, wobei ich sagen will, ohne Internet hätten wir es wahrscheinlich
391 anders gebaut. Also es ist eine Vereinfachung, das auf alle Fälle, aber ich glaube, es hätte...aber gut, das ist jetzt
392 auch Spekulation, die kann man auch wegschieben, ja, also es hat sich etwas verändert.

393 **Sophia Hanke: Ich möchte noch einmal kurz zurückgehen zum Politischen, zu Stadtpolitik: Hast du das
394 Gefühl, dass es da irgendwie die Bereitschaft gibt, alternative Formen oder alternative Konzepte zu
395 unterstützen, vielleicht auch, dass, weiß nicht, eh zum Beispiel „die Grünen“ das irgendwie...da mehr
396 machen, seit sie zum Beispiel in der Regierung sind?**

397 „LastenRadKollektiv“: Ich würde das mit einem klaren „Jein“ beantworten.

398 **Sophia Hanke: Ein „Jein“?**

399 „LastenRadKollektiv“: Ein „Jein“, ja. Die Politik der „SP“ in Wien ist, ja, meiner Meinung nach, sehr paternalistisch.
400 Sie versucht, Dinge zu vereinnahmen und Sachen unter ihre Kontrolle zu bringen, zumindest sobald sie groß
401 werden, also... Und bei der Verkehrspolitik, also bei der Fahrradpolitik ist die „SP“ da eine Mauer, also die... Da
402 geht nichts, die sind Betonierer und Autofahrer. „Die Grünen“ unterliegen einer ähnlichen Logik, die sind halt auch
403 einer Machtpolitik verhaftet. Sie wollen auch nicht, dass da zu viele Sachen jetzt so... Sie wollen da auch ihre
404 Finger ein bisschen drinnen haben, wobei natürlich „die Grünen“ schon unterstützender wirken, wobei „die
405 Grünen“ auch wieder unterschiedlich sind. Es gab eine Zeit lang, die „GRJ“ in Wien, die „Grüne und alternative
406 Jugend“, die waren auch da sehr abgekoppelt von den „Grünen“ und die haben auch sehr viel Geld in diverse
407 Projekte geschoben und sind deswegen auch abgedreht worden, meiner Meinung nach, von der Mutterpartei
408 und...genau. Und also es gibt, ja, es gibt... Ich meine, man kann ja nicht sagen, es hat sich nichts verändert, es
409 gibt Schrittlchen, es gibt so...aber ich habe auch das Gefühl, es gibt Druck von außen, also, dass „die Grünen“
410 eben in die Regierung kamen und dann das Rad-Thema mit den „Grünen“ so groß war, war, glaube ich, schon
411 auch unter anderem darauf zurückzuführen, dass so viele Leute in der Stadt sind, die unabhängig von
412 irgendwelchen Parteien da mitgemacht haben, dass es eine relativ quirlige „Radlobby“ gibt, dass es
413 irgendwie...dass die „Critical Mass“ auf einmal so groß geworden ist und dass halt auch das Autofahren immer
414 mehr schon auch problematisiert wird international. Also ich glaube, da gibt es sehr viele so drückende Faktoren
415 von außen mit einer gewissen...gewiss gepaart mit einer internen Überzeugung bei den „Grünen“, dass das zu
416 machen ist, aber die ist auch enden wollend, meiner Meinung nach. Also, ich glaube, es gibt...also bei der „SP“
417 habe ich das Gefühl, zähneknirschend, gerade wenn es um Wohnen geht, um Leerstand geht, ist die „SP“ da
418 eigentlich, wie soll ich sagen, Meilen von irgendwelchen Sachen, die wo anders gehen, entfernt. Da wird eher
419 geschaut, dass das bewahrt wird und, wenn einmal der Druck zu groß wird, na dann, dann kriegt irgendeine
420 Gruppe einmal ein Haus oder dann versucht man irgendeine Leerstellungsagentur zu installieren, die halt dann
421 irgendwelchen Künstlern dann auch wieder Ateliers vermietet und die halt ein bisschen weniger kosten. Also ich
422 sehe da sehr wenig Willen. Ich habe eher das Gefühl, mit viel Druck geht ein bisschen was. Aber sonst wird alles
423 sehr österreichisch bleiben in dem Sinne: Lieber nicht zu viel ändern.

424 **Sophia Hanke: Ok. Ist „Sharing“ eine zukunftsweisende Sache? Also du sagst ja: „„Sharing“ gibt es schon
425 immer, es hat sich wenig geändert.“. Wird es größer werden?**

426 „LastenRadKollektiv“: Also gemäß meiner Linie, muss ich jetzt sagen, nein, weil ich da sehr pessimistisch bin.

427 **Sophia Hanke: Ja. Aber du sagst gleichzeitig: „Der Kapitalismus ist am Ende, es muss sich etwas
428 verändern.“.**

429 „LastenRadKollektiv“: „Am Ende.“, sage ich nicht, das würde ich mich nicht trauen. Ich sage, er hat sich
430 verändert. Ja, Ressourcen werden weniger, es gibt schon gewisse Krisen, die auch mehr werden und es ist ein

Anhang

431 bisschen unklar, wo das hingeht, so. Ich persönlich finde ja schon, dass Teilen eine gescheite Sache ist, sonst
432 würde ich das ja auch nicht machen. Aber eben so... das wem zu erklären und dann da auch irgendwie
433 Zustimmung zu ernten oder sogar Nachahmung zu ernten, da habe ich das Gefühl...da habe ich keine guten
434 Erfahrungen gemacht, ja. Daher rührt auch so ein bisschen mein Pessimismus.

435 **Sophia Hanke: Aber gleichzeitig werdet ihr ja nachgeahmt und es gibt schon viele verschiedene**
436 **Kollektive, die das so machen wie ihr. Das wäre ja schon eine positive Entwicklung, oder?**

437 „LastenRadKollektiv“: Ja eh, also die Entwicklung ist definitiv positiv, ja. Das stimmt, ja. Ich weiß, das sind die
438 Widersprüche, trotzdem habe ich das Gefühl...Sagen wir es einmal anders, die Entwicklung läuft vor allem in
439 Deutschland und in Deutschland ist auch der Pool oder ist auch die Geschichte von Dingen, von irgendwelchen
440 Kollektiven, von irgendwelchen Sachen, die man gemeinsam macht, ganz anders als in Österreich, so gesehen
441 boomt es auch nicht in Deutschland, sondern in Deutschland war das einfach, sage ich jetzt einmal, eine
442 „nachholende Entwicklung“, unter Anführungszeichen, von einer Idee, die halt nicht dort erdacht worden ist,
443 sondern wo anders, aber dann halt dort irgendwie auf fruchtbaren Boden gefallen ist aufgrund der Vorlaufzeit. In
444 Österreich sehe ich das eben nach wie vor anders. Österreich, das ist typisch, es tut sich ein bisschen etwas dort,
445 ein bisschen was da, aber es tut sich eben nicht mehr als vor 20 oder 30 Jahren, meiner Meinung nach, also so
446 würde ich diesen...halt Widerspruch erklären.

Interview 7

- Interviewte Person: Ruth Juric-Reithofer, Mitarbeiterin bei „carsharing24/7“
- Ort des Interviews: via „Skype“
- Datum: 3.3.16
- Dauer: 28 Minuten
- Sonstige Anmerkungen: Die Interviewte bekam, auf ihren Wunsch hin, die Leitfragen vorab geschickt.

1 **Sophia Hanke: Wie ordnet sich einfach „carsharing24/7“ in „Sharing Economy“ ein, weil ja „Sharing**
2 **Economy“ irgendwie so ein Schlagwort ist...**

3 Ruth Juric-Reithofer: Ja.

4 **Sophia Hanke: ...wo ganz ganz viele verschiedene Konzepte und Praktiken irgendwie zusammengefasst**
5 **werden.**

6 Ruth Juric-Reithofer: Ja, also wir sind... Also 2011 hat die Arbeit an der Plattform begonnen, 2012 sind wir
7 gestartet, da war der Begriff „Share Economy“ eigentlich unbekannt. Wir, also mit „Share Economy“... Also es hat
8 schon viele Trends jetzt gegeben, also, ob es jetzt dieser Kleidertausch ist, „Airbnb“, Mitfahrgelegenheit oder
9 „Carsharing“, gibt es ziemlich breit gefächerte Sachen und es wird halt immer kommerzieller. Ja, also wir... Wie
10 wir gestartet haben... Also uns ist es wirklich, also in erster Linie darum gegangen, dass die Autos, die
11 offensichtlich so viel ungenutzt herumstehen, dass die sinnvoll genutzt werden und es eine Win-Win-Situation
12 gibt, die Autobesitzer, die ein bisschen ein Geld damit verdienen und die Autolose...trotzdem mobil sein zu
13 können. Also von der... Also wenn man sagt, szenemäßig in Österreich, ich meine, ich habe mich vorher natürlich
14 auch nicht damit beschäftigt, waren wir, glaube ich schon, eine vom Anfang, ziemlich vom Anfang weg.

15 **Sophia Hanke: Ok. Vielleicht eh gleich zu den Motiven, zu den Zielen?**

16 Ruth Juric-Reithofer: Ja.

17 **Sophia Hanke: Sie haben gesagt, halt Geld zu verdienen, mobil zu sein ungenutzte Autos irgendwie zu**
18 **nutzen. Gibt es da auch noch andere Motive?**

19 Ruth Juric-Reithofer: Naja, also entstanden ist es... Also der Robert Reithofer, das ist der Geschäftsführer, der ist
20 von Graz nach Wien gezogen mit seinem Auto und war dann schon ziemlich „angezipft“ von der
21 Parkplatzsituation und hat dann halt überlegt, eben sein Auto zu verkaufen und sein Freund wollte gleichzeitig
22 sein Auto verkaufen und dann hat er gesagt: „Du, wie wäre es, wenn wir dein Auto behalten und es probieren,
23 einfach zusammen zu fahren?“ Und dann war da ein Dritter dabei...sind zusammengesessen...und hat gemeint:
24 „Das ist eine gute Idee, probieren wir es zu dritt.“ Und so ist eigentlich das erste „Carsharing-Team“ entstanden,
25 „Google-Kalender“ und am „Excel“ halt herum geschustert, aber es hat einfach... Es hat wirklich sehr gut

26 funktioniert und es war von den Kosten wirklich interessant. Weil in Wien ist halt ein gutes öffentliches
27 Verkehrsnetz und du brauchst wirklich immer nur hin und wieder ein Auto, vielleicht einmal für einen
28 Wochenendausflug oder du hast einen geschäftlichen Termin außerhalb von der Stadt und sie haben sich das so
29 gut ausgedeutet und natürlich sind auch...haben die Leute dann auch zu fragen angefangen: „Du, du und du fährst
30 mit dem Auto?“, und dann haben sie halt erzählt und eigentlich haben... Das Feedback war: „Das ist eigentlich
31 eine gute Idee!“ Und so hat halt die Arbeit angefangen, weil sie sich gedacht haben, es könnte auch für andere
32 Menschen interessant werden, das Konzept. Ja und so ist die Plattform... Also sie hätte eigentlich nicht so groß
33 mit so vielen „Tools“ werden sollen, aber dann hat man eben gedacht: „Ja, irgendwie wäre es schon interessant,
34 wie tut man einen fairen Preis berechnen, so ein Reservierungskalender wäre cool...“, und so ist halt immer mehr
35 und immer mehr dazu. So ist die Plattform entstanden.

36 **Sophia Hanke: Weil Sie sagen, begonnen mit der Parkplatzsituation... Ist es eher ein Konzept für**
37 **Großstädte?**

38 Ruth Juric-Reithofer: Ja, es ist, es ist eigentlich...gut funktionieren, und das sehen wir bei unseren Zahlen, tut es
39 halt in den Städten. Also man braucht halt das öffentliche Verkehrssystem, um eben zum Auto zu kommen und
40 am Land ist das halt das Problem. Da täten es, da täte es viele Fahrzeuge geben, weil da halt...also die meisten
41 Familien zwei, drei Autos haben, aber wie kommst du hin zu dem Auto?

42 **Sophia Hanke: Ja.**

43 Ruth Juric-Reithofer: Das ist das Problem.

44 **Sophia Hanke: Und zu den Zahlen: Wie haben sich die Nutzerzahlen entwickelt?**

45 Ruth Juric-Reithofer: Naja, also aktuell sind wir bei Nutzer bei...also über 12 000 und Autos sind es jetzt 665. Und
46 am Anfang, im ersten Jahr, weiß nicht, waren es, glaube ich, einmal 50 Autos, das war halt etwas ganz Neues
47 und wir haben erst Vertrauen aufbauen müssen. Die Versicherung haben wir nicht gleich gehabt, das war
48 natürlich auch, was die Leute abgehalten hat und weil es keine Erfahrungswerte gegeben hat, das hat die
49 meisten Leute davon abgehalten. Aber das sind halt so... Das schaukelt sich dann so auf: Viele Zufriedene, viel
50 Mund-Propaganda und das ist dann halt immer, also exponentiell gestiegen, die Autos und auch die, die es halt
51 nutzen.

52 **Sophia Hanke: Super. Und welche Einflussfaktoren gab es in der Entwicklung?**

53 Ruth Juric-Reithofer: Naja, also einer der größten Meilensteine war, die Versicherung zu bekommen. Also, das
54 war für uns eine der schwersten Arbeiten, weil keine Versicherung das machen wollte. Es ist nicht sehr lukrativ für
55 die Versicherung mit den geringen Prämien und der Arbeitsaufwand für die Versicherung doch nicht so gering mit
56 diesen tageweisen Buchungen. Ist halt ein Unterschied, ob du halt über das ganze Jahr KFZ-Versicherung hast.
57 Und da, also das, weil es halt auch noch nicht gegeben hat, die Versicherung sich das nicht vorstellen hat
58 können, dass es angenommen wird. Das war eigentlich der größte Brocken an Arbeit.

59 **Sophia Hanke: Gibt es noch andere irgendwie Rückkopplungen? Zum Beispiel seid ihr irgendwie**
60 **unterstützt worden von der Stadt Wien oder...**

61 Ruth Juric-Reithofer: Nein, also wir haben es bis heute nicht geschafft, eine einzige Förderung an Land zu
62 ziehen. Also sie, die Wiener, also sie unterstützen zum Beispiel Gewerbliche, „car2go“ und... Also wir sind von
63 Pontius zu Pilatus gelaufen in Wien und Graz und haben keinen einzigen Cent bekommen, nichts. Also es
64 werden halt wieder immer nur die Großen unterstützt. Ja. Das ist leider so. Jetzt haben wir es aufgegeben, weil
65 es sowieso nichts mehr bringt. Ja.

66 **Sophia Hanke: Die Plattform ist ja gratis...**

67 Ruth Juric-Reithofer: Ja.

68 **Sophia Hanke: Wie finanziert ihr euch?**

69 Ruth Juric-Reithofer: Naja, also wir haben auch eine Firma, die heißt „Ibiola Mobility Solutions GmbH“ und da
70 machen wir „Carsharing-Lösungen“ für Gemeinden, für Firmen, Wohnanlagen und mit diesem Geld, also das wir
71 dort halt verdienen, erhalten wir die Plattform. Ja, es ist halt doch schon sehr kostenintensiv. Also wir schicken die
72 Bordtasche, also da ist halt ein Fahrtenbuch drinnen, die Tasche, ein Haufen Unterlagen und, wenn es Probleme

73 gibt, dann haben wir aus unserer Kassa retourniert. Zum Beispiel so Versicherungsstornierungen. Wir arbeiten
74 jetzt gerade am „Relaunch“, der wird jetzt hoffentlich mit März/April fertig und dort wird es dann auch... Also wir
75 wissen noch nicht genau, wie wir es machen, aber es wird einen kleinen Beitrag geben, einfach, dass wir die
76 Plattform erhalten können. Also wir werden nie damit reich werden, das war auch nicht unser Ziel. Wir werden...
77 Wir wollen halt wenigstens, dass zum Beispiel die Serverkosten gedeckt sind einfach, weil man darf ja nicht
78 rechnen, weil wenn du jetzt Personalkosten mit einrechnet, dann... Eigentlich kostet die Plattform ziemlich viel
79 Geld und wir wollen wenigstens ein bisschen die Kosten decken. Das ist unser Plan, aber der ist noch nicht
80 ausgegoren, aber irgendwann muss man irgendetwas einnehmen. Ja.

81 Sophia Hanke: Ok, aber kostendeckend und nicht profitorientiert?

82 Ruth Juric-Reithofer: Ja, das ist unmöglich, weil sonst müsstest du so eine hohe Gebühr einnehmen, dass es
83 wieder uninteressant wird, dass private Autos genutzt werden und das ist ja nicht das, was wir wollen.

**84 Sophia Hanke: Wie entwickelte sich die mediale Aufmerksamkeit und haben die Medien irgendwie den
85 Erfolg auch gepusht?**

86 Ruth Juric-Reithofer: Also zuerst war es ziemlich schleppend. Also vor allem, wenn man geringe Mitgliedszahlen
87 hat, dann also, ist es sowieso nicht so interessant. Und dann haben wir angefangen an zahlreichen Bewerbungen
88 teilzunehmen und haben ziemlich viele gewonnen, also so „Umweltpreis der Stadt Wien“, „Umweltpreis von Linz“,
89 „e-award“ und ein Haufen Nominierungen für den „Klimaschutzpreis“ und so und das haben wir dann halt über
90 „Facebook“ und unsere Website halt immer... also dokumentiert halt... und dann ist das mediale Interesse auch
91 größer geworden, dann sind wir oft kontaktiert worden von Zeitungen und 2013, da war die „CEBIT“, war Thema
92 eben „Share Economy“ und dann ist es, dann ist es ziemlich...dann ist viel darüber geschrieben worden und dann
93 sind auch wir immer wieder kontaktiert worden, wenn es darum gegangen ist, über „Share Economy“ in
94 Österreich zu berichten.

**95 Sophia Hanke: Ok. Grundsätzlich zu „Sharing Economy“: Wie hat sich das allgemein entwickelt im
96 Bereich „Fahrzeug-Sharing“? Also Sie haben gesagt: „Eher die Großen werden unterstützt von der Stadt
97 Wien.“, was können Sie da vielleicht noch ergänzen?**

98 Ruth Juric-Reithofer: Naja, es ist... Also man muss schon... Also, wir meinen halt, es gibt halt schon einen
99 Unterschied, ob es jetzt „Carsharing“ oder Autovermietung ist. Also zum Beispiel, wenn man mit Grazern... Also
100 wir haben eben auch einen Standort in Graz und da bin ich halt auch in einen Haufen Workshops und so und die
101 Grazer finden halt, „car2go“ ist kannibalisches „Carsharing“, weil sie meinen, und ich bin eigentlich auch der
102 Meinung, also Wien hat ja schon eine nervenzerfetzende Parkplatzsituation und dann stellt man noch 700 Autos
103 hinein und die werden, die nur im Geschäftsfeld Wien halt bewegt werden und nur für kurze Strecken, also nur für
104 wirklich kurze Strecken, für eigentlich Strecken, die auch mit der U-Bahn zurückzulegen sind. Ja, und in dem Fall
105 ist es leider so eigentlich, dass wieder das Auto den öffentlichen Verkehr ersetzt und das ist halt eigentlich genau
106 der falsche Weg. Also eigentlich... Wir sagen halt: Erstens öffentlicher Verkehr, wo der an die Grenzen stößt,
107 dann halt ein Auto. Und es haben sich halt... Es heften sich halt viele dann die grüne Flagge drauf mit
108 „Carsharing“, was halt eigentlich, wenn man es dann genauer anschaut, eben eigentlich das Gegenteil ist.

**109 Sophia Hanke: Also inwiefern, würden Sie sagen, ist „Sharing“ oder „Sharing Economy“ oder
110 „Carsharing“ einfach eine Marketingstrategie oder eine Marke?**

111 Ruth Juric-Reithofer: Ja. Für manche, also für... Es ist sicher teilweise eine Marketingstrategie, auf alle Fälle. Also
112 von... Also wenn es so, wie eben von Daimler betrieben wird, die dann halt wieder ihre eigenen Autos eigentlich
113 einsetzen... Ich meine, zum Beispiel in Wien, ich meine,... In Wien ist halt das Problem, dass die Ladeinfrastruktur
114 wirklich sehr schlecht ist. Wenn du zum Beispiel das jetzt alles mit e-Autos zurücklegen tätest, ja, was halt
115 beworben wird mit „car2go“, dann täte das auch schon wieder anders ausschauen die Umweltbilanz, da kann
116 man dann ruhig sagen: „Das ist schon ok!“. Aber... Wir sagen halt, also bei uns, wo halt die gebrauchten Autos
117 verwendet werden... Es ist halt...also unser Ziel ist eigentlich... Also es gibt wirklich so viele Fahrzeuge, ich
118 meine, überall in Österreich genauso, man müsste kaum neue produzieren und gerade die KFZ-Produktion ist
119 eine der größten CO2-Emittenten überhaupt. Und so... Wir sind halt... Unsere Autos sind sowieso schon da, die
120 werden nicht angeschafft eben für „Carsharing“ und die werden halt einfach besser genutzt. Ja, das ist halt...
121 Also wenn man das auch noch einrechnet in die CO2-Bilanz, dann ist halt privates „Carsharing“ gegenüber
122 gewerblichem...macht halt schon einen großen Unterschied vom ökologischen Aspekt.

**123 Sophia Hanke: Was ich so heraushöre, neben dem ökonomischen Vorteil sein Auto zu teilen und Mobilität
124 zu erreichen, ist halt auch der Umweltgedanke zentral für euch?**

125 Ruth Juric-Reithofer: Ja.

126 Sophia Hanke: **Stimmt das?**

127 Ruth Juric-Reithofer: Ja, auf alle Fälle.

128 Sophia Hanke: **Wie würden Sie sagen, veränderte sich das Auto, die Bedeutung von Autos, ist es noch
129 ein Statussymbol?**

130 Ruth Juric-Reithofer: Ja, also, das ist ja oft...ist ein großes Thema bei vielen Vorträgen und so. Und, also die Zahl
131 also der 18- bis 26-jährigen, die heute noch sofort ein Auto kaufen, leasen oder die wirklich starke Autofahrer
132 sind, die geht extrem zurück und was halt auch durch den öffentlichen Verkehr eben der Grund ist. Aber die 18-
133 26Jährigen, die den Führerschein sofort machen, das ist heute auch nicht mehr so der Fall. Also wenn du jetzt
134 zurückgehst 20 Jahre, da war es, da warst du 18 und bist sofort in die Fahrschule gerannt und hast den
135 Führerschein gemacht und wolltest halt ein Auto besitzen und heute ist der Trend eher immer das neueste
136 Smartphone zum Beispiel zu besitzen, weil ein Auto brauche ich nicht. Entweder borge ich es mir aus oder fahre
137 halt mit dem öffentlichen Verkehr. Also da gibt es einen ziemlich starken Trend und wenn man das halt jetzt..
138 Wenn man halt weiterdenkt, dann heißt es, dass 2050 70% der Weltbevölkerung, also... oder der Bevölkerung in
139 den Städten leben. Also der Trend, der dahin geht, dass halt... Die Landflucht wird immer größer und die Städte
140 werden immer voller und dann ist es, dann also... Da brauche ich nicht Zukunftsforscher zu sein, um zu wissen,
141 das wird nicht mehr funktionieren, dass jeder sein Auto vor der Haustüre stehen hat. Weil ungefähr 2025 wird es
142 so sein, als würde ganz Linz nach Wien ziehen, da kannst du dir vorstellen...

143 [Unterbrechung seitens der Interviewten]

144 Sophia Hanke: **Ja, wir waren gerade bei der Bedeutung des Autobesitzes, wenn ich mich recht erinnere.**

145 Ruth Juric-Reithofer: Ja genau. Ja, also, das wollte ich noch nachschauen, das habe ich jetzt vergessen. Du
146 könntest nachschauen bei „Statistik Austria“, da gibt es die Neuzulassungen. Also mir kommt vor, also, dass sie
147 zurückgegangen sind, also die PKW-Zulassungen. Da könntest du nachschauen wegen Zahlen.

148 Sophia Hanke: **Und das Auto als Statussymbol ist nicht mehr so wichtig oder, hast du gesagt?**

149 Ruth Juric-Reithofer: Naja, also ich war da bei so einem Vortrag, der hat geheißen... Also, der Typ heißt
150 Professor Knie, das ist ein Sozialforscher aus Deutschland und der hat halt, also der hat halt gesagt, dass es
151 viele Studien gibt und dass es eben heißt, dass das Auto an Statussymbol verliert und jetzt ist es halt mehr eben,
152 ja zum Beispiel Smartphone oder alle Neuerungen, die es halt rund um Computer oder die „GoPro“ oder... Es
153 sind halt immer neue Sachen, aber das Auto rückt mehr und mehr in den Hintergrund.

154 Sophia Hanke: **Belastet der Autobesitz?**

155 Ruth Juric-Reithofer: Ja, also finanziell ist es eine große Belastung, ja. Und das wird oft unterschätzt, weil fragt
156 du jemanden, was das Auto kostet, denkt man an die Benzinkosten. Und die Benzinkosten sind so mini im
157 Vergleich zu allem anderen. Ja also, wenn man jetzt die Versicherung, den Wertverlust, Reparaturen, Parkpickerl,
158 Maut, Vignetten und so... Also das sind sehr hohe Kosten. Also ausgerechnet zahlt sich ein „Carsharing“ aus,
159 wenn man weniger als 12000 km im Jahr fährt...steigt man finanziell besser aus mit „Carsharing“, von den
160 Kosten, rein von den Kosten.

161 Sophia Hanke: **12000 ist einiges eigentlich.**

162 Ruth Juric-Reithofer: Ja.

163 Sophia Hanke: **Ja.**

164 Ruth Juric-Reithofer: Also das ist, das ist eine Zahl vom „VCÖ“, also „Verkehrsclub Österreich“.

165 Sophia Hanke: **Ja. Und, also „Sharing“ gibt es eigentlich schon immer. Würden Sie sagen, dass die
166 Bereitschaft zum Teilen in der Gesellschaft steigt, jetzt in letzter Zeit?**

167 Ruth Juric-Reithofer: Ja, ich bin mir unsicher. Also ich glaube, die Steigerung ist vor allem durch das Internet
168 gekommen, ja, dass sich die Leute so einfach austauschen können und dass es einfach Plattformen gibt. Also,
169 ich glaube, also von der Organisation jetzt, ist es ein Klacks, du machst eine Plattform oder du machst irgendeine

Anhang

170 „Whatsapp“-Gruppe oder was immer. Es ist jetzt sehr viel einfacher. Das ist das eine. Ob sie mehr teilen wollen?
171 Ich glaube, das hängt auch mit den steigenden Lebenskosten zusammen, vom Finanziellen her, das man halt
172 doch gebrauchtes Gewand nimmt oder nicht mehr jedes Werkzeug kauft, sondern das ausborgt. Aber ich glaube,
173 also ich meine, ich kann es nicht... Ich habe keine Zahlen oder so, ich kann das nicht belegen. Aber ich glaube,
174 vor allem durch das Internet ist es...wird es mehr.

175 **Sophia Hanke: Und der finanzielle Aspekt: Würden Sie sagen, dass die Wirtschaftskrise eventuell eine**
176 **Rolle spielt, dass dann, ja, nach 2008, besonders viele „Sharing-Initiativen“ und Konzepte gegründet**
177 **wurden?**

178 Ruth Juric-Reithofer: Dazu kann ich leider nichts Handfestes sagen, also, ob es jetzt an dem liegt. Also ich glaube
179 halt, das ist halt, das reißt halt auch so mit der...das kommt halt, dass man... Also „Airbnb“ war, glaube ich, eh
180 eines der ersten, dann „Sharing Economy“, dann gibt es halt, weiß nicht, die Kleidertauschbörsen oder
181 Repaircafés und dann sieht man einfach, dass man das auf viele verschiedene Gebiete umwälzen kann. Oder
182 „usertwise“, das ist eine Plattform, da kann man einfach alles... Vom Werkzeug bis zum Smoking, findet man dort
183 alles oder... Und jetzt gibt es in Wien auch eine Plattform, die heißt „Wienshares“, glaube ich, da geht es auch
184 darum, dass man halt die Nachbarn wieder mehr kennenlernt und sich halt lokal besser austauscht, so diese
185 Grätzel-Bildungen, also Trends gibt es viele. Ja.

186 **Sophia Hanke: Aber die Bereitschaft zum Teilen steigt nicht prinzipiell sondern, das sind mehr die hohen**
187 **Lebenserhaltungskosten, die es nötig machen, irgendwie zusätzlich Geld zu verdienen oder halt billiger**
188 **zu konsumieren?**

189 Ruth Juric-Reithofer: Ja. Also, ich...Und vielleicht auch so der Umweltaspekt, ist, glaube ich, schon für viele
190 Leute... Warum neue Sachen anschaffen? Das ist... Also der Umweltaspekt ist, glaube ich, auch groß.

191 **Sophia Hanke: Das heißt, Sie würden schon sagen, es gibt quasi ein gesteigertes Umweltbewusstsein**
192 **einfach?**

193 Ruth Juric-Reithofer: Ja, das empfinde ich schon so. Ja.

194 **Sophia Hanke: Und welche Rolle spielt die Politik. Unterstützen die solche Entwicklungen?**

195 Ruth Juric-Reithofer: Also, ich glaube, die Politik null, null Rolle, meiner Meinung nach. Also wir wollten, wie wir
196 alle abgeklappert haben wegen Förderungen...wir wollten nie irgendwie eine Parteizugehörigkeit, aber
197 unterbewusst haben wir irgendwie schon gehofft, dass wir eher von den „Grünen“ eine Unterstützung kriegen,
198 aber für die ist das eigentlich auch uninteressant. Also sie haben sich öfter mal mit Zeitungsausschnitten so in
199 das gemachte Nest hineingesetzt. Also zum Beispiel da in Graz, in Maria Trost, das ist ein Bezirk, da haben
200 Leute das privat initiiert und dann halt auch...also mit uns zusammen, dass das gebracht wird, in so einem
201 Lokalzeitungsblatt und letztendlich war das dann alles in Grün und sie unterstützen so eine super Idee
202 „Carsharing“... Das war... Das ist so eine große Wohnanlage dort, also eine große Siedlung, ja, das war ein Foto
203 und nichts weiter, also es ist... Nein, also politisch gesehen gibt es, meiner Meinung nach, also ich weiß nicht,
204 wie es bei den anderen Plattformen ist, aber andere...gibt es null Unterstützung. Also es ist egal, wir sind zum
205 Beispiel „Klimaaktiv-Partner“ und kein einzige... nichts davon...also keine Unterstützung, also keine mediale,
206 keine finanzielle, nichts. Also, nein. Deswegen: Politik null.

207 **Sophia Hanke: Und welcher Bedeutung kommt „Carsharing“ oder einfach „Fahrzeug-Sharing“, welche**
208 **Bedeutung kommt das in Wien zu?**

209 Ruth Juric-Reithofer: Schwer zu sagen, Also bei uns. Es ist in Österreich ein bisschen blöd. Wir haben überhaupt
210 kein... Also in Berlin gibt es den „Bundesverband für Carsharing“, ja, die kommen immer mit Zahlen und
211 Statistiken. In Österreich gibt es diesbezüglich nichts. Also ich nehme die Zahlen aus Deutschland und dividiere
212 sie durch zehn und dann habe ich ungefähr einen Blick, wie es in Österreich aussieht. Also Zahlen, ob jetzt
213 mehr Leute in Wien ihr Auto verkaufen, wegen „Carsharing“, kann ich Ihnen nicht liefern. Weiß ich nicht. Keine
214 Ahnung. Wenn man auf „car2go“ geht...die Seiten werben halt mit großen Mitgliedszahlen. Ja, aber, weiß ich
215 nicht. Also, wenn man jetzt alle „Carsharing-Fahrzeuge“ von ganz Österreich nimmt und die privat zugelassenen,
216 da sind „Carsharing-Autos“ im halben Promillebereich wahrscheinlich. Also nicht wirklich ein großer Anteil von
217 allen Fahrzeugen.

218 **Sophia Hanke: Aber denken Sie, dass es irgendwie schon massentauglich wird oder zukunftsfähig ist?**

Anhang

219 Ruth Juric-Reithofer: Ja, ich denke schon. Aber es ist halt auch, also mit der Technologie, die dahinter steckt zum
220 Beispiel: Du reservierst, du musst dich anmelden auf einer Plattform, vielleicht sogar reservieren, dann mit so
221 einer „NFC-Karte“ umgehen, das schließt halt schon wieder die älteren Menschen aus, für die ist das sicher nicht
222 interessant. Ja, aber so, denke ich wohl, also für Jüngere und Mitttelalte, sagen wir einmal, ist das auf alle Fälle
223 massentauglich, ja, so wie es jetzt funktioniert.

224 **Sophia Hanke: Ok. Wie wichtig ist auch das, vielleicht das Soziale, das Vertrauen? Das funktioniert ja so,**
225 **man bewertet sich ja bei „Carsharing“, ist es...was spielt das für eine Rolle?**

226 Ruth Juric-Reithofer: Naja, Also wir haben das eingeführt, um schwarze Schafe herauszufinden. Wenn zum
227 Beispiel jemand, das Auto nicht zum richtigen Zeitpunkt zurückbringt oder verschmutzt zurückbringt, dann soll
228 das halt dokumentiert werden, damit das halt alle sehen und dann überlegen: „Naja, die hat keine guten
229 Erfahrungen mit dem Mieter gemacht, dem gebe ich es besser nicht, da habe ich keine gutes Gefühl.“, und
230 umgekehrt auch, wenn jemand sagt: „Das Auto, das war nicht im wirklich guten Zustand.“, dann ist es auf der
231 anderen Seite für die Mieter auch, dass sie sehen, den nehme ich halt nicht. Also, ich meine, wenn man die
232 Bewertungen durchsieht, dann würde ich jetzt einmal sagen, also es sind sicher 98% gute Bewertungen, ja. Aber
233 es gibt natürlich auch bei uns schwarze Schafe, ja...die dann irgendwas nicht zahlen oder eine Parkstrafe nicht
234 zahlen, ich meine, letztendlich muss das eh gezahlt werden, aber es gibt natürlich auch leider bei uns schwarze
235 Schafe und, also, wenn etwas ist, dann sperren wir die, die können die Plattform dann nicht verwenden, also das
236 war jetzt in den drei, vier Jahren...waren das vielleicht drei, vier Personen.

237 **Sophia Hanke: Ok. Und ich habe auch gesehen auf der Homepage, dass ihr auch Mitfahrgelegenheiten**
238 **organisiert. Welche Rolle spielt das? Wie sehr wird das genutzt?**

239 Ruth Juric-Reithofer: Also die Gemeinschaftsfahrten haben wir gemacht...das ist halt eine Idee, um halt
240 Pendlerverkehr zu entlasten. Da kann ich schwer Feedback geben, weil... Also zum Beispiel Überlassungen kann
241 ich sehen anhand der Versicherungsbuchungen, kann ich da Zahlen evaluieren, aber so bei Mitfahrgelegenheit,
242 da wird keine Versicherung abgeschlossen. Der, der mitfährt, gibt dem, der fährt, halt ein bisschen ein Geld. Also
243 Zahlen kann ich da nicht liefern. Und es gibt, ja, weiß nicht, zum Beispiel die „mitfahrgelegenheit.at“, die sind richtig
244 groß und dann gibt es halt auch wieder... Da sind halt auch welche dabei, die fahren halt fünf Mal am Tag Wien-
245 Graz, da denkst du dir dann, das ist nicht der richtige Weg, das ist halt auch wieder, ja, so wie „Uber“ und manche
246 Sachen, wo die Leute auch zurecht sagen: „Das ist nicht Sinn der Sache, das ist nicht ok, wie das gehandhabt
247 wird.“ Aber, also bei uns...also es sind einige Fahrten, die halt immer gleich sind und die... Es wird schon
248 angenommen, ja.

Interview 8

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Interviewte Person: Mirjam de Klepper, Gründerin von „Vienna Shares“• Ort des Interviews: Co-Space, Gumpendorferstraße 65, 1060 Wien• Datum: 21.4.16• Dauer: 50 Minuten• Sonstige Anmerkungen: Das Interview fand draußen auf der Terrasse statt. Da es sehr windig war, sind teilweise Wörter auf der Aufnahme nicht verständlich, was mit [unverständlich] gekennzeichnet wurde. |
|--|

1 **Sophia Hanke: Mich würde eigentlich gleich einmal interessieren, was ihr genau macht, was „Vienna**
2 **Shares“ genau ist und warum es gegründet worden ist und wann.**

3 Mirjam de Klepper: Also die Geschichte ist eigentlich ziemlich lustig. Also wir waren eine Gruppe von Studenten
4 in Wien, in einem internationalen Globalgeschichteprogramm, „global studies“ heißt das, und wir waren da mit
5 einer Gruppe von Leuten, die ganz viel auf der Welt schon gesehen haben und viel herum gereist sind und dann
6 bestimmte Sachen ein bisschen vermisst haben. Und wir haben uns gedacht: „Hey, wieso gibt es diese Sachen
7 eigentlich nicht?“ Es ging damals um Tauschinitiativen, Nachbarschaftsinitiativen, wir haben viel mitgemacht bei
8 Gemeinsam-Kochen in der Gegend und so Initiativen. Und ich bin ja selber aus den Niederlanden und da gab es
9 Projekte und ich habe mir gedacht: „Wieso gibt es das eigentlich nicht hier?“ Und dann haben wir uns in der
10 Gruppe zusammengesetzt, einfach mit Freunden und haben uns dann für den „KLIP7-Preis“, das ist der
11 „Klimaschutzpreis“ im siebten Bezirk... haben wir gesagt: „Ok, versuchen wir es einmal!“ Und eigentlich hat da ein
12 anderes Projekt [unverständlich], haben dann aber den Sympathiepreis gehabt und haben 150 € gehabt. Und das
13 ist zwar natürlich nicht so megaviel Geld, aber für uns war das megaviel Geld und wir haben gedacht: „Ok, wir
14 wollen das nicht einfach versaufen, sondern etwas damit machen.“ Und das ist dann in die Vereinsgasse
15 gegangen, wir haben dann einen Verein gegründet, „Vienna Shares“, und das Projekt hat sich dann mittlerweile
16 eh schon umgewandelt. Und dann hat sich das umgewandelt und dann haben wir einfach einmal angefangen und

Anhang

17 es sind auch ganz viele Leute wieder abgesprungen und wir wussten jetzt selber eigentlich nicht so genau, was
18 wir machen wollten. Wir haben nur gedacht: „Ok, wir wollen irgendwie die Leute wieder zusammenbringen.“ Und
19 damals, es war 2014, also damals, also vor zwei Jahren, war halt dieses „Share-Economy-Thema“ ganz groß und
20 es hat geboomt und alle waren positiv und wir waren auch noch positiv und dann haben wir gedacht: „Ok, damit
21 sollen wir etwas machen und wir sollen irgendwie die Lebensmittelverschwendung und der Verschwendung
22 generell...versuchen, dagegen, ja, dagegen zu kämpfen und gleichzeitig die Nachbarschaft und halt die Leute in
23 so einer großen Stadt wie Wien, da es doch irgendwie ziemlich anonym wirkt...da wollen wir halt etwas dagegen
24 machen.“ Als wir dann angefangen haben, „Ok, was können wir machen?“, haben wir entdeckt, es gibt eigentlich
25 schon ganz viele Leute, die sich mit dem Thema beschäftigen. Viele haben zufällig dann gleich mit uns gegründet
26 ungefähr oder waren gerade im Startup-Prozess und dann haben wir die Leute alle einmal angesprochen und
27 gesagt: „Ok, was können wir jetzt zusammen machen oder was könnte unsere Rolle sein?“, und wir haben dann
28 entschieden, dass wir so der „ambassador“ sein sollen, also wir sollen irgendwie diese Message von „Sharing
29 Community“ hinaustragen, ohne dass wir unbedingt dasselbe machen, aber halt es einmal anzusprechen und all
30 diese unterschiedlichen Pläne zusammenzubringen, die einmal zusammen auf einen Tisch zu kriegen. Und, also
31 mittlerweile, machen wir halt so, vor allem so Öffentlichkeitsarbeit. Also wir schreiben halt viel, wir sind mehr oder
32 weniger oft repräsentiert. Wenn etwas gemacht wird über „Sharing“, versuchen wir, dabei zu sein und werden
33 auch oft gefragt. Und so versuchen wir dieses Thema weiter zu vermitteln und sind mittlerweile auch die kritische
34 Stimme: „Hey, „Share Economy“ ist a) „Airbnb“ und „Uber“, „Airbnb“ und „Uber“ sind auch nicht unbedingt die
35 besten Repräsentanten von „Sharing“ und es gibt noch viel mehr! Schau einmal, was alles in Wien schon
36 passiert!“. Also, wir arbeiten ziemlich viel zusammen mit „Leila“, mit „FragNebenan“ und versuchen auch so die
37 anderen Initiativen mit einzubeziehen, die jetzt kommerziell sind, so wie „usetwice“, oder auch überhaupt nicht, so
38 wie „Leila“, und einfach immer wieder zusammenzusitzen. Das Ding ist halt, wir sind ganz eine internationale
39 Gruppe. Viele sind wieder gegangen, ich bin geblieben und wie es jetzt genau weitergeht, wissen wir nicht, weil
40 wir sind... Also, ich bin praktisch alleine, also, der Georg ist auch dabei, der auch den „CO-Space“ hier betreibt,
41 der macht so Kontakte-Sachen und so „facilitating“ für so Meetings wie jetzt, aber was wir jetzt genau
42 weitermachen, wissen wir noch nicht genau. Also wir haben jetzt von der „lokalen Agenda“ ein Budget gekriegt,
43 um eine neue „no money zone“ zu bauen, was eigentlich unser erster... Das war unser erstes Projekt und auch
44 unsere ersten Kontakte sind so ein bisschen... Also, die Geschichte ist so ein bisschen... Wir machen halt... Mit
45 der „no money zone“ stellen wir halt irgendwo auf der Straße, meistens zusammen mit irgendeinem Festival oder
46 wo irgendwie etwas passiert, auf und das ist einfach eine Zone, wo man halt kein Geld ausgeben kann, wo wir
47 innerhalb von dieser Zone versuchen, all diese Vereine, diese Organisationen zu vertreten und gleichzeitig
48 generell so aufmerksam zu machen, was man eigentlich machen kann ohne Geld und, ob man eigentlich Geld
49 braucht und wie weit man Sachen selber machen kann und wie schwierig es ist. Viele Leute haben das Gefühl,
50 dass es ganz schwierig ist und dass man mehr und mehr für alles zahlen muss, was natürlich...ja, auch so bei
51 „Airbnb“ und so ist und „BlaBlaCar“, dass diese Dienste, die früher gratis waren, dass das jetzt alles unter dem
52 Namen von „Sharing“ eigentlich nur eine neue Dienstleistung...ja; gezahlte Dienstleistung gemacht wird. Und wir
53 versuchen halt mal so einen Dialog und Gedanken darüber aufzuwecken quasi. Aber, da wir halt jetzt nur ganz
54 wenig Leute sind, die unbezahlt das machen und auch überhaupt kein Budget haben außer diese 250€, geht es
55 halt sehr langsam. Also wir haben immer wieder so kleine Lobbyversuche, arbeiten zusammen mit einer von der
56 „WU Wien“, die da ihr eigenes Projekt aufzieht und dann PhD...worüber du jetzt dein Diplom schreibst, sie
57 schreibt mittlerweile ein PhD darüber und sie hat ganz viele Kontakte und so versuchen wir das immer wieder
58 [unverständlich] Aber all diese Organisationen, außer „FragNebenan“, sind von Freiwilligen betrieben. Also das ist
59 immer...je nachdem wer Zeit hat und wer gerade einen Zuschuss gekriegt hat oder so. Also es sind viele
60 Studenten oder Leute wie ich, die gerade fertig sind mit dem Studieren und jetzt versuchen weiterzukommen und
61 dann ist es natürlich schwierig, so viel Freiwilligenarbeit zu machen eigentlich...oder ehrenamtlich. So, das ist
62 jetzt eher so meine persönliche Krise, was wir machen können. Aber prinzipiell ist es so: Wir sind noch in der
63 Gründung, wir haben noch keine klaren Aufgaben, wir haben niemanden, der uns sagt, was wir machen müssen,
64 also ich entscheide, was wir machen und je nachdem, wer sich gerade gemeldet hat, dass er mal etwas machen
65 will, schauen wir, was wir machen können, was möglich ist.

66 **Sophia Hanke: Ok, das heißt, dein oder euer Ziel ist vor allem, Bewusstsein zu schaffen und in einen**
67 **Dialog zu treten und einfach das irgendwie populärer zu machen?**

68 Mirjam de Klepper: Ja. Oder generell Bewusstsein zu kriegen, dass „Sharing“ nicht nur „Airbnb“ und „Uber“ heißt
69 und diese Idee von „Sharing“ und Gemeinschaftssinn trägt zum sozialen Zusammenhalt von einer Stadt. Also
70 wir versuchen jetzt, dieses Jahr hat das angefangen, sowohl mit „policy makers“ in Kontakt zu treten und mit so
71 normalen Leuten, die nicht direkt Macht haben und wir versuchen jetzt, so irgendwie unseren Fokus zu finden mit
72 der kleinen Gruppe, die wir haben, ob wir jetzt eher Richtung „policy“ und so gehen sollen und schauen ok, wie
73 können wir jetzt wirklich einmal eine Förderung bekommen, damit wir sagen: „Ok, wir denken jetzt darüber nach,
74 was wir machen können und wie wir den sozialen Zusammenhalt in der Stadt und wie wir die Ressourcen, die
75 eine Stadt von öffentlichen Räumlichkeiten...aber auch generell so Sachen und Talente, was man immer wieder
76 hört, so Talente-Tauschkreise und so, wie wir das irgendwie verstärken können, diese Initiativen, die es eh schon
77 immer so ein bisschen gibt, die dann wieder so ein bisschen weg ebb...wie wir das wirklich zu einem starken
78 Teil von der Stadt machen können.“ Das ist eigentlich unser Ziel, herausfinden, ob wir das wollen, ob wir das
79 können und mit wem.

Anhang

80 **Sophia Hanke:** *Und du hast vorher einmal gesagt, euer Projekt hat sich mittlerweile, also vom Anfangsziel*
81 *her, irgendwie umgewandelt. In den letzten zwei Jahren hat sich da irgendwie etwas auch von den*
82 *Motiven her verändert vielleicht?*

83 Mirjam de Klepper: *Schwierig zu sagen. Also das allererste Projekt war irgendwie ein*
84 *„Nachbarschaftsrestlkochen“, was wir machen wollten, das hat eh nie stattgefunden. Also das erste, was wir*
85 *tatsächlich gemacht haben, war eben diese „no money zone“. Dass wir mit einer Gruppe von Leuten gesagt*
86 *haben: „Ok, wer kann was und mag das jetzt in dieser Marktszene teilen?“ Und wir haben Kekse gebacken und*
87 *sie verteilt und gesagt: „Hey, du kriegst etwas geschenkt und wie fühlst du dich dabei? Magst du darüber reden*
88 *und magst du wissen, was wir wollen und was wir machen?“ So hat es halt angefangen, also Gedichte für kaputte*
89 *Shirts irgendwie ausgetauscht haben und also diese Basisarbeit ist, glaube ich, nötig, dass halt diese „no money*
90 *zone“, wo wir jetzt wirklich eine Landschaft haben...*

[Unterbrechung seitens der Interviewten]

91 Mirjam de Klepper: *Wo war ich?*

92 **Sophia Hanke:** *Diese „no money zone“ wird weiterhin wichtig bleiben.*

93 Mirjam de Klepper: *Genau, weil wir jetzt diese Funds gekriegt haben, also Geld, von „lokale Agenda“ in der*
94 *„Grätzeloase“. Das ist so ein Projekt, wo sie halt Geld spenden, damit man bauen kann. Und wir haben gesagt:*
95 *„Ok, bauen wir einmal eine echte Landschaft.“ Davor haben wir die ganzen Tische von „Global 2000“ ausgeborgt*
96 *und da gefragt und da gefragt und es irgendwie so zusammen gestellt und jetzt haben wir unsere ersten eigenen*
97 *Holzmöbel, die man auseinander bauen kann und damit werden wir nächste Saison noch so eine Runde „no*
98 *money zones“ machen, weil wir sind auf dem „Südwind-Straßenfest“ dabei und wir haben jetzt noch so ein paar*
99 *andere Parteien... irgendwie nachfragen oder wieder beantragen, ob sie uns wieder haben wollen und dann*
100 *machen wir das noch einmal weiter und das ist wirklich viel Arbeit. Also eigentlich haben wir so drei Schienen, wir*
101 *haben immer gesagt, wir haben drei Schienen: Eine ist die „no money zone“, also der direkte Kontakt mit Leuten,*
102 *einfach mal schauen, ob dieses Thema überhaupt lebt und wenn nicht, ob wir versuchen können, das wieder zu*
103 *beleben. Das zweite waren halt die „community meetings“, die Leute, die schon damit beschäftigt sind, die*
104 *zusammen zu setzen und zu schauen, was gerade Schwierigkeiten sind, was wir eigentlich wollen und ob wir uns*
105 *gegenseitig unterstützen können. Da gibt es... - eigentlich geht es ziemlich gut mit unseren Zielen - morgen treffen*
106 *wir uns, haben ein Gemeinschaftssessen bei „Leila“. Der „Leihladen“, „FragNebenan“ ist dabei und ein paar*
107 *internationale Vertreter von „ouishare“, die „Carshare“ ist dabei und noch so ein paar andere Leute und da setzen*
108 *wir uns zusammen und schauen: Was wollen wir und wie können wir dieses Jahr zusammen arbeiten? Ja, und*
109 *die dritte Ebene, das haben wir bis jetzt einmal gemacht, das heißt „share tank“... hat das damals geheißen, das*
110 *war... Das sollte eine Veranstaltungsreihe werden, die bis jetzt einmal stattgefunden hat, wo wir halt über*
111 *unterschiedliche Themen sprechen, wir Leute, die sich auskennen, einladen in einen Dialog zu gehen und*
112 *irgendeine kreative Arbeit, eine Art von Minikonferenz oder Workshop, wo wir halt über die Themen sprechen und*
113 *schauen: Ok, was können wir machen? Was passiert gerade? Aber da waren Leute wie du, so Studenten,*
114 *Interessierte aber nicht wirklich direkt, nicht die Leute, die...[unverständlich]...Leute, die auch mitmachen wollen,*
115 *aber noch nicht den Schritt gemacht haben oder was ganz Interessantes zu sagen haben, aber wir kommen*
116 *einfach nicht daran. Und so versuchen wir halt das aufzuziehen. Und dieses Jahr hat das angefangen, so die*
117 *ersten Schritte Richtung Lobbying, also: Wie können wir jetzt Wien auch zur „Sharing City“ machen? Es gibt*
118 *nämlich unterschiedliche Städte, die sich selber jetzt als „Sharing City“ bezeichnen, die das auf ganz*
119 *unterschiedliche Weisen machen. Es gibt ein ganz gutes Buch, das heißt auch „Sharing Cities“, das wäre für dich*
120 *wahrscheinlich auch interessant, das ist eine akademische Publikation und in dem Buch werden so fünf*
121 *unterschiedliche Städte besprochen, die man als „Sharing City“ bezeichnen kann oder die sich selber „Sharing*
122 *City“ genannt haben. Und es geht so in die Richtung: Alle Städte sind auf einmal „Smart City“, „Smart City Wien“*
123 *auch; und „Sharing City“ ist halt so ein „Counterforce“ quasi. Ok, smart passt, aber wie können wir die Stadt auch*
124 *wirklich teilen? Damit alle von allem einen Vorteil haben und dass wir wirklich gemeinsam in einer Stadt wohnen*
125 *und nicht immer weiter auseinandertreiben. Ich weiß nicht, ob du Saskia Sassen kennst, die Autorin, die schreibt*
126 *halt, ich weiß nicht, wie weit du über Städte schreibst, aber wenn du über Wien schreibst, ist Saskia Sassen,*
127 *glaube ich, auch ganz interessant. Sie ist auch immer wieder da, kenne ich persönlich auch; und sie schreibt*
128 *darüber, wie es sich entwickelt und dass Städte wichtiger werden als nationale... „national entities“. Und sie*
129 *beschreibt auch die Tendenzen, wie es in der Stadt eben unterschiedliche Gruppen gibt, die mittlerweile immer*
130 *weiter auseinandertreiben und wie wir dann versuchen, im „Sharing“ halt nicht nur so ein Ding zu machen von*
131 *wegen „Hey, gehen wir doch alle mit dem Billigflug um die Welt und gehen dann „Airbnb“ machen und so und*
132 *„Übern“ dann irgendwie herum.“ Wir versuchen... Wir wollen irgendwie so zeigen, dass „Sharing“ mehr ist und*
133 *dass es wichtig ist, dass alle Gruppen mit einbezogen werden, aber wie wir da genau herangehen sollen, das*
134 *weiß noch niemand, weil es gibt noch nicht so viele Beispiele, also es gibt... In Seoul passiert viel, in Amsterdam*
135 *passiert viel und wir möchten jetzt eigentlich versuchen, das ist so die vierte Schiene, die sich jetzt entwickelt, zu*
136 *schauen: Ok, gibt es einen Wiener Weg für so etwas? Und jetzt bin ich auch ganz gespannt, was morgen heraus*
137 *kommt, wie zum Beispiel bei „FragNebenan“...was für Leute, da alle teilnehmen und wer genau Mitglied ist bei*
138 *„Leila“ und welche Leute wir nicht erreichen oder welche Leute ihre eigenen Projekte haben, aber mit uns nichts*
139 *zu tun haben wollen. Das gibt es nämlich auch. Vor allem...es gibt ja einen riesigen Generationsunterschied*
140 *zwischen den alten Hippies quasi, die Tauschkreise und so haben. Und dann die Linksanarchisten, die gar nichts*
141 *mit „Sharing Economy“ zu tun haben wollen, weil die ein total anderes Weltbild haben oder eine andere*

Anhang

142 Herangehensweise und das ist noch immer eine „Challenge“, zu entdecken, wen gibt es eigentlich und kann man
143 sie verbinden und welche Ideologien und Motive stecken dahinter und das macht es halt bei „Vienna Shares“
144 nicht so einfach, etwas zu machen, vor allem, da wir echt wenig Leute sind... Also ich bin dabei, ein voll guter
145 Freund von mir, der schreibt, also ein guter Freund...mein Freund, der schreibt viele Artikel für uns, die
146 „Carshare“ macht ganz viel Lobbyingarbeit und bezieht uns immer da mit ein, die Nina war gerade auf Weltreise,
147 ist gerade wieder zurück gekommen und ja, es gibt immer so Leute, die dann vielleicht ein Projekt machen und
148 dann wieder abspringen. Wir haben eine Designerin, die immer wieder mal so Sachen für uns macht, weil sie es
149 einfach toll findet, aber so die konkrete... Um wirklich konkret voranzukommen und wirklich hinzusetzen und zu
150 sagen: „Ok, das machen wir jetzt, da muss man so und so herangehen“, da brauchen wir eigentlich einfach
151 Gelder, damit wir uns das erlauben, uns einmal hinzusetzen und wirklich tiefgründig Arbeit zu machen. Wir waren
152 letztes Jahr ganz viel in der Zeitung und in den Medien, also ab und zu so in kleinen Medien und so, was alles
153 ganz cool war, aber jetzt habe ich realisiert, das ist viel Blabla, aber eigentlich machen wir nicht so viel und
154 können wir auch nicht so viel machen, weil es einfach eine Megaarbeit ist, wenn man das gescheit machen will
155 und es gibt ein paar Städte, die echt Cooles machen aber es braucht einfach Kapazität.

156 Sophia Hanke: Ja. Und, gab es irgendwie Förderungen von öffentlicher Seite?

157 Mirjam de Klepper: Wir haben da am Anfang, also wir sind noch am Anfang, die letzten zwei Jahre... Also als
158 erstes haben wir überhaupt nicht darüber nachgedacht, dass es so etwas gibt. Wir hatten ja keine Ahnung, wie
159 wir das anfangen sollen und jetzt langsam merken wir schon: „Ok, da gibt es vielleicht etwas.“, aber bis man
160 einmal wirklich durch all diese unendliche Schicht von Hierarchie und so...und bei der richtigen Person ist, die da
161 angeblich einfach so auf einer Schatztruhe sitzt und einfach seinen Freunden Geld gibt, bis man einmal da ist,
162 das dauert natürlich. Es gibt ja nicht so viele klare Wege, wie man zu Förderungen kommt, wenn man nicht
163 irgendwie ein cooles Startup ist mit den Businessplänen, was man halt ganz genau skalieren kann und viel Geld
164 investiert, kann man das irgendwie einfach nicht und wollen wir auch nicht werden. Auch wenn wir „Sharing“
165 sagen, heißt das nicht, dass wir eine App sind.

**166 Sophia Hanke: Ja, ok. So ganz grundsätzlich für Wien, jetzt nicht unbedingt „Vienna Shares“: Was
167 würdest du sagen, welche Bedeutung hat „Sharing“ oder „Sharing Economy“ für Wien?**

168 Mirjam de Klepper: Wenn man [unverständlich] „Sharing“ ist ganz eindeutig auch Gemeindebauten. Die Stadt
169 selber sieht das als ein ganz gutes Beispiel für geteilten Raum, also vor allem die Beispiele natürlich, also ganz
170 viele „facilities“ teilen, halt die Saunas und Schwimmbäder und Grünanlagen und weiß nicht was alles teilt. Ich
171 glaube, das ist ein ganz spezifischer Wiener Fall. Ich glaube, das kann man schon erwähnen, dass es stimmt,
172 dass Wien da als Stadt im Vergleich zu manch anderen Städten, wo alles irgendwie nur noch privatisiert ist, da
173 echt gute Sachen macht. Generell finde ich persönlich, dass Wien ziemlich viel macht für öffentlichen Raum, wo
174 keine Konsumpflicht ist, wo man einfach sein darf, was man auch nicht mehr immer überall sieht. Vieles in
175 anderen Großstädten ist direkt irgendwie nur auf Konsum basiert, es gibt keinen Platz, so wirklich wortwörtlich
176 einen Platz um eine Kirche, wo man einfach sein darf und wo Bänke stehen, die man benutzen darf, ohne dass
177 man gleich ein Cola kauft oder so. Also ich finde Wien in dem Sinne eigentlich schon eine ganz angenehme
178 Stadt.

**179 Sophia Hanke: Und so diese „Sharing-Konzepte“ und die „Sharing-Initiativen“, die es halt gibt, du hast ja
180 auch schon ein paar erwähnt, würdest du sagen, dass es mehr ein Nischenphänomen ist oder schon
181 wirklich Potential hat, dass es eine Form des Konsumierens oder Wirtschaftens ist?**

182 Mirjam de Klepper: Es kommt darauf an, was man unter „Sharing“ versteht, ja. Ich kann... Also, wenn man sagt,
183 „Sharing“ geht um Zusammenleben, um zusammen Knowhow, „Knowledge“ und auch Sachen teilen, dann
184 glaube ich, dass „FragNebenan“, diese Website, da, dass es ganz viel Gutes schon macht einfach in der
185 Nachbarschaft, erreicht allerdings nur eine bestimmte Sozialschicht. Wenn man das zum Beispiel vergleicht mit
186 einer Plattform „peerby“, das ist eine Ausleihplattform, wo kein Geld verwendet wird, wo man sich einfach Sachen
187 ausborgen kann, die haben einen unglaublichen Algorithmus programmiert, wo man direkt dann, innerhalb von 50
188 Metern rund um die Leute, angeschrieben wird: „Hey, deine Nachbarin sucht das und das, hast du das vielleicht?“
189 Und die haben ganz schnell, also das haben sie mir selber erzählt, sie sind sehr schnell gewachsen und haben
190 dann ganz schnell...[unverständlich], Sie waren zuerst natürlich unter Studenten und so den Leuten,
191 Mittelklasseschicht, sage ich einmal, „higher educated-Leute“, aber diese „Message“ hat sich verbreitet und es
192 haben sich ganz schnell Leute gemeldet aus der ganzen Gesellschaft, die mitgemacht haben, solange sie halt
193 Internet hatten und halt dieses System überhaupt verstehen und auch mitmachen können... Jetzt habe ich die
194 Frage wieder ein bisschen aus dem Auge verloren...

**195 Sophia Hanke: Ich habe gefragt, ob diese „Sharing-Initiativen“ oder auch „Sharing-Economy-Konzepte“
196 in Wien mehr ein Nischenphänomen sind oder halt auch wirklich eine neue Form von Konsumieren, also,
197 ob es wirklich auch mehr Potential hat?**

198 Mirjam de Klepper: Ich denke, dass es absolut das Potential hat, die Frage ist, wie wird man dem Form geben.
199 Also in der Stadt sprechen sie hauptsächlich von „Airbnb“ und „Uber“ und wie wir das irgendwie mit dem
200 Tourismus und der Taxibranche vereinen können. Das sind so die Hauptthemen, womit sich die Stadt beschäftigt
201 und was die Hauptsorge ist und woran alle denken, wenn es um „Sharing“ geht. Ich glaube, dass „Sharing“ viel

202 mehr sein kann, dass es gute Plattformen gibt, die gute Ansätze geben und dass es absolut generalisiert werden
203 kann und soll, aber, dass von der Stadt aus, das sichtbar gemacht werden muss und dass sie auch mehr Geld
204 ausgeben sollen, um das wieder zustande zu bringen, dass dieses „Sharing“ eben nicht nur die
205 Dienstleistungsschiene ist, aber auch wirklich ein Zusammenleben in einer Stadt sein kann, wo man nicht
206 unbedingt anonym über irgendeine App mitfahren kann, aber wo man sich wirklich einmal wieder traut, die
207 Nachbarn zu fragen: „Hey, kannst du mir vielleicht helfen mit irgendetwas?“, „FragNebenan“ sagt selber, sie
208 wollten am liebsten, dass sie irgendwann nicht mehr notwendig sind, dass die Leute einfach anklopfen und nicht
209 über eine App fragen: „Hey welche Nachbarn...“ Es kann ja sein, dass dein direkter Anrainer dir antwortet, aber
210 ihr habt euch auf der Straße oder im Treppenhaus noch nie getraut, einander anzusprechen. Das ist natürlich
211 totaler Blödsinn, weil ja... Also Wien hat sicher viel Potential und ich glaube, es ist nicht unbedingt eine Nische.
212 Ich glaube, es ist notwendig, dass das ausgearbeitet wird. Und das ist der einzige Weg voranzugehen, wenn die
213 Stadt so weiter wächst, das kann ja nicht sein, dass alle nur für sich leben und immer wieder die gleichen Fragen
214 stellen müssen, wenn man es eigentlich schon getan hätte können.

215 **Sophia Hanke: Inwiefern ist „Sharing“ in Wien auch eine Marketingstrategie?**

216 Mirjam de Klepper: Von der Stadt aus?

217 **Sophia Hanke: Nein, von den Initiativen oder Firmen, verschieden, also einfach von den Beispielen?**

218 Mirjam de Klepper: Es ist natürlich ein total gehyptes Wort. Von denen, denen ich rede, also „foodsharing“,
219 „FragNebenan“ und „Leila“, die kenne ich halt am besten, „teilbar“ passt mehr oder weniger auch dazu... Ich
220 würde nicht... Ich glaube nicht, dass das... Die sind nicht am „sharewashing“, ich weiß nicht, kennst du dieses
221 Wort schon? Ich glaube nicht, dass das der Fall ist, die wollen ja wirklich die Leute zusammenbringen.

222 **Sophia Hanke: Aber es gibt ja auch andere Beispiele für Wien, es gibt ja auch „Carsharing“,**
223 **kommerzielles.**

224 Mirjam de Klepper: Genau, ich wollte gerade sagen, „car2go“, „Zipcar“ und so, das ist natürlich eine ganz andere
225 Sache, das sind einfach Mietautos und ich glaube, es gibt immer die Frage: Sind die Leute, die jetzt diese Autos
226 nutzen...lassen die jetzt ihre eigenen Autos stehen? Oder sind das die Straßenbahnfahrer, die auch Autofahren
227 wollen? Also ich glaube schon, dass „Sharing“...also mittlerweile ist es nicht mehr so ein sexy Wort. Es sind
228 schon viele Leute, die wieder davon weg wollen. Aber ich glaube, für das generelle Publikum und für die
229 Großunternehmen ist „Sharing“ noch immer ganz eine totale Marketingstrategie. Und alles, was irgendwie „online
230 based“ ist und toll mit Apps und so...heißt auf einmal „Sharing“, auch wenn es einfach eine Businesstransaction
231 ist von Leuten, die eigentlich nicht unbedingt lizenziert sind, um dieses Business zu betreiben. Ich glaube schon,
232 also, das was jetzt passiert, ja das heißt...das sagt schon etwas. Ich glaube, dass Wien...auch wie die Stadt seine
233 Businesssachen organisiert...das ist auch schwierig, wenn man ein Unternehmen aufmachen will oder wenn man
234 etwas gut kann, bis man es dann offiziell ausüben darf, das ist ein ganz langer Weg. Also, ich kann mir
235 schon vorstellen, dass Leute, [unverständlich] machen und sagen: „Ok, ich kann gut putzen und ich kann gut
236 Haare schneiden, ja, mache ich einfach so und ich verwende diese Plattform“ Es ist aber halt...Für manche Leute
237 ist es ein Hobby und die machen das einfach gerne, für andere ist es wirklich eine Gefahr, weil sie einfach so
238 nicht leben können und diese Dienste anbieten auf diesen Dienstplattformen, weil sie einfach extra Geld
239 verdienen und das ist natürlich ganz gefährlich, wenn man aus jedem einen Microentrepreneur macht, ohne dass
240 es irgendwie einen Benefit gibt, so was „Uber“ macht. 100 000 Fahrer und keiner ist irgendwie geschützt oder hat
241 die Benefits, die die anderen haben, sowohl von der Sicherheitsseite, als auch von der Arbeitnehmerseite. Also
242 da hast du sicher schon viele Artikel zu dem Thema gelesen, das ist halt einfach eine schwierige Sache und es
243 wird absolut falsch benutzt und ich versuche halt... Also, wir versuchen, mit „Vienna Shares“, diesen Unterschied
244 deutlich zu machen, dass nicht alles „Sharing“ tatsächlich „Sharing“ ist und versuchen auch herausfinden, ok, wir
245 sind jetzt die Alternativen. Es gibt nämlich auch „Carsharing-Plattformen“...wir sind letztes angeschrieben
246 worden von der „Carsharing-Plattform“, die wirklich versuchen so Privatautos zu „poolen“ und zu schauen: Ok,
247 wie können wir das so umsetzen, dass Leute die jetzt ein Auto brauchen, dass die das einfach ausborgen
248 können? ...ohne dass sie jetzt alle versuchen, ihnen Autos zu vermieten, um extra Geld zu verdienen. Aber es ist
249 ein Spannungsfeld, glaube ich. „Airbnb“...es gibt sicher Leute, die es echt aus Spaß machen ihr Extrazimmer zu
250 vermieten und sich freuen, neue Leute kennenzulernen und diese Kontakte auch pflegen. Gleichzeitig gibt es
251 auch Leute, die dann fünf Häuser kaufen und die Häuser dann vermieten, obwohl da eigentlich Stadtbewohner
252 hinein sollten. Also das ist eine immer... Die Sache wird immer komplizierter.

253 **Sophia Hanke: Es ist halt einfach so vielschichtig, es wird so viel Verschiedenes unter diesem**
254 **Schlagwort zusammengefasst, dass es einfach... also ja, die Motive sind anders, das Publikum ist anders,**
255 **es ist so vielseitig und ja, das ist... Es ist einfach auch schwer zu fassen, was ist „Sharing“, was ist**
256 **„Sharing Economy“ oder welche Facetten weist es auf. Das stimmt sicher.**

257 Mirjam de Klepper: Ja. Wie geht es dir mit deiner Research?

258 **Sophia Hanke: Ja, ich schreibe über „Gegenstand-Sharing“ in Wien, also eh auch „Leila“,**
259 **„FragNebenan“, „usetwice“, „teilbar“ und Fahrzeug-Sharing, weil ich halt die Entwicklungen auch**

260 **vergleichen möchte und schauen, was gibt es und wie ist es entstanden und warum und wie hat es sich**
261 **entwickelt.**

262 Mirjam de Klepper: *Und wie weit gehst du, weil du machst ja eigentlich Geschichte, oder?*

263 **Sophia Hanke: Genau, ich schaue mir halt Entstehungsbedingungen an. Und es gibt zum Beispiel in der**
264 **Literatur auch die These, dass die Wirtschaftskrise zum Beispiel dazu beigetragen hat, dass sehr viele**
265 **„Sharing-Initiativen“ gegründet worden sind. Würdest du dieser These zustimmen?**

266 Mirjam de Klepper: *Es gibt natürlich schon einen Grund, dass viele von diesen Organisationen aus den USA*
267 *kommen, wo der Staat nicht so anwesend ist, wo nicht so viel Geld ist für staatlich gezahlte oder*
268 *bundeslandgezahlte Initiativen und Projekte, wo die „community gardens“ wirklich von der Community gegründet*
269 *worden sind zum Beispiel oder wo die [unverständlich] wirklich von Leuten gegründet worden sind, die halt*
270 *gemeinsam gesagt haben: „Shit, wir brauchen etwas, was können wir da machen?“ Ich finde, ich denke schon,*
271 *dass das der Fall ist. Ja. Auch Südeuropa...ganz viele „community projects“, Zusammenarbeits-Sachen, die es*
272 *davor nicht gab, Kooperationen auf dem Energiemarkt und ganz viele Leute, die sich jetzt zusammengesetzt*
273 *haben und gesagt haben: „Hey, wir wollen nichts mehr mit diesen Großunternehmen zu tun haben, wir machen*
274 *es jetzt selber. Dieses Bild kommt sicher daher, dass alle keinen Job mehr hatten und... „Hey, was machen wir*
275 *jetzt und wie können wir uns unabhängig machen?“, und in Wien ist es natürlich ein bisschen anders, weil die*
276 *Krise hier gar nicht so hart irgendwen getroffen hat. Klar, es gibt natürlich immer Leute, die getroffen werden, mit*
277 *denen ich aber momentan keinen Kontakt habe, ich schaue eher so nach der Mittelklasse, also das sind ja auch*
278 *hauptsächlich so Studenten und so, die solche Sachen gegründet haben in Spanien und Italien und*
279 *Griechenland. Also ich sage halt in diesem „Ted-Talk“, den ich gehabt habe, also wir müssen uns jetzt*
280 *zusammensetzen damit, wenn es eine Krise gibt, ob es jetzt eine finanzielle oder eine Klimakrise ist, wir nicht auf*
281 *einmal dastehen und denken: „Shit, ich kenne meine Nachbarn nicht, ich habe keine Ahnung, ich habe kein Netz*
282 *mehr und ich weiß nicht, wo ich hingehen soll, wenn ich jetzt was machen will.“ Und wir sagen: „Ok, Wien, wir*
283 *sollten jetzt sorgen, dass diese sozialen Felder da sind, dass die Netzwerke da sind.“ Und das soll ja a) von den*
284 *Leuten selber aus kommen, aber es soll auch von der Stadt unterstützt werden. Das ist jetzt so ein bisschen das,*
285 *was wir wollen.*

286 **Sophia Hanke: Und vielleicht noch einmal das Grundlegende: Also Teilen ist ja nicht Neues, das gibt es ja**
287 **schon immer, was ist das Neue jetzt, warum boomt es jetzt oder halt in den letzten zehn Jahren oder fünf**
288 **Jahren?**

289 Mirjam de Klepper: *Das habe ich mich auch gefragt. Es gibt natürlich viele...es gibt einen idealistischen,*
290 *ideologischen Grund, nämlich, dass die Leute das Gefühl haben, wir sind alle voneinander entfremdet und wir*
291 *sind alle so einsam und es ist alles nur mehr irgendwie Großkonsum. [unverständlich] Ich glaube, dass das schon*
292 *stark damit zu tun hat. Aber wieso dieser Trend jetzt wirklich einsetzt? Ich glaube, das ist schwierig, das zu*
293 *sagen. [unverständlich] Also Historiker können das sicher erklären, wieso das jetzt wieder... Diese Periode von*
294 *Großkonsum und Individualismus ist natürlich nur ein ganz kurzer Teil von unserer Geschichte. Also ich sage,*
295 *„wild guess on my side“, aber ich glaube, so vor 60, 70 Jahren, also, sagen wir einmal vor dem Großen Krieg und*
296 *so, sah unsere Gesellschaft ganz anders aus und da waren wir eh sowieso noch viel mehr abhängig*
297 *voneinander, denke ich, also ich weiß jetzt nicht, ob ich mit Historikern Probleme krieg, aber...[unverständlich]*
298 *inwieweit die Leute damals zusammen gearbeitet haben, weiß ich auch nicht, das hat auch damit zu tun natürlich.*
299 *Also ich bin ja selber Anthropologin und habe auch ein bisschen Geschichte gemacht, also für mich sind die*
300 *Theorien immer riesig, aber ich glaube, das hat generell damit zu tun, dass Familienstrukturen sich ändern, dass*
301 *Städte wichtiger werden, dass Leute auf der Suche sind nach einer neuen Art von Zusammenhalt, nachdem wir*
302 *so lange individualistisch gelebt haben. Unsere Generation, die auf einmal nicht mehr individualistisch*
303 *weitergehen kann, weil wir einfach nicht die Mittel haben... Es gibt keine Jobs, es gibt kein Geld, man muss etwas*
304 *anderes machen. Wir sehen halt die Ideale aus den Sechzigerjahren, aus den Siebzigerjahren und denken: „Ok,*
305 *was ist eigentlich damit passiert? Und wo stehen wir jetzt?“ Und ich denke, dass das alles...klar, das ist eine sehr*
306 *turbulente Zeit und jetzt...Internet dazu gekommen ist, wo wir uns echt schnell zusammenfinden können mit*
307 *Leuten, die gleich denken, dass das schon hilft, ich weiß... Die Geschichte, die ich dir jetzt erzähle ist wirklich so*
308 *megagroß. Ich hoffe, du musst nicht alles transkribieren.*

309 **Sophia Hanke: Doch sicher, aber das passt voll. Also, wenn ich dich richtig verstehe, würdest du sagen,**
310 **einfach ein gewachsenes Bedürfnis nach sozialem Austausch wieder, nach Nähe, nach dem, dass man in**
311 **einer Community lebt ist eine treibende Kraft?**

312 Mirjam de Klepper: *Das und ich glaube auch, das Gefühl, dass wir einen neuen Weg finden müssen. Also in*
313 *unserer Generation gibt es immer mehr Bewusstsein, dass es so nicht weitergehen kann. Ich glaube, die*
314 *Drohung von der Klima...„climate change“ ist halt echt eine Drohung, die viele spüren oder wo viele Angst haben,*
315 *aber nicht wissen, wie damit umzugehen. Aber alle wissen, ja, wahrscheinlich konsumieren wir zu viel. Und ich*
316 *glaube, dass das schon wichtig ist für viele Leute, dass wir irgendwie denken: „Ja, ok, wir müssen unseren*
317 *Konsum ändern, wir wollen aber auch nicht alles aufgeben, wie können wir jetzt doch alles haben, ohne*
318 *dass...oder Zugang haben zu allem, ohne dass wir die Welt nicht noch schlimmer machen irgendwie?“.*

319 **Sophia Hanke: Also ein gesteigertes Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein?**

Anhang

320 Mirjam de Klepper: Ja. Aber halt auf so eine Art, dass wir nicht wirklich bereit sind, viel aufzugeben. Es ist
321 hauptsächlich: „Ok, wie kann ich jetzt trotzdem...?“...

322 **Sophia Hanke: Ich will trotzdem alles haben?**

323 Mirjam de Klepper: Ich will trotzdem alles haben, ich will trotzdem einen bestimmten Lifestyle haben aber
324 gleichzeitig das Bewusste umsetzen und da die Balance zu finden, ich glaube, das ist etwas das in „Sharing“
325 auch ganz wichtig ist, die Balance zwischen: Ok, alles haben, aber auf Besitz verzichten. Ok, da kommen wir
326 wahrscheinlich so bei Teilen heraus, aber wie wir das wirklich jetzt genau machen müssen und können, das ist
327 jetzt die große Herausforderung, glaube ich.

328 **Sophia Hanke: Denkst du, dass die...also, es ist ja auf jeden Fall so, dass die technologische Entwicklung**
329 **auch „Sharing“ im großen Stil möglich macht, die ganzen Apps und Internetplattformen, vor allem halt**
330 **auch „Carsharing“ zum Beispiel, das ist richtig groß geworden oder „Airbnb“. Denkst du, dass diese**
331 **großen internetbasierten „Sharing-Plattformen“, kleinere Initiativen, vielleicht konsumkritischere**
332 **Initiativen, auch mehr an den Rand drängen, weil sie einfach so viel Platz in, zum Beispiel, den Medien**
333 **einnehmen oder dass sie sie fördern, weil prinzipiell einfach das Bewusstsein steigt und die Bereitschaft**
334 **zu teilen steigt in der Gesellschaft.**

335 Mirjam de Klepper: Ich hoffe, das Letztere. Ich hoffe, die großen Plattformen sind die Wegbereiter und ich denke,
336 dass durch Großunternehmen wie „Uber“, die jetzt so viel Diskussion auslösen... Ich glaube, dass das schon hilft.
337 Ich glaube für jeden „Uber“ gibt es zehn lokale Initiativen in der ganzen Welt, nicht nur hier. Also der Georg hat
338 ganz viel Kontakt im Mittelosten, also wie heißt das...middle east?

339 **Sophia Hanke: Naher Osten.**

340 Mirjam de Klepper: Genau, Naher Osten. Da gibt es ganz viele kleine Sachen. In Wien gibt es... Wien ist da
341 vielleicht ein bisschen langsamer, aber in ganz vielen Städten und auch in lokalen Gebieten gibt es jetzt ganz
342 viele neue: „Ok, „Uber“ passt nicht zu uns. Was können wir stattdessen machen? Was passt jetzt in die Stadt?“,
343 und klar, „Uber“ ist eine Megamacht, also die haben unglaublich viel „corporate power“ mittlerweile, aber es wäre
344 natürlich cool, wenn alle Leute...wenn viele Leute denken: „Ok, ich versuche jetzt einmal „Uber“ und dann
345 herausfinden: „Ok, das ist cool.“, und fangen dann an, weiter zu denken...

346 **Sophia Hanke: „Was wäre noch cooler?“**

347 Mirjam de Klepper: „Was wäre noch cooler?“, ja, genau. Ich bin in Wien immer erstaunt, wie viele Autofahrer es
348 gibt.

349 **Sophia Hanke: Ja.**

350 Mirjam de Klepper: Also ich kann es nicht verstehen.

351 **Sophia Hanke: Ich denke mir auch, gerade „Carsharing“...warum ist es so ein Cityphänomen, wo ja das**
352 **öffentliche Verkehrsmittelnetz so extrem ausgebaut ist?**

353 Mirjam de Klepper: Voll. Also ich komme ja aus einem Radland, also wir fahren alle mit dem Rad und ich musste
354 mich erst echt daran gewöhnen, mit den Öffis zu fahren, aber ich fand Radfahren hier einfach nicht so toll, weil
355 ich es gewohnt bin, dass alles sehr sicher ist und ganz klar, wo man Radfahren darf und so und ich bin auch ein
356 bisschen ängstlich in einer Großstadt und ich habe es dann überhaupt nicht... Also klar, manchmal ist man
357 schneller mit dem Auto, aber es ist nicht immer wichtiger am schnellsten irgendwo zu sein und ich finde, auch in
358 Wien, dass die Öffis...sie funktionieren supergut und ja, das sind genau die Fragen... Aber ich habe die Hoffnung,
359 dass „Airbnb“ und „Uber“ einfach das Vertrauen der Leute aufbauen, sie sehen, hey, es geht, man kann sich auf
360 andere Leute verlassen.

361 **Sophia Hanke: Das Vertrauen ist eh ein wichtiger Punkt, ist es angeknackst oder ist man zu**
362 **selbstfokussiert, dass man den anderen gleich misstraut? Oder: Vertrauen ist ja doch irgendwie eine Art**
363 **Währung bei „Sharing“, denke ich, oder Bewertungen, also das ist ja auch ein...ja, positive Bewertungen**
364 **sind ja extrem wichtig, wenn man so...**

365 Mirjam de Klepper: Bei so „Airbnb-“ und „Uber-Sachen“ sind positive Bewertungen ganz wichtig. Ich glaube, bei
366 Sachen wie „peerby“, wo man diese Sachen ausborgt... Ich weiß gar nicht, ob die auch mit einem Ratingsystem
367 arbeiten, wahrscheinlich schon.

368 **Sophia Hanke: Ja, zum Beispiel „usertice“ jetzt für Österreich: Da geht es auch um Bewertungen, hast**
369 **du einmal eine negative Bewertung, bist du quasi...kannst du nicht mehr teilnehmen an dieser Form des**
370 **Konsumierens.**

371 Mirjam de Klepper: Ja, das finde ich zum Beispiel wieder blöd, weil das macht alles wieder dieses
372 „Microentrepreneurship“. Wir müssen gleichzeitig eine „Superbrand“ aufbauen und authentisch bleiben und... Also

373 es gibt da ganz viele Schwierigkeiten. Also „the devil is in the details“, glaube ich, und so diese „Trust-Sachen“,
374 das ist schwierig. Also ich hätte natürlich am liebsten, dass man die Plattform benutzt und dann auch einfach
375 einmal wieder zu einem Nachbarschaftshaus geht und sagt: „Hey!“, einen Zettel aufhängt „Ich suche das...“ oder
376 „Ich biete das...“ und dass das einmal wieder funktioniert, klar ist es online einfacher.

377 Sophia Hanke: Das schwarze Brett sozusagen?

378 Mirjam de Klepper: Genau, aber ich glaube, dass prinzipiell die Leute gar nicht so misstrauisch sind. Das wird
379 immer gesagt, wir haben alle so eine Angst. Es gibt sicher ängstliche Leute und Leute, die auch nie irgendwo
380 Autostopp machen würden, aber die hat es immer gegeben. Es gibt auch Leute, die voll offen sind und ich
381 glaube, die Leute, die es prinzipiell schon einmal ausprobieren wollen, die brauchen halt nur einen ganz leichten
382 Push, um das einfach einmal auszuprobieren und ich glaube, dass viele Leute auch viel lieber, einmal etwas wem
383 anderen ausborgen, als dass sie es selber ausborgen, also viele Leute geben lieber, als dass sie etwas nehmen,
384 weil, wenn man etwas nimmt, hat man immer das Gefühl, man muss etwas zurück geben und deswegen
385 funktionieren diese Plattformen wie „peerby“ so gut, weil, sobald man einmal etwas her geborgt hat, dann traut
386 man sich auch eher etwas auszuleihen und das ist halt so ein „Trust“, der innerhalb von einer Gruppe funktioniert
387 irgendwie und dieses „reciprocal behavior“, ich glaube, das ist ein Teil von diesem „Trust-Ding“.

388 Sophia Hanke: Aber so dieses Teilen gerade in der Nachbarschaft oder im Freundeskreis, in der 389 Verwandtschaft, im direkten Umfeld einfach, das gibt es ja einfach schon immer. Das wurde ja schon... 390 Das geht bis zurück zu den Anfängen der Menschheitsgeschichte, dass man einfach teilt, dass man den 391 Nachbarn fragt, dass sich Landwirte Maschinen teilen gemeinsam und so weiter... Ja, was ist jetzt neu 392 und ich frage mich einfach, warum das jetzt so boomt, ob das wirklich vielleicht doch mit dem Internet 393 zusammenhängt?

394 Mirjam de Klepper: Ich denke, für unsere Generation, also ich bin ja in den 90ern aufgewachsen und da war es
395 nicht „wir teilen“, es war einfach „wir kaufen“. Und klar, meine Mutter hat immer auch... wir waren immer bei der
396 Bibliothek und so, auch so, so ein Kinderausleihding, wo man halt Spiele und so ausborgen kann, wir haben das
397 immer gemacht. Aber prinzipiell war die Idee, man kauft es sich und ich glaube, eine ganz große Generation...
398 Also unsere Generation, ist damit aufgewachsen „Ok, wir kaufen es einfach.“, und ich denke, dass gerade...weil
399 die Generation, die mit dem Internet aufgewachsen ist oder halt die Schritte mit dem Internet mitgewachsen ist,
400 die sehen jetzt: „Hey, ich muss nicht etwas kaufen, es gibt auch etwas anderes.“, und die haben das Gefühl,
401 „Hey, ich habe etwas Neues erfunden“, obwohl es vielleicht die Generation von ihren Großeltern eh schon
402 gemacht hat und ich glaube schon, dass es da so ein generational...vielleicht diese Übergabe...diese
403 „transmission“, die es normalerweise gibt von Generation auf Generation, die hat da vielleicht eine oder zwei
404 Generationen gefehlt. Das habe ich mir jetzt so ausgedacht, ich weiß nicht, ob das stimmt. Aber ich denke, dass
405 es vielleicht damit zu tun hat und dass jetzt gerade in unserer Generation so ein neues Bewusstsein ist, so, „Hey,
406 ich muss es nicht kaufen, ich kann es auch selber machen oder mir einmal ausborgen.“ Also genauso wie...also
407 meine Mutter hat nie...also sie hat schon noch ein bisschen... Ich bin vielleicht auch ein bisschen älter, aber sie
408 hat schon auch ein bisschen genäht und so, aber dann auch bald aufgehört. Aber eine Generation vor ihr haben
409 alle noch genäht und selber Kinderkleidung gemacht und so und jetzt fängt das wieder an, dass die Leute das
410 selber wieder machen wollen und nicht irgendwie das kaufen wollen. Ich glaube, dieses Selbermachen,
411 Selbertun, unabhängig sein, unabhängig von Großkonzernen sein, dass das jetzt so auch sicher dazu beiträgt.
412 Und, ob das ist wegen der Krise oder wegen einer generellen Identitätskrise bei den Leuten, das ist schwierig zu
413 sagen, momentan noch, da gibt es auch nicht so viel „Research“, glaube ich. Also ich habe da auch nicht so die
414 Zeit, mich wirklich so auf, weiß nicht, so Megafragebogen zu stürzen, ob es da vielleicht schon etwas gibt, also
415 wenn, kannst du mir das gerne schicken, die neuen „motivations“ von Leuten.

416 Sophia Hanke: Und inwiefern ist „Sharing“ ein Lifestyle?

417 Mirjam de Klepper: Was ist ein Lifestyle nach deiner...

418 Sophia Hanke: Naja, einfach, dass ich es mache, weil es cool ist, so quasi...es boomt, es ist cool, es ist 419 sexy, ich will dabei sein, ich mache es...und nicht irgendwie aus Überzeugung.

420 Mirjam de Klepper: Naja, es ist cool und es boomt - das ist natürlich hauptsächlich „Airbnb“ und „Uber“, weil es
421 auch einfach ist. Aber das echte „Sharing“, das echte Teilen, das ist gar nicht so einfach, wirklich zu sagen „Ok,
422 ich gehe jetzt nicht schnell in irgendeinen Laden und kaufe mir das schnell, ich mache mir jetzt Mühe und frage
423 erst einmal herum, ob ich mir das vielleicht irgendwo ausborgen kann.“ Das ist, glaube ich, für viele Leute echt
424 noch schwierig. Ich glaube nicht, dass es unbedingt cool ist. Ich glaube, die Leute, die das machen, haben es
425 vielleicht immer schon gemacht oder halt, die freuen sich, dass es jetzt so etwas gibt wie „FragNebenan“, dass
426 man einfach einmal über eine Nachbarschaftsplattform fragen kann „Hey, ich suche jemanden, weil ich jetzt
427 joggen will und ich habe gerade niemanden, der das mit mir machen will, wer wohnt in der Gegend und mag mit
428 mir joggen gehen?“. Ich glaube, das sind Leute, die immer schon solche Sachen versucht haben und jetzt eine
429 Plattform haben, wo sie das machen können.

430 Sophia Hanke: Du glaubst also nicht, dass es wächst?

Anhang

431 Mirjam de Klepper: *Ich glaube schon, dass es wächst, aber ich glaube nicht, dass es wächst, weil es jetzt cool ist.*
432 *Ich glaube, dass es wächst, weil es aus einem Bedürfnis heraus...*

433 Sophia Hanke: **Einer Notwendigkeit?**

434 Mirjam de Klepper: *Ja [zögerlich] oder wirklich ein Bedürfnis, dass die Leute gehabt haben aber nicht so erkannt*
435 *haben oder nicht wussten, wohin damit quasi und das coole Lifestyle-Ding: Ich glaube das gilt nur für das*
436 *Unternehmerische im „Sharing-Teil“, dass man, ich weiß nicht... Wenn ich jetzt denke, ich war im Sommer in den*
437 *USA und ich habe dann auch „Airbnb“ und „Uber“ benutzt, aber einfach, weil es die einzige leistbare Option war*
438 *und ich da kein Netzwerk hatte, ich konnte ja nicht einfach wen anrufen und „Hey, kannst du mich kurz abholen*
439 *oder darf ich bei dir schlafen?“ Und dann ist „Airbnb“ schon ein bisschen günstiger und ist auch weiter verbreitet.*
440 *Man kommt mit „Airbnb“ wirklich in Orte, wo es kein Hotel geben würde und das ist natürlich schon ein Vorteil: Ich*
441 *weiß nicht, ob Lifestyle...ja, vielleicht schon. Ich habe mich gefreut, dass wir da auf dieser „farm“, wie heißt das?*
442 *Bauernhof...dass wir da auf diesem Bauernhof gewohnt haben und nicht nebenbei in der Stadt in irgendeinem*
443 *anonymen Hotel. Klar, das war halt ganz cool. Das ist vielleicht eine „lifestyle choice“.*

444 Sophia Hanke: **Ja, oder einfach auch die Überzeugung...oder aus ökonomischen Gründen, dass einfach** 445 **das andere nicht mehr leistbar ist?**

446 Mirjam de Klepper: *Oder weil wir halt die Abwechslung wollten. Ich glaube es ist...*

447 Sophia Hanke: **Sind die Leute dazu gezwungen zu teilen, weil sie es sich nicht mehr leisten können, alles** 448 **zu kaufen?**

449 Mirjam de Klepper: *Es kommt darauf an, was geteilt wird. Also ich glaube, für Leute, die auf der Suche sind nach*
450 *einer Stelle zum Übernachten, die dann solche Plattformen benützen, ich glaube nicht, dass sie es prinzipiell*
451 *wirklich brauchen, die brauchen es halt, weil sie gesagt haben: „Ich will reisen.“ Sie haben die Möglichkeit reisen*
452 *zu gehen, was auch nicht jeder hat und entscheiden sich dann für die Option, statt irgendwie unter einer Brücke*
453 *zu schlafen oder zu zelten... Das sind jetzt zwei Extreme.*

454 Sophia Hanke: **Ja, aber zum Beispiel ein Auto: Das ist schon etwas, was sich einfach viele auch gar nicht** 455 **mehr leisten können oder wollen, oder? Und das man doch vielleicht manchmal braucht und dann ist es** 456 **halt einfach auch cool, dass man es teilt?**

457 Mirjam de Klepper: *Aber ich glaube, die Leute, die die Plattformen nützen, die können es sich vielleicht nicht*
458 *leisten... aber es sind nicht die Leute, die es sich wirklich nicht leisten können. Ich denke, das ist eine*
459 *Entscheidung, die sie machen, glaube ich, für was sie Geld ausgeben und was nicht und ich glaube, die Leute,*
460 *die wirklich gezwungen sind, die wirklich teilen müssen, das sind eher die Leute, die dann ihre Dienste anbieten,*
461 *die sagen, „Ok, ich habe ein Auto, ich kann nicht arbeiten oder darf nicht arbeiten.“, so diese ganzen „Uberdriver“,*
462 *das sind Leute, die das Geld wirklich brauchen und ich glaube, das ist halt das Problem, dass die Leute, die die*
463 *Dienste anbieten, unter diesem Hut von „Sharing“, das sind halt wirklich...das ist das Prekariat und die Leute, die*
464 *es benützen sind das momentan noch nicht. Also ich weiß nicht, wie es aussieht, wenn wir jetzt eine zweite*
465 *finanzielle Krise kriegen oder wenn es sich durchsetzt nach Europa. Ich weiß nicht, wo ich dann stehe, weil so*
466 *stabil sind, glaube ich, die Studenten...das studentische Leben ist es ja nicht, wenn man das so anschaut... Also*
467 *ich glaube, die Leute, die teilen müssen,...*

468 Sophia Hanke: **...sind die, die schauen, wie kann ich noch vielleicht sogar mit meiner Nähmaschine Geld** 469 **verdienen oder mit meiner Couch oder mit meinem Auto?**

470 Mirjam de Klepper: *Wenn sie überhaupt so unternehmerisch denken und wissen, dass es diese Plattformen*
471 *überhaupt gibt, weil die Plattformen erreichen die Leute oft einfach nicht. Also „peerby“ sagt selber, wie gesagt,*
472 *dass sie die Leute erreicht haben, weil es gratis ist, weil es wirklich Ausborgen ist und weil sich das ganz schnell*
473 *herumgesprochen hat.*

474 Sophia Hanke: **Und in Wien?**

475 Mirjam de Klepper: *In Wien, glaube ich,... Ich vermute, dass die Leute, die wirklich kein Geld haben, die wirklich*
476 *solche Sachen brauchen, dass die ihre eigenen Netzwerke haben und dass die gar nicht erreicht werden durch*
477 *„FragNebenan“ oder durch uns, weil wir schreiben auch auf Englisch, dazu noch nicht einmal ein ganz einfaches*
478 *Englisch. Also „Vienna Shares“ ist, glaube ich, sicher eine Studentenangelegenheit und vielleicht ein paar Leute,*
479 *die sich für das Thema interessieren, aber wir sind noch lange nicht so weit, dass wir wirklich die Leute, die...*

480 Sophia Hanke: **Die Masse?**

481 Mirjam de Klepper: *...die Masse und auch wirklich die prekäre Gruppe in diesem Zusammenleben erreichen. Ich*
482 *glaube nicht, und das wäre natürlich, das ist natürlich, was wir wollen, dass es diese Klasse gar nicht mehr gibt,*
483 *dass es kein Prekariat mehr gibt, aber dass alle, weil sie halt teilen und weil sie sich gegenseitig zu schätzen*
484 *wissen...dass wir dann in einer balancierten Gesellschaft, urbanen Gesellschaft, die sich auch gut verhält mit*
485 *dem nichturbanen Umfeld...aber das ist natürlich ein Riesenthema.*

Interview 9

- Interviewte Person: Stefan Gauerke, Geschäftsführer und Erfinder von „share me“
- Ort des Interviews: Büro der „KIR Group GmbH“, Strobelgasse 2, 1010 Wien
- Datum: 6.5.16
- Dauer: 27 Minuten
- Sonstige Anmerkungen: Das Interview fand unter Zeitdruck statt, da der Interviewte nur eine halbe Stunde Zeit hatte.

1 **Sophia Hanke: Vielleicht magst du mir gleich einmal etwas zur Entstehung von „share me“ sagen, 2 vielleicht, wie es entstanden ist, wie es gegründet wurde, warum?**

3 Stefan Gauerke: *Es ist am Küchentisch entstanden.*

4 **Sophia Hanke: Ja.**

5 Stefan Gauerke: *Das ist eine Wette. Also wir haben dort... „share me“ hieß früher „Transporters“ und 6 „Transporters“ hat alte gebrauchte Transporter vermietet hier in Wien und wir haben dort für unseren Umzug auch 7 einen Transporter gemietet und der Geschäftsführer, der damals da der Geschäftsführer war von der „KIR 8 Group“, der hat mich gefragt, ob ich ihm helfe. Und dann habe ich ihm so ein bisschen geholfen beim Aufsetzen 9 vom Businessplan und wie man so ein Geschäft führt und dann, nach zwei, drei Wochen, hat er gesagt: „Hey, ich 10 werde jetzt Zahnarzt, entweder wir machen zu oder du machst es!“, und dann saß ich mit meiner Frau am 11 Küchentisch und habe ihr gesagt, dass ich mal Geschäftsführung ausprobieren und sie meinte: „Das ist 12 superspannend, dann verdienst du mehr Geld.“ Aber mich hat Autovermietung nicht interessiert. Aber wir hatten 13 uns über die „Sharing Economy“ unterhalten und da hat uns immer aufgeregt, dass Teilen heutzutage, bei 14 „car2go“ oder „DriveNow“ oder „Airbnb“ oder so, immer bedeutet, dass ich hier irgendwie eine Ressource zur 15 Verfügung stelle, eine Wohnung oder ein Auto oder was auch immer und dafür Geld nehme, weil ich es ja teile. 16 Und für mich ist teilen etwas, das ich etwas habe und zu viel davon habe und dir die Hälfte vom Keks gebe, aber 17 dann danach nicht sage: „Gib mir zehn Cent!“, und daraus ist dann die Wette entstanden, dass ich gesagt habe: 18 „Ok wir können probieren, ‚Sharing‘ zu machen, aber nicht so, wie alle anderen das machen, sondern auf die Art, 19 dass der Kunde, der mietet, praktisch ein Stück seiner Mobilität, die er bezahlt hat, sprich eine Stunde, mit einem 20 Projekt seiner Wahl teilt.“, und auf diese Weise unterstützt „share me“ unterschiedliche Projekte der Stadt, das 21 sind Künstler, Musiker, Filmemacher, NGOs und junge Startups und die bewerben sich bei uns und die kriegen 22 dann diese Stunden der Kunden.*

23 **Sophia Hanke: Also das ist dieses „Free-Mobility-Programm“, oder?**

24 Stefan Gauerke: *Genau. Das ist bei uns Teilen. Also der Kunde teilt etwas, weil er von etwas zu viel bekommt 25 von uns und diese Gratisstunde, die schenkt er einem Projekt, was ihn interessiert. Das ist „share me“.*

26 **Sophia Hanke: Und ihr teilt auch eure Transporter, weil ihr dann den Kunden, den Projekten das zur 27 Verfügung stellt gratis?**

28 Stefan Gauerke: *Genau. Also die bekommen dann diese Stunden, die die Kunden ihnen schenken, aber 29 mindestens drei Tage im Monat kriegen sie frei zur Verfügung und können dann kostenlos mit unseren 30 Transportern fahren und die Gegenleistung ist einfach, dass sie für uns Marketing machen. Also ich gebe kein 31 Geld aus für klassische Werbung, sondern „Wanda“ zum Beispiel oder „die Badewanne“, der Kurzfilm, oder was 32 auch immer, ja, die teilen auf ihren Netzwerken und sagen: „Cool, danke, ‚share me‘, dass wir mit euch fahren 33 können!“, und so spare ich mir ein eigenes Social Media und eigene Werbekosten und der Kunde hat etwas 34 Gutes getan.*

35 **Sophia Hanke: Und die anderen Kunden zahlen deshalb nicht das Doppelte, oder?**

36 Stefan Gauerke: *Das ist eingepreist mehr oder weniger... Natürlich sage ich immer, ich muss... In der 37 Autovermietung fährt man immer mit Auslastung, also man versucht, so viel wie möglich das Auto zu bewegen 38 und der Rest der Autovermieter wie „Europcar“ oder „Sixt“ rechnen halt immer mit 80 Prozent Auslastung oder 39 85 % und ich rechne meinen Businesscase grundsätzlich mit 50 oder 60 % Auslastung, das heißt, mein... Ich 40 komm dann schon raus, wenn der Wagen 16 Tage vermietet ist oder 17 und diese restlichen Tage, dann nimmst 41 du noch einmal sechs Tage, weil das wackelt ja immer hin und her, du kriegst das nicht...anschlusstechnisch 42 nicht so hin, dass es genau...Aber wir sagen, ok, zehn Tage oder acht Tage im Monat können wir den 43 Wagen...Ok, wir können das Ding verschenken, auch wenn der Kunde nicht mietet.*

44 **Sophia Hanke: Ok. Es rentiert sich trotzdem?**

Anhang

45 Stefan Gauerke: Rentiert sich trotzdem. Weil wir halt auch nicht so groß sind. Wir geben ja... Weil wir ja... Das
46 Geld, das wir im Marketing sparen, können wir...das Geld praktisch verwenden, um das kostenlos
47 rauszuschicken.

48 **Sophia Hanke: Verstehe. Und ist das der einzige Unterschied zur herkömmlichen Vermietung?**

49 Stefan Gauerke: Das ist der Hauptunterschied. Natürlich ist es so: Wir sind genauso professionell wie „Sixt“, also
50 wir haben nur „Mercedes-Transporter“, also das ist praktisch das beste Produkt, was es gibt am Markt, den
51 günstigsten Preis, auch noch den variabelsten, wir liefern auch stundenweise das Ding aus, das machen andere
52 Vermieter nicht, außer „Zipcar“ und nur zehn Transporter und „Sixt“ hat jetzt, letztes Jahr, das nachgemacht, die
53 haben jetzt auch stundenweise reingenommen, nur in Österreich oder in Wien. Also in Deutschland: „Sixt“ bietet
54 nur noch tageweise an. Also: bestes Produkt, bester Preis und dazu Kunden die Möglichkeit, unterschiedliche
55 Projekte dieser Stadt...und damit auch noch zu unterstützen.

56 **Sophia Hanke: Hat dadurch auch so ein bisschen einen Charity-Charakter eigentlich auch.**

57 Stefan Gauerke: Ja. Also man lernt sich kennen, deshalb heißt es „Teile, was dich bewegt.“. Du teilst den
58 Transporter, der dich bewegt, aber du teilst auch in dieser Geschichte, die dich bewegt hat, also die Kunden
59 lernen am „point of sale“ halt kennen welche Projekte halt unterstützt werden.

60 **Sophia Hanke: Und sie können es dann frei aussuchen?**

61 Stefan Gauerke: Genau. Der Kunde kann aber auch, wenn er ein eigenes Projekt hat und gibt die Stunde halt da
62 hinein und dann [unverständlich]

63 **Sophia Hanke: Kennst du so ein Konzept schon von irgendwo anders her oder habt ihr das einfach
64 wirklich erfunden?**

65 Stefan Gauerke: Das ist halt die Wette, die Wette an dem Frühstückstisch war, dass meine Frau gesagt hat: „Das
66 machen die nicht. Jeder interessiert sich nur für sich. Es geht nur um den besten Preis und alles ist niente.“, und
67 ich habe gesagt: „Nein, ich glaube, dass die Leute schon einander kennenlernen wollen und einander
68 unterstützen wollen.“ Also Teilen ist ja eigentlich so etwas wie ein sozialer Kitt, der jetzt in der
69 Konsumgesellschaft irgendwie umgedeutet wurde. Ja, Teilen wird zu einem Geschäftsmodell, aber teilen an sich
70 bedeutet, ich gebe dir etwas, wenn es mir gut geht, in der Hoffnung, dass wenn es mir einmal nicht so gut geht,
71 ich von dir vielleicht auch etwas zurück bekomme. Also, das ist wie eine Wette auf die Zukunft. Und das machen
72 wir auch, in dem Sinne, dass die Kunden, die ein Projekt unterstützt haben, die kriegen dann, ohne dass sie es
73 wissen, irgendwann einmal ein Dankeschön und die Möglichkeit von diesem Projekt zu profitieren, also
74 Gutscheine oder Einladungen auf das Konzert oder wie auch immer. Das ist für mich Teilen, da kommt dem
75 etwas zurück und wir bringen es einfach auf eine andere Ebene.

76 **Sophia Hanke: Aber gibt es schon irgendwo eine andere Firma, die das auch macht?**

77 Stefan Gauerke: Wenn du eine findest, sag mir Bescheid.

78 **Sophia Hanke: Nur aus Interesse. Ihr habt das also eigentlich erfunden oder...dieses Konzept?**

79 Stefan Gauerke: Nein, dieses Konzept ist so alt wie die Welt. Also wir haben schon immer geteilt.

80 **Sophia Hanke: Ja, Teilen prinzipiell schon, aber dieses „Free-Mobility- Programm“ im Speziellen, meine
81 ich, ist etwas Neues, oder?**

82 Stefan Gauerke: Der Name ist neu, aber das Prinzip ist alt, so alt wie wir sind, ja.

83 **Sophia Hanke: Ok. Und, Teilen gibt es schon immer, das ist klar. Was ist das Neue am Teilen? Warum ist
84 das neu im Trend? Warum gibt es in den letzten, ich weiß nicht, zehn Jahren so viele neue Startups in
85 diesem Bereich, so viele verschiedene, egal, ob profitorientiert oder nicht profitorientiert? Was würdest
86 du sagen? Steigt die Bereitschaft zum Teilen oder...**

87 Stefan Gauerke: Ich glaube, dass die neue Generation oder wir, ich zähle mich da auch dazu, dass wir schon
88 erkannt haben, dass mit dem Materialismus, dem Konsumgedanken, der sich immer mehr beschleunigt, immer
89 neue Produkte [unverständlich] dass der irgendwie nicht glücklicher macht oder, auch wenn wir jetzt sehen
90 [unverständlich], dass der nicht dazu beiträgt, dass auch die nächsten Generationen irgendwie etwas Cooles
91 vorfinden. Also wir haben ja jetzt gerade, wenn die alle den Hofer wählen, in Deutschland die „AFD“, haben wir
92 die Entscheidungsfrage gerade ja... Versuchen wir das zu bewahren, was wir haben, die Identität, den
93 Nationalstaat, Reichtum oder die Standards, die wir jetzt haben, oder gehen wir einen neuen Weg? Das Problem
94 ist aber, die Politik gibt keine Antworten auf diese neuen Wege. Ja. Das sind diese neuen Wege, die da
95 rausführen, dass die nächste Generation oder wir übermorgen noch genauso weiter...so leben können wie heute.
96 Das „Sharing“ ist eine Antwort darauf, dass wir sagen, ok, die Ressourcen, die knapp sind, die teilen wir doch
97 besser oder dieser egoistische Gedanken immer neu, immer neu, immer neu, mich verführt, dann sagt man auch

Anhang

98 ok, ich teile das, schaffe mir etwas an und nutze es einfach länger zusammen. Nur mein Problem in der „Sharing
99 Economy“ ist, dass es nichts damit zu tun hat, dass man Geld damit verdient.

100 **Sophia Hanke: Es gibt auch genug, die Geld damit verdienen.**

101 Stefan Gauerke: Genau, das ist eigentlich das, was mich stört am „Sharing-Ansatz“, dass ein sozialer Gedanke
102 verwurstelt wird zu einem Profit-Gedanken.

103 **Sophia Hanke: Ja, inwiefern ist es denn einfach eine Marketingstrategie?**

104 Stefan Gauerke: Inwiefern?

105 **Sophia Hanke: Ja, oder inwieweit?**

106 Stefan Gauerke: Ich verkaufe ein soziales oder ein emotionales Gefühl, das Miteinander, die Community, dieses
107 Schlagwort „Community“, das ist ja auch... Wir gründen eine Community...aber keiner weiß, wie das funktioniert.
108 Wie funktioniert eine Gemeinschaft? ...und bringen dann den Kunden in die Situation, dass er sich wohler fühlt
109 oder besser fühlt und verdient aber unglaublich viel Geld. Im Wohnungsmarkt zum Beispiel, dass in Berlin keine
110 Wohnungen mehr da sind für die normalen Leute, weil alles zu „Airbnb-Wohnungen“ umgebaut wird, da rennt
111 dann immer einer durch die Straßen und schaut die Namensschilder an unten und nirgendwo steht mehr ein
112 Name, weil das alles Ferienwohnungen sind. Das ist dann der Nachteil. Aber ich glaube...

113 **Sophia Hanke: Und jetzt in Bezug auf „Carsharing“ und vielleicht auch in Bezug auf Wien, wie schaut da
114 die Landschaft aus, also ich würde euch jetzt einfach zu „Carsharing“ zählen, auch wenn es da ganz viele
115 verschiedene Ausprägungen gibt, aber wo positioniert ihr euch da oder wie schaut die Landschaft
116 prinzipiell aus in Wien?**

117 Stefan Gauerke: Es ist... Also ich kenne noch „car2go“ und „DriveNow“ das sind eigentlich...und „Zipcar“, wobei
118 „Zipcar“ der älteste am Markt ist, aber eine Strategie verfolgt, die nicht funktioniert hat, sprich eine
119 Standortstrategie, das man da irgendwie Plätze...[unverständlich auf der Aufnahme]. Aber das funktioniert nicht.
120 Der Kunde will, wenn er „Carsharing“ macht, um die Ecke laufen und einfach das Ding haben. Bei Transportern
121 ist es anders, unser „Carsharing“...da gibt es eigentlich nur noch „Zipcar“ in der Größe und eben die normalen
122 Autovermieter, aber nicht mit dem Benefit, den wir haben, dass wir andere Projekte unterstützen.

123 **Sophia Hanke: Genau, das ist euer Alleinstellungsmerkmal.**

124 Stefan Gauerke: Genau, was auch funktioniert. Wir verlieren keinen Kunden und wir haben so viel Nachfrage an
125 Projekten, die unterstützt werden wollen, das wir gar nicht so schnell wachsen können, um das tragen können.
126 Weil, wenn du dich erinnerst, wir haben immer nur sechs Tage pro Auto und wenn unsere Flotte jetzt 50
127 Transporter groß ist, haben wir nur 300 Tage im Monat, die wir verschenken können, wenn da jeder drei Tage
128 nimmt...

129 **Sophia Hanke: Ja, aber das ist trotzdem was, 300 Tage...**

130 Stefan Gauerke: Ja, also wir haben ungefähr 25 000 Stunden schon verschenkt oder 27 000, weiß ich nicht, aber
131 ich mache kein Marketing, das interessiert mich nicht, ob ich das jetzt groß auf meine Fahnen schreibe, das
132 funktioniert von allein. Deshalb wirst du auf der Website auch nicht groß 70 Projekte finden oder so. Ja, weil das
133 ja auch Geld kostet und, da wir ein Startup sind... Mein größtes Problem ist, „Content“ zu erstellen, also wie
134 schafft man es, kostengünstig „Content“ in diese Geschichten zu bringen? Natürlich kann man jetzt auf die
135 Website schauen, wir unterstützen „Handgedacht“, wir unterstützen das Filmteam xy, wir unterstützen „Wanda“,
136 wir unterstützen blablabla...aber das schön aufzusetzen, das es halt cool aussieht, diese Geschichte, am besten
137 noch im Bewegtbild, das ist unser Problem, das krieg ich noch nicht so hin. Ist aber auch nicht so notwendig, weil
138 in der Film- und Musikszene, weiß es eh schon jeder und der Kunde, der Endkunde kommt eh zu uns, weil er den
139 günstigsten Preis kriegt und weil wir am besten zu finden sind auf „Google“ oder Mund-zu-Mund-Propaganda.

140 **Sophia Hanke: Ok.**

141 Stefan Gauerke: Die Landschaft „Carsharing“... Ich kenne mich nicht so aus.

142 **Sophia Hanke: Ok. Aber noch einmal kurz zurück zu den... weil du vorher erwähnt hast „car2go“,
143 „DriveNow“, „Zipcar“... Würdest du sagen, die missbrauchen das „Sharing“ oder diesen „Sharing-
144 Gedanken“ als Marketing oder ist es einfach eine neue Ausprägung von Teilen?**

145 Stefan Gauerke: Ich glaube, sie haben praktisch grundsätzlich Teilen als Geschäftsmodell entdeckt und machen
146 damit... Aus diesen zwei Komponenten des Teilens, ich brauche eine Ressource, die ich zur Verfügung stelle, ja,
147 und gebe diese Ressource „for free“ hinaus oder gegen Geld...und sie machen nur den einen Teil, wie wir auch,
148 der Unterschied ist nur, dass wir kein Geld nehmen, ja, im Gegensatz. Aber dennoch ist es etwas Gutes,
149 Ressourcen zu teilen mit Leuten, es spricht nichts dagegen...

150 Sophia Hanke: Geld dafür zu verlangen?

151 Stefan Gauerke: ...diese Konzepte weiter zu verfolgen. Wenn man sich ansieht, wie viel Autos stehen in der Stadt
152 am Tag herum und werden nicht bewegt, in wie vielen Viersitzerautos sitzt nur eine Person, wie hoch sind die
153 Wartezeiten in Staus, ja die CO₂-Emissionen in der Stadt, die Fläche, die für den öffentlichen Raum verloren
154 geht, der Baum, der gefällt wird, weil da ein Parkplatz hinmuss? Also nach vorne hin gedacht, wenn die Stadt
155 weiter wächst, kann man nicht mehr Mobilität zulassen. Also man kann durch dieses „Sharing-Konzept“ es
156 schaffen, dass praktisch jeder in das Auto einsteigt, das gerade um die Ecke steht und dann losfährt und es da
157 wieder abstellt, wo er wieder aussteigt. Das ist ein super Projekt. Das ist sehr gut, also missbrauchen würde ich
158 es nicht nennen. Der Gedanke der „Sharing Economy“ ist...missbraucht in dem Sinne, dass es halt zu einem
159 Profitmodell mündet und nicht im Ursprung... Weil, warum Firmen, die riesige Fuhrparks haben, die auch nicht
160 voll ausgelastet sind...wieso dich nicht sagen: „Hey, bei uns, wir haben eine Auslastung von 40% in unserer
161 PKW-Flotte, die 30 Prozent können wir doch der Bevölkerung zur Verfügung stellen.“ Wieso machen die das
162 nicht?

163 Sophia Hanke: Ja, warum nicht, was denkst du?

164 Stefan Gauerke: Ja.

165 Sophia Hanke: Vielleicht doch zu egoistisch?

166 Stefan Gauerke: Naja, ist natürlich auch immer eine Gefahr dabei, ja, dass das Auto kaputt geht, man muss
167 „Sharing-Prozesse“ aufbauen, aber mit der Digitalisierung wird es immer leichter. Also „Mercedes“, setzt so ein
168 System auf...dass die auch Unternehmen verknüpfen und praktisch mehrere Unternehmen sich einen Fuhrpark
169 teilen über eine App. Und meine Idee war halt sofort: „Hey, lasst uns das noch weiter öffnen und sagen, den
170 Fuhrpark nicht nur mit den Unternehmen, sondern mit der Bevölkerung...und werde selber zur Autovermietung.“,
171 wird vermutlich kommen, weil es natürlich auch immer Kostenreduktionen sind. Habt ihr nur 40 % Auslastung,
172 aber kosten mich 20 Euro am Tag... Wenn ich aber nur 15 Tage vermiete, habe ich 15 mal 20, also 300 €, die
173 verloren gehen...kann ich mir wieder hereinholen durch drei oder vier Mieten.

**174 Sophia Hanke: Und, noch einmal kurz konkret zu „share me“, wie hat sich das Konzept vom Start bis
175 heute entwickelt, also auch im Hinblick auf Nachfrage, Publikum, Angebot? Wie habt ihr euch entwickelt,
176 ganz konkret?**

177 Stefan Gauerke: Rasant. Wir haben hohe Umsatzwachstumszahlen.

178 Sophia Hanke: Seit 2014 gibt es euch oder?

179 Stefan Gauerke: Das „share me“ gibt es seit 2014, davor, ja, hieß es „Transporters“.

180 Sophia Hanke: War aber dann ein ganz anderes Konzept das „Transporters“ oder?

181 Stefan Gauerke: Das war eine klassische Autovermietung.

182 Sophia Hanke: Ja, ohne diesem „Free Mobility“.

183 Stefan Gauerke: Und das interessiert mich nicht das... Autos interessieren mich nicht. Das Tolle sind die
184 Geschichten der Leute dann, was die damit anstellen, das ist eigentlich das Spannende. Großes Auto, große
185 Sache. Ja, also eine Galerie, ein Umzug, ein Konzert, das sind immer Momente im Leben von den Konsumenten
186 oder von den Kunden, die sind...und davon erzählen, das macht Spaß.

**187 Sophia Hanke: Also ihr seid einfach rasant gewachsen und ist sonst vom Konzept oder von der
188 Zielsetzung...hat sich da etwas verändert?**

189 Stefan Gauerke: Man braucht viel Geld, um zu wachsen. Also wenn du ein Startup aufmachst und du hast nicht
190 viel Eigenkapital, dann hast du immer die Bank im Hintergrund, die das bremst. Kannst du dich an die
191 Bankenkrise erinnern, wo die alle um den Baum gefahren sind, ja, dann hat der Staat gesagt: „Ok, wir
192 kontrollieren die Banken.“, und da ist „Basel 1,2, 3“ entstanden und „Basel 3“ hat jetzt zur Folge, dass die
193 Wirtschaft, die Realwirtschaft, sehr sehr schwer an Geld kommt, also Wachstum ohne groß Geld ist sehr
194 schwierig. Wir würden gerne schneller wachsen und expandieren.

195 Sophia Hanke: Habt ihr Förderungen oder so etwas bekommen?

196 Stefan Gauerke: Nein.

197 Sophia Hanke: Nicht, ok.

198 Stefan Gauerke: Das war mir immer zu anstrengend. Da jede Rechnung...und zu beschreiben... Nein.

Anhang

199 **Sophia Hanke:** *Ok. Und eure Zielsetzung, eure Motivation, jetzt abgesehen von den Zahlen, hat sich da*
200 *irgendwas verändert oder hat sich das Konzept irgendwie weiterentwickelt oder war das die Idee von*
201 *Anfang an und ist immer noch die gleiche?*

202 Stefan Gauerke: *Meine Mitarbeiter, ich, jeder Kunde, der mietet und die...das Projekt, das kostenlos bei uns*
203 *fährt... Alle sind zufrieden und finden darin Sinn, ja.*

204 **Sophia Hanke:** *Ja eh. Aber hat es sich irgendwie verändert vom Küchentisch bis heute, das Konzept?*

205 Stefan Gauerke: *Es bleibt Mobilität.*

206 **Sophia Hanke:** *Ja.*

207 Stefan Gauerke: *Es ist vorstellbar, dass man noch andere Mobilität mit anbietet, PKWs oder Motorroller oder*
208 *Vespa, Wohnwagen, LKWs, Züge, Flugzeuge, Schiffe, man kann es weiter drehen, aber...*

209 **Sophia Hanke:** *Aber jetzt bis jetzt? Die zwei Jahre?*

210 Stefan Gauerke: *Das bleibt so.*

211 **Sophia Hanke:** *Es war... Also es hat sich... Das war dein Gedanke damals am Küchentisch, dass du das*
212 *so machst mit dem „Free-Mobility-Programm“ und so weiter und das ist bis heute so geblieben und ihr*
213 *ward mit diesem Konzept von Anfang an erfolgreich bis jetzt?*

214 Stefan Gauerke: *Ja.*

215 **Sophia Hanke:** *Ok. Und hat es irgendwie mediale Aufmerksamkeit gegeben, die euch irgendwie gepusht*
216 *hat?*

217 Stefan Gauerke: *Es gibt Anfragen, aber ich sage immer nein. Also bei dir habe ich jetzt ja gesagt, weil du das für*
218 *die wissenschaftliche Arbeit...*

219 **Sophia Hanke:** *Für die Diplomarbeit, ja.*

220 Stefan Gauerke: *...für die Diplomarbeit nutzt. Ich nutze die klassischen Medien jetzt nicht.*

221 **Sophia Hanke:** *Aber schreiben sie trotzdem über euch?*

222 Stefan Gauerke: *Nein. Also ich bin, was dieses [unverständlich] angeht... Unter dem Radar will ich bleiben erst*
223 *einmal, weil das kann ganz schnell ein Bumerang werden, ja, weil, stell dir einmal vor, die ganzen...also jetzt*
224 *nächste Woche ist das auf der Agenda und die nehmen das alle auf. Dann kann das ein Bumerang werden.*
225 *Warum? Ja, weil die Leute das nicht glauben. Also normalerweise sagt man, ist immer nur ein Marketingtrick. Ja,*
226 *da ist jetzt...wird sich grün angemalt oder sozial angemalt, weil es geht am Ende nur um die Knete. Was ich*
227 *make ist, dass es organisch wächst, also, dass die Leute über Mund-zu-Mund-Propaganda, über Social Media,*
228 *realisieren, da gibt es ein Unternehmen in der Stadt, das sich echt auf die Fahnen schreibt, junge Projekte zu*
229 *unterstützen und es ist besser, organisch zu wachsen, als...*

230 **Sophia Hanke:** *Als das laut rauszuposaunen?*

231 Stefan Gauerke: *Ja genau.*

232 **Sophia Hanke:** *Ok. Und Stichwort Social Media, weil du das gerade gesagt hast, welche Rolle spielt das*
233 *Internet für euch? Ist es wichtig?*

234 Stefan Gauerke: *Also in dem Klassischen, im Buchen ist es ganz einfach, wenn du da nicht auf Seite eins bist*
235 *und erscheinst, kommen keine Kunden zu dir. Wir sind auf Seite eins, wenn man die Keywords einträgt und damit*
236 *ist die erste Sache geritzt. Was das andere anbelangt mit den „Free-Mobility-Projekten“, die dann, wenn sie ein*
237 *Auto bekommen auf ihren Netzwerken positiv von uns berichten, ist das natürlich auch wichtig, dass sie es*
238 *erzählen. Also für mich ist das Internet und Social Media wie Mund-zu-Mund-Propaganda, ja, also es ist nicht*
239 *Reichweite, sondern Qualität. Wenn jetzt „Wanda“ einen kleinen Song über mich schreibt oder „Johann Sebastian*
240 *Bass“ schreibt: „Danke, „share me“, hat das mehr Kraft, als wenn ich es selber sage. Deswegen ist Internet sehr*
241 *wichtig, dass fremde Personen über mich sagen, wir sind cool. Also ich habe PR studiert und ich weiß, es ist*
242 *immer besser, wenn ein anderer über dich sagt, das ist ein cooler Typ, als wenn du das von dir selber erzählst.*

243 **Sophia Hanke:** *Ja, sicher.*

244 Stefan Gauerke: *Und das schaffen wir und deswegen ist Internet schon wichtig.*

245 **Sophia Hanke: Ok. Und zum Schluss habe ich noch kurz eine allgemeinere Frage zur „Sharing Economy“**
246 **in Wien. Würdest du sagen, dass es ein Nischenphänomen ist oder dass es wirklich die Möglichkeit hat**
247 **eine neue Form des Wirtschaftens und Konsumierens zu werden?**

248 Stefan Gauerke: Ja, das ist mein Traum. Also ich würde auch jedem, der irgendwie ein Unternehmen macht...das
249 tun sie übrigens auch schon, also die Tischlerei, die wir unterstützen, oder die Umzugsunternehmen, die haben
250 auch selber angefangen und gesagt: „Ok, einmal im Monat stellen wir uns auf die Straße und basteln zusammen
251 mit allen, die vorbeikommen kostenlos die Möbel.“, oder das Umzugsunternehmen, die „Wiener Studentenboten“,
252 sagen: „Einmal im Monat bringen wir für soziale Projekte halt umsonst die Sachen von A nach B.“, also es
253 funktioniert schon, dass ich sie versuche, selbst auf die Idee zu bringen, dass sie nicht nur Steuern zahlen und
254 die Lohnabgaben, sondern fünf oder zehn oder fünfzehn Prozent ihrer Ressource, einfach frei zur Verfügung zu
255 stellen für die Gemeinschaft. Weil ich glaube, dass Unternehmer mehr sind als nur ihre Kernkompetenz. Sie sind
256 Teil der Gemeinschaft und in erster Linie Dienstleister, egal welches Unternehmen ich mache. In dem Sinne ist
257 meine Strategie, zehn Prozent oder fünfzehn Prozent der Ressource zu nutzen und frei zur Verfügung zu stellen,
258 am besten noch durch die Kunden selber, die dann entscheiden, was passiert damit, übertragbar auf jedes
259 Konzept. Also wenn du bei „Billa“ zum Beispiel einkaufen gehst, könntest du eigentlich am Ende beim Einkaufen
260 fünf Prozent des Einkaufswerts noch selber verschenken, warum geht das nicht. Ja, würde nur bedeuten, dass sie
261 fünf Prozent weniger Masche nehmen, aber alle hätten irgendwie das Gefühl, dass sie etwas Gutes tun, also
262 einen positiven Impuls haben im Konsumieren, das ist für mich Teilen. Ja, also nicht nur den Benefit zu haben,
263 weil ich jetzt da Geld hingelegt habe und jetzt ein supertolles Produkt bekommen habe, sondern gleichzeitig damit
264 was Gutes gemacht zu haben.

265 **Sophia Hanke: Also die treibende Kraft des „Sharings“ ist, dass man einfach etwas Gutes tun will und**
266 **etwas teilen möchte?**

267 Stefan Gauerke: Teilen. Dass man teilt und zwar „for free“, das ist mir ganz wichtig. Teilen ist nichts, wo ich dafür
268 Geld kriege, Teilen ist etwas, was ich mache, weil ich von etwas zu viel habe und jemand anders unterstützen will
269 und das...und wenn sich das überträgt, dann würde [unverständlich]

270 **Sophia Hanke: Und das ist jetzt in unserer Überflussgesellschaft einfach...aufgrund des Überflusses**
271 **irgendwie...hat das neues Potential gewonnen?**

272 Stefan Gauerke: Der Trick ist ja, dass jeder sagt: „Wir haben zu wenig!“, oder? Die Medien sagen alle: „Wir haben
273 Ressourcenknappheit, die Rente ist nicht mehr sicher, jeder verdient zu wenig Geld. Alle haben irgendwie zu
274 wenig.“ Und dennoch glauben wir, dennoch wissen wir, dass wir eigentlich von allem zu viel haben. Ja, wie passt
275 das zusammen? Und ich glaube, dass das die Leute realisieren, dass sie sagen, man kann mit viel weniger
276 genauso gut leben, als mit dem, dass jetzt jeder...dass ich jedes Jahr ein neues Auto brauche oder, ja, neue
277 Klamotten.

278 **Sophia Hanke: Und der Umweltgedanke, inwiefern spielt der eine Rolle?**

279 Stefan Gauerke: Auch groß. [unverständlich] Für die nächste Generation...nächste Generation, das ist auch so
280 abstrakt, ja, wer kann schon so weit denken, tut ja keiner in der Realität. Aber jetzt merken wir das schon selber,
281 40 Grad Hitze im Sommer, Hagelkörner und Unwetter...

282 **Sophia Hanke: Ist schon ein wichtiger Motor für diese Entwicklung?**

283 Stefan Gauerke: Ja. Aber natürlich ist es ja auch, wenn ich immer weniger habe, glaube ich, werde ich das
284 Angebot annehmen, wenn ich hinein komme in so eine Gemeinschaft, die unter einander Ressourcen teilt. Ich
285 glaube, das könnte für die nächste Generation der Weg werden. Wie fest sind die Jobs? Wie fest sind die
286 Strukturen, in denen ich mich bewege? Wie sicher ist eigentlich noch mein Lebensweg? Ist ja nicht mehr sicher.

287 **Sophia Hanke: Denkst du, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise da auch ein treibender Motor war für**
288 **diese Entwicklung? Dass eben Leute sich nicht mehr so sicher fühlen in den Jobs oder auf das Geld**
289 **schauen müssen?**

290 Stefan Gauerke: Ich glaube, das ist ein grundlegendes Gefühl, dass das aktuelle System, unsere Demokratie und
291 unser Wirtschaftssystem intern Fehler besitzt und diese Fehler, die sehen wir. Wir sehen, dass sich Reichtum
292 oder Ressourcen verschieben. Zehn Prozent haben 80 Prozent dessen, was da ist. Komisch. Warum? Wie geht
293 das? Da funktioniert irgendetwas nicht mit der Verteilung oder mit dem Zugang zum...oder wir sehen, dass Politik
294 keine Reformen oder Änderungen mehr hinkriegt. Wir sehen, dass Politik ohnmächtig ist gegenüber dem
295 Wirtschaftssystem, weil, wenn Politik national organisiert ist, aber Wirtschaft global, wie kann denn dann eine
296 nationale Politik denen Regeln oder Richtlinien setzen? Und dafür ist Politik da. Also „Sharing“ im Kleinen, aber
297 auch im Großen, würde bedeuten, dass sich Politik zusammenschließt und sich teilt. Aber was sehen wir jetzt in der
298 Flüchtlingsfrage? Ja, wir machen nicht mit. Jeder kocht sein Süppchen und da bauen sie Grenzen und machen
299 Europa...macht wieder jeder seines. Da wird nicht geteilt, die Last. Also es ist eine Vision, wo ich glaube, wenn
300 die Leute mehr darüber nachdenken, kann man es übertragen auf alle Felder...auf die politische oder auf die
301 wirtschaftliche.

Kurzfassung

Die gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen ist keine neue Idee, sie reicht vielmehr zurück bis zu den Anfängen der Menschheitsgeschichte. Dennoch machen sich seit einigen Jahren immer mehr Ideen, Vereine, Firmen und Institutionen weltweit einen Namen, die dem Konzept von *Sharing Economy* beziehungsweise *Collaborative Consumption* zugeordnet werden können. Im Zuge einer ausführlichen Analyse der Wiener *Sharing-Szene* in den Bereichen *Fahrzeug-Sharing* und *Gegenstand-Sharing* konnten, unter anderem mittels Interviews mit AkteurInnen der Wiener *Sharing Economy*, Entstehungsgründe und Treiber für eine Wirtschafts- und Konsumform, die auf Teilen basiert, herausgearbeitet werden. Vor allem im Kontrast zu den letzten Jahrzehnten, in denen Massenkonsum und Wirtschaftswachstum das Wirtschaften und Konsumieren der österreichischen Bevölkerung bestimmten, konnten Entwicklungen ausgemacht werden, die einen veränderten Zugang vieler KonsumentInnen zu Besitz verursachten. Diese förderten, gemeinsam mit der bedeutenden technologischen Entwicklung des Internets, das Aufblühen eines zugangsbasierten Konsums.

Abstract

The shared use of resources is nothing new; in fact, it goes back to the beginning of human history. Recently, however, more and more institutions and companies that are dedicated to the concept of *sharing* have been founded and gained attention and success. This new landscape of *sharing*, known as *Sharing Economy* or *Collaborative Consumption*, is analysed in the limited area of Vienna, focusing on the categories *item-sharing* and *car-sharing*. Therefore protagonists of the Viennese *Sharing Economy* have been interviewed in order to identify reasons and driving forces for the development. Especially in contrast to times of mass consumption and economic growth in the second half of the 20th century, differences could be found, which changed the perspective on property for many people and combined with new technologies, led to the rise of access-based consumption.