

Forschungsreihe

05/2015

SHARING

☐ MINE

☐ YOURS

☒ OURS

Sharing Economy: Teile und verdiene!

Wo steht die Schweiz?

DER AUFSTIEG DER SHARING ECONOMY

Der Begriff Sharing Economy ist heute in aller Munde – nicht zuletzt dank dem internationalen Erfolg der beiden Aushängeschilder Airbnb und Uber. Sie und viele andere Unternehmen haben dafür gesorgt, dass «klassische» Branchen (allen voran die Hotel- und Transportindustrie) in den letzten Jahren regelrecht auf den Kopf gestellt wurden. Das Konzept dabei ist bestechend einfach: Alles, was nicht dauerhaft genutzt wird, kann vermietet werden. Über eine Onlineplattform wird der Kontakt zwischen Anbieter und Nachfrager hergestellt. So führt etwa Airbnb Personen, die eine Unterkunft suchen, mit solchen zusammen, die bereit sind, ihre eigene zu vermieten.

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

Weltweite Investitionen auf Rekordniveau

Die weltweiten Investitionen in Sharing Economy Startups nehmen Jahr für Jahr stärker zu. Mittlerweile sind über **12 MRD. USD** geflossen – fast doppelt so viel wie in die Startups im Bereich der Sozialen Netzwerke (Facebook, Twitter etc.).



12 MRD. USD

Jeder zweite befragte Schweizer wird Teil der Sharing Economy

55 % der befragten Schweizer Konsumenten werden in den nächsten 12 Monaten Güter und Dienstleistungen via Sharing Economy Plattformen mieten oder vermieten. Das sind 10 Prozentpunkte mehr als in den USA.



55% DER SCHWEIZER
KONSUMENTEN

Tiefer Röstigraben bei den Sympathien

In der Romandie bezeichnen sich **65 %** der befragten Konsumenten als Anhänger der Sharing Economy, in der Deutschschweiz findet sie lediglich bei **32 %** Anklang.



65% VS. 32%

Mehr Skepsis gegenüber Regulierung als in den USA

In der Schweiz fordern **21 %** der befragten Konsumenten mehr Regulierung in der Sharing Economy, während sich **36 %** dagegen aussprechen. Damit sind die Schweizer skeptischer gegenüber mehr Regulierung als die US-Amerikaner (**25 %** für mehr, **28 %** dagegen).



21% IN
DER SCHWEIZ

Grosse Unternehmen können am Erfolg partizipieren

Die hohen Investitionen, das Umsatzwachstum sowie die steigende Teilnahmbereitschaft der Konsumenten verdeutlichen den Erfolg und das enorme Potenzial der Sharing Economy. Mit der richtigen Investitionsstrategie können auch grosse Unternehmen davon profitieren.



DER AUFSTIEG DER SHARING ECONOMY

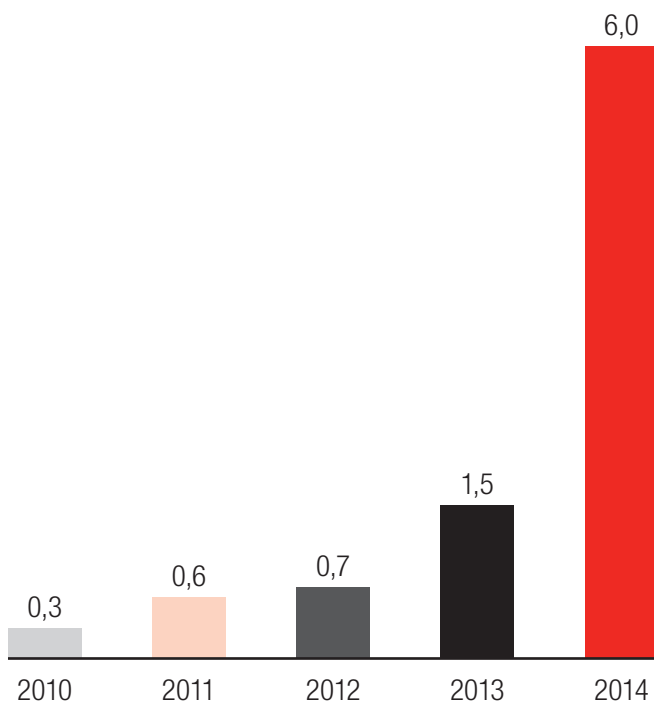
SINKENDE KOSTEN, STEIGENDE FLEXIBILITÄT

Die Vorteile der Sharing Economy sind offenkundig: Für den Konsumenten sinken die Such- und Transaktionskosten. Ein Click auf die App genügt, um die lokale Verfügbarkeit eines Autofahrers, eines Haushaltsgeräts oder selbst eines Arztes zu prüfen. Hinzu kommt, dass die Preise für das Gut oder die Dienstleistung häufig deutlich tiefer liegen als bei herkömmlichen Angeboten. Für Anbieter bedeutet die Sharing Economy mehr Flexibilität, weil sie Güter und Dienstleistungen vermieten können – wo immer und wann immer sie wollen. Und schliesslich können dank der Sharing Economy die vorhandenen Ressourcen gesamtwirtschaftlich effizienter genutzt und die Umweltbelastung dadurch gesenkt werden.

Mittlerweile sind namhafte multinationale Unternehmen wie Google, General Electric, Citigroup, Hyatt oder Avis auf den Zug aufgesprungen und beteiligen sich an Startups. Die jährlichen globalen Investitionen in Sharing Economy Startups kletterten von 300 Millionen (2010) auf über 6 Milliarden USD (2014) (siehe Abbildung unten). Gemäss dem Verband Crowd Companies liegen die Gesamtinvestitionen mittlerweile bei über 12 Milliarden USD. Uber erzielte mit 2,7 Mrd. USD den grössten Zufluss an Kapital und übertrifft damit sogar Facebook und Twitter (siehe Abbildung rechts). Das weltweite Marktvolumen der Sharing Economy betrug 2013 26 Mrd. USD, Schätzungen zufolge wird es in den kommenden Jahren auf 110 Mrd. USD steigen.

STARTUP FUNDING

IN MILLIARDEN US-DOLLAR



SHARING ECONOMY ALS TEIL DER COLLABORATIVE ECONOMY

Bei der Verwendung des Begriffs Sharing Economy ist eine gewisse Vorsicht geboten.

Erstens könnte der Eindruck entstehen, es gehe dabei bloss um ein uneigennütziges Teilen. Der Erfolg der Sharing Economy beruht aber vielmehr darauf, dass Menschen Güter und Dienstleistungen im Gegensatz zu früher einfacher, schneller und ohne grossen Aufwand über das Internet tauschen können und dafür monetär entschädigt werden. Sie ist also nichts anderes als eine moderne Form von Markt- und Tauschwirtschaft.

Zweites umfasst die Sharing Economy nicht das Teilen zwischen Unternehmen. Breiter definiert ist sie ein Teil der Collaborative Economy, eine Bezeichnung, die sich in den USA in den letzten Jahren als Überbegriff für jegliche Formen von direktem Güter- und Dienstleistungsaustausch unter via Onlineplattformen vernetzten Individuen und Unternehmen durchgesetzt hat. Da diese Bezeichnung in Europa noch kaum bekannt ist und um eine allfällige Begriffsverwirrung zu vermeiden, werden in diesem Bericht Sharing Economy und Collaborative Economy gleichgesetzt.

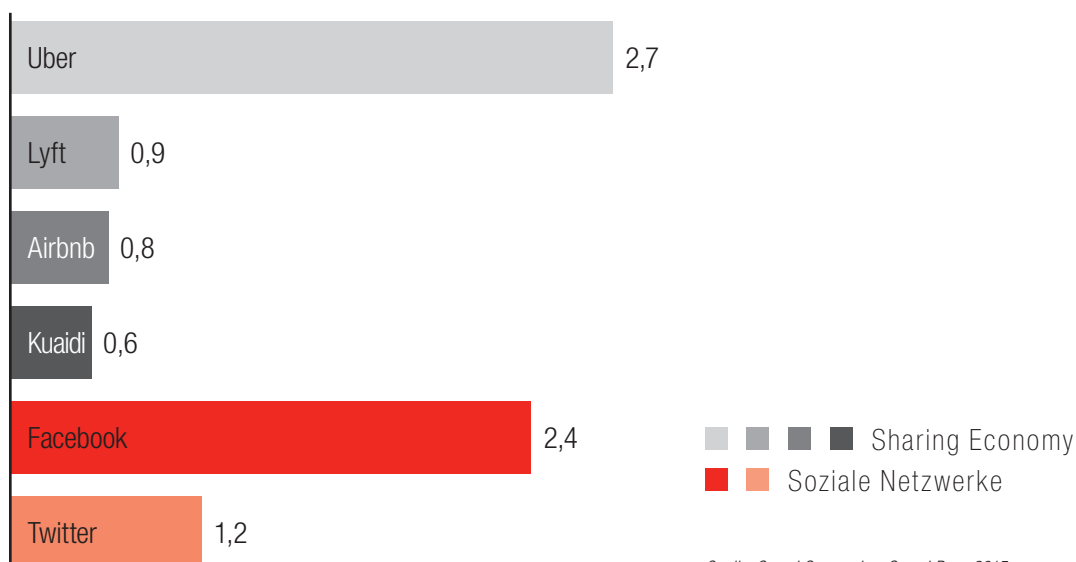
WIRTSCHAFT AUF ABRUF

Seinen Ursprung findet der Sharing-Economy-Trend, wie so vieles andere auch, in den USA, genauer gesagt im Silicon Valley. Ebay wurde zwar bereits vor etwa 20 Jahren gegründet, doch der eigentliche Trend setzte erst nach dem Ausbruch der Finanzkrise ein, als viele der heute erfolgreichsten Startups wie Airbnb, Uber, Lending Club oder Wework gegründet wurden.

Mittlerweile geht die Sharing Economy weit über die Hauptbereiche Transport und Unterkünfte hinaus. Besonders gefragt sind auch Dienstleistungen: Personen können z.B. jegliche Arbeit auf Abruf (etwa Putzen oder Malen) zur gewünschten Zeit und am gewünschten Ort via App interessierten Unternehmen anbieten. Auf diese Weise vermitteln die beiden Onlineplattformen Elance und oDesk 10 Mio. Freelancer aus über 180 Ländern an über 2 Mio. Unternehmen. Ebenfalls hoch im Kurs steht der Bereich der Kreditfinanzierung: Wer einen Kredit aufnehmen möchte, muss nicht mehr zur Bank, sondern findet über Onlineplattformen Sparer, die dazu bereit sind, Geld zu verleihen. Das US-Unternehmen Lending Club etwa hat auf diese Weise seit 2007 für mehr als 7 Mrd. USD Kredite vermittelt.

FUNDING NACH UNTERNEHMEN

IN MILLIARDEN US-DOLLAR



Quelle: Crowd Companies, CrunchBase 2015

WO STEHT DIE SCHWEIZ?

GUTE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR STARTUPS

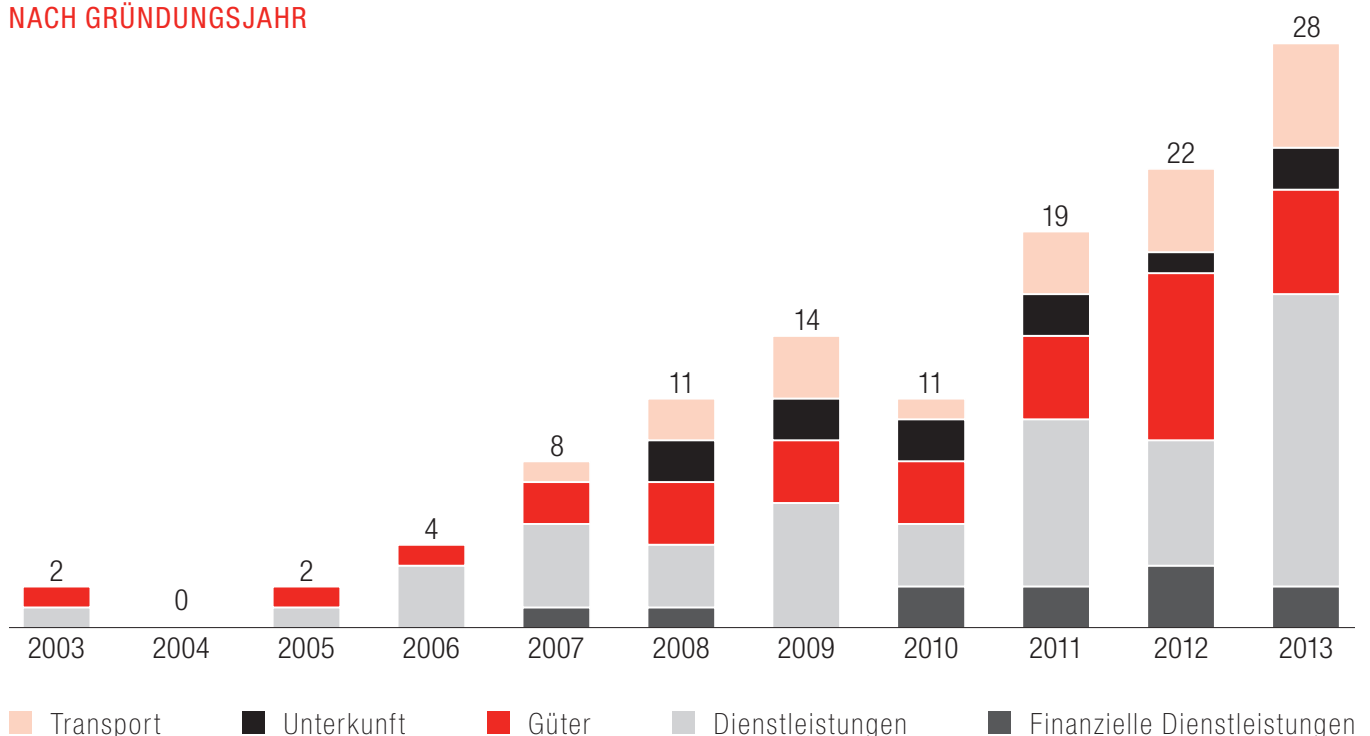
Die Sharing Economy erfreut sich auch in der Schweiz immer grösserer Beliebtheit. Nicht nur sind Airbnb und Uber in grossen Teilen der Schweiz aktiv und erfolgreich, sondern es werden auch immer mehr Schweizer Startups gegründet (siehe Abbildung unten). Einige davon sind bereits in andere Länder expandiert, wie zum Beispiel Housetrip, eine der grössten Plattformen für das Vermieten und Mieten von Unterkünften in ganz Europa, oder Parku, das Parkplatzsharing-Unternehmen, das auch in Deutschland Anklang gefunden hat. Einen Namen gemacht hat sich auch das Startup Sharoo, das als Pionier bei der Softwareentwicklung im Bereich Carsharing gilt.

Diese erfreuliche Entwicklung kommt nicht von ungefähr, denn die Schweiz bietet relativ gute Rahmenbedingungen für Sharing Economy Startups. Während andere Länder mit

zusätzlicher Regulierung bis hin zu Verboten auf den Erfolg von Uber und Airbnb reagiert haben, wurde hierzulande grösstenteils auf rasche staatliche Eingriffe verzichtet.

Gleichwohl besteht Verbesserungspotenzial, denn die Schweiz ist noch relativ weit entfernt davon, ein Silicon Valley zu sein. Oftmals fehlt es kreativen Köpfen an genügend Kapital. Während es in den USA nicht nur im Sharing-Bereich gang und gäbe ist, dass grosse Unternehmen in Startups investieren, ist dies in der Schweiz seltener der Fall. Experten sprechen hier von einer sogenannten Finanzierungslücke: Ist zur Lancierung einer Idee oftmals noch Kapital vorhanden, finden Startups nur wenig Unterstützung, wenn die Idee auf dem Markt einmal auf Interesse stösst und der Investitionsbedarf stark zunimmt, obwohl die Firma noch kaum rentabel ist.

SCHWEIZER SHARING ECONOMY STARTUPS NACH GRÜNDUNGSJAHR



SHARING LANDSCHAFT SCHWEIZ MIT POTENZIAL

Wie die Abbildung unten zeigt, die im Rahmen dieser Studie erstellt wurde, haben sich in der Schweiz mittlerweile fünf grössere Sharing-Economy-Bereiche etabliert, in denen verschiedene nationale und internationale Player aktiv sind. Neben den beiden bekannten Bereichen Transport und Unterkunft sind dies Güter, Dienstleistungen und finanzielle Dienstleistungen.

INVESTITIONSPOTENZIAL FÜR GROSSE SCHWEIZER UNTERNEHMEN

Die Sharing Economy ist aber nicht nur für Startups interessant – sie bietet darüber hinaus vielmehr auch Chancen und Investitionspotenzial für etablierte Grossunternehmen. Bereits früh erkannt haben dies Schweizer Firmen wie

Migros, Mobiliar, Nestlé, SBB oder Swisscom. Sie alle beteiligen sich an Startups oder an Forschungsinstitutionen im Bereich der Sharing Economy. Wie das Beispiel des Carsharing-Startups Sharoo zeigt, setzt man dabei auch auf Kooperationen: Beispielsweise sind neben der Migros-Tochtergesellschaft m-way auch die Mobiliar und Mobility an Sharoo beteiligt.

Ein weiteres Beispiel ist die SBB, die strategische Partnerschaften mit Mobility und Jacando eingegangen ist. Letzteres ist eine Schweizer Plattform, die Personen und Unternehmen in Kontakt bringt und dadurch Nebenjobs jeglicher Art vermittelt. In verschiedenen Bereichen tätig ist auch die Swisscom: Einerseits führt sie in Kooperation mit dem Startup Mila einen neuen Kundensupport durch, andererseits investiert sie im Bereich Mobilität.

REICHE DER SHARING ECONOMY IN DER SCHWEIZ

 Transport	 Unterkunft	 Güter	 Dienstleistungen	 Finanzielle Dienstleistungen
PERSONEN-TRANSPORT • Uber • Sharoo • Mobility GÜTERTRANSPORT • Nearbors PARKPLATZ-MANAGEMENT • Parku • Shared Parking	PRIVATRAUM • Airbnb • Housetrip BÜRORAUM • InstantOffices	WEITERVERKAUF • Kleiderkorb • Preloved VERMIETUNG • Pumpipumpe • Sharely	KOCHEN • Cookeat • Züri kocht ARBEIT • oDesk • Jacando LERNEN • Diplomero • Learning Culture	CROWDFUNDING • Cashare • C-crowd MONEYLENDING • Bondora • Moneylending

JEDER ZWEITE BEFRAGTE SCHWEIZER WIRD TEIL DER SHARING ECONOMY

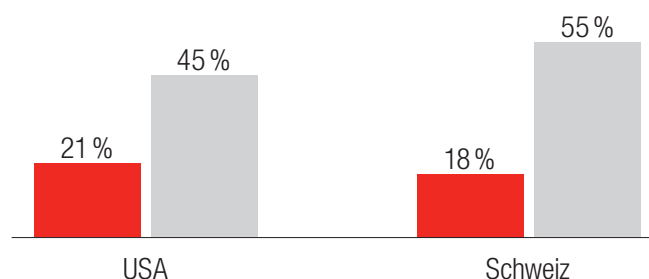
Die Sharing Economy hat in der Schweiz Fuss gefasst und ist für viele nichts Unbekanntes mehr (siehe Abbildung rechts). Gemäss der von Deloitte in Auftrag gegebenen repräsentativen Umfrage hat fast jeder Fünfte (18 %) bereits einmal über Onlineplattformen Güter oder Dienstleistungen gemietet oder vermietet. In den nächsten 12 Monaten wird dies sogar mehr als jeder Zweite (55 %) tun. Damit scheint sich zu bestätigen, was internationale Prognosen andeuten: Das Wachstumspotenzial der Sharing Economy ist gross – auch in der Schweiz.

Erstaunlich ist, dass dieser Wert höher liegt als in den USA, wo ebenfalls eine repräsentative Umfrage mit exakt denselben Fragen durchgeführt wurde. Zwar haben bereits 21 % der Befragten an der Sharing Economy teilgenommen, in den nächsten 12 Monaten werden es aber «nur» 45 % sein, also 10 Prozentpunkte weniger als in der Schweiz (siehe Abbildung rechts). Dieses

Ergebnis steht im Einklang mit anderen Studien, die für die USA ebenfalls eine relativ tiefe Bereitschaft ausweisen. Als mögliche Erklärung wird dort die tiefe Verankerung von Eigentum und Besitz in der US-amerikanischen Gesellschaft genannt. Für viele Menschen sei alleiniges Besitztum noch immer fester Bestandteil des amerikanischen Traums.

BEREITSCHAFT ZUR TEILNAHME AN DER SHARING ECONOMY

- Anteil der Personen, die bereits an der Sharing Economy teilgenommen haben
- Anteil der Personen, die in den nächsten 12 Monaten an der Sharing Economy teilnehmen werden



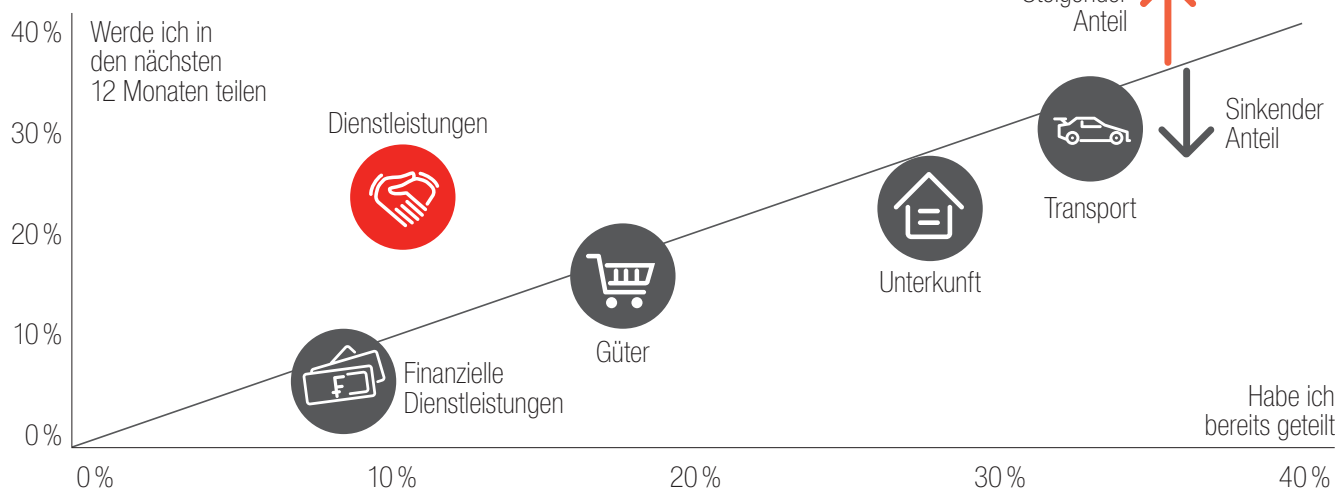
DIENTSTLEISTUNGEN AUF WACHSTUMSKURS

Am meisten geteilt wird in den Bereichen Transport und Unterkunft (vgl. Abbildung unten). Beide zusammen machen über 60 % der gesamten Güter und Dienstleistungen aus, die von den befragten Konsumenten in der Schweiz bereits geteilt wurden. Dieser Anteil nimmt be-

zogen auf die nächsten 12 Monate etwas ab, wobei der absolute Wert natürlich zunimmt, da viel mehr Konsumenten potentiell dazu bereit sind zu teilen. Schuld an der leichten Kräfteverschiebung ist der überproportionale Anstieg der Nachfrage nach Dienstleistungen (von 12 % auf 22 %).

GÜTER- UND DIENTSTLEISTUNGSBEREICHE

Was wurde und was wird in Zukunft via Sharing-Economy Plattformen in der Schweiz geteilt?



TIEFERE PREISE, GRÖßERE AUSWAHL

Egal ob Anhänger oder nicht, die befragten Schweizer Konsumenten sind sich weitgehend einig, dass die Sharing Economy tiefere Preise und eine grössere Auswahl bietet (vgl. Abbildung unten). Für eine deutliche Mehrheit ist sie zudem eine Form nachhaltigen Umgangs mit Gütern und Ressourcen.

DISKUSSION UM RECHTLICHEN RAHMEN

Durch den Aufstieg der Sharing Economy kommen einzelne etablierte Branchen unter erheblichen Konkurrenzdruck. Der Ruf nach mehr Regulierung der in der Sharing Economy tätigen Startups kommt deshalb nicht von ungefähr. Es gibt jedoch Schweizer Rechtsexperten, die der Meinung sind, dass sich viele angeblich neue Rechtsfragen mit der Anwendung bestehenden Rechtes beantworten lassen. So sei es etwa grundsätzlich zulässig, seine private Wohnung zu vermieten, solange der Vermieter damit einverstanden ist. Bei der gewerblichen Vermietung stelle sich allerdings die Frage, ob Abgaben

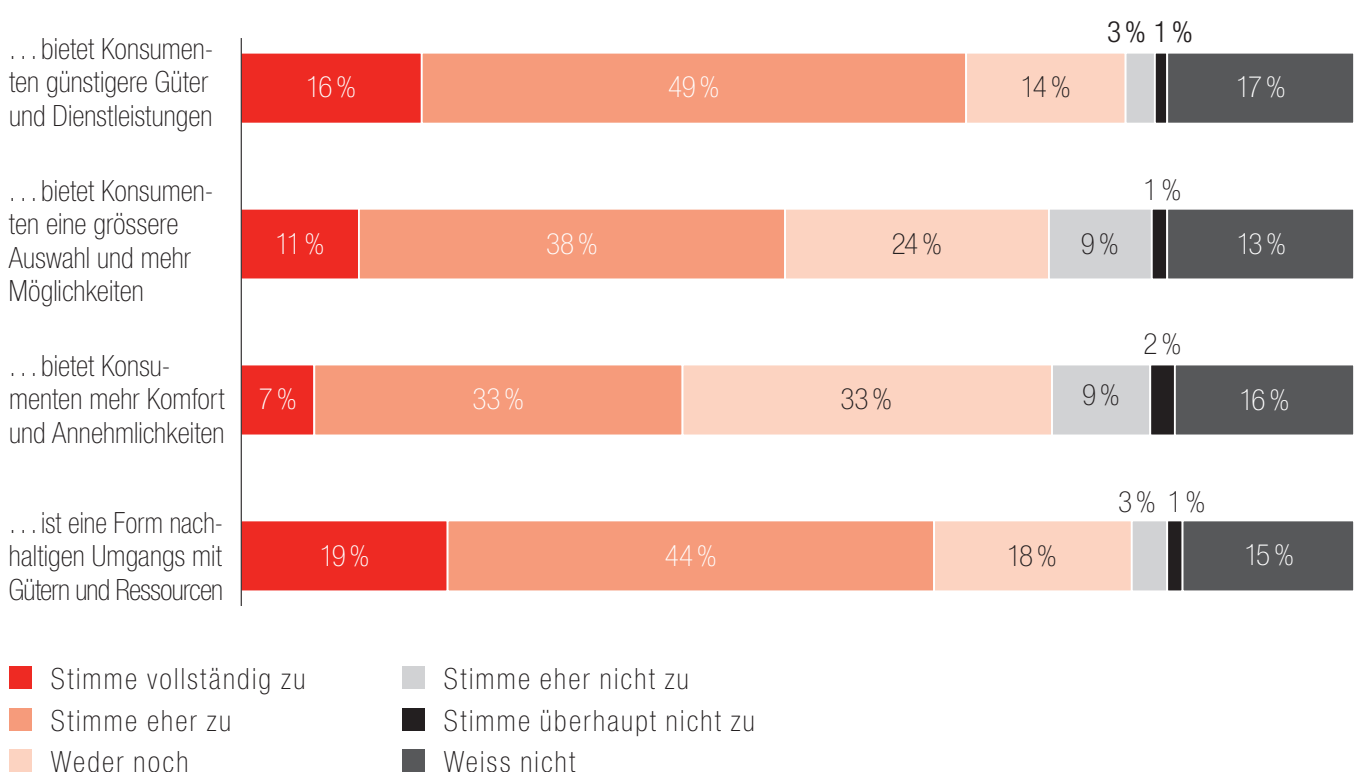
und Taxen zu zahlen sind. Ähnliches gelte für das Teilen von Autos und Autofahrten. Gemäss Polizeidepartement untersteht Uber beispielsweise in Zürich nicht der Taxiverordnung und darf deshalb keine offiziellen Taxistreifen und -parkplätze benutzen. Ansonsten kann Uber seine Dienste aber legal anbieten, solange das geteilte Fahrzeug einen Fahrtschreiber besitzt und der Fahrer einen Führerausweis für den berufsmässigen Personentransport besitzt.

SELBSTREGULIERUNG DANK REPUTATIONSRELEVANZ

Ein wichtiger Aspekt, der beim Thema Regulierung nicht fehlen darf, ist die Selbstregulierung. Dank technologischem Fortschritt im Onlinebereich ist die Sharing Economy ständig unter öffentlicher Beobachtung, was zu einer hohen Transparenz führt. Onlineplattformen verfügen über ein zweiseitiges Rating, das starke Anreize für ein vorbildliches Verhalten seitens des Anbieters, aber auch des Nachfragers setzt.

TIEFERE PREISE, GRÖßERE AUSWAHL

Die Sharing Economy...



SO KÖNNEN UNTERNEHMEN PROFITIEREN

VIER SCHRITTE ZUR ERFOLGREICHEN INVESTITION

Für etablierte Unternehmen bietet sich die Chance, an diesem Erfolg zu partizipieren – selbst wenn deren Geschäftsfeld nicht oder noch nicht unmittelbar vom Trend zum Teilen und Mieten betroffen ist. Doch was ist als Unternehmen zu beachten, wenn man eine solche Investition ins Auge fasst? Wie sollte dabei vorgegangen werden?

1. Konzept und Potenzial verstehen

Bevor ein konkretes Investment ins Auge gefasst wird, sollte das Konzept und Potenzial der Sharing Economy genau studiert und nachvollzogen werden können. Dabei ist es wichtig zu verstehen, dass Güter und Dienstleistungen zunehmend nicht mehr direkt bei Unternehmen gekauft, sondern geteilt werden. Unternehmen, die gegenüber diesem neuen Geschäftsmodell nicht offen sind und keine Partizipationsstrategie entwickelt haben, riskieren Anteile zu verlieren oder ganz aus dem Markt gedrängt zu werden.

2. Tätigkeitsbereich wählen

Wer bereit ist, in der Sharing Economy tätig zu werden, sollte sich im zweiten Schritt Gedanken über den Investitionsbereich machen. Dabei stehen grundsätzlich zwei verschiedene Strategien zur Auswahl:

- Für Unternehmen, deren Tätigkeitsbereich durch den Aufstieg der Sharing Economy bereits unter Druck geraten ist oder bald wird, ist es naheliegend, das Geschäftsmodell direkt den neuen Begebenheiten anzupassen. Die Sharing Economy ermöglicht es, nicht nur als Verkäufer, sondern auch als Vermieter der eigenen Produkte aufzutreten. Ein gutes Beispiel dafür ist BMW, das gemeinsam mit Sixt das Car-sharing-Unternehmen DriveNow gegründet hat, das BMW-Fahrzeuge für einzelne Fahrten per App vermietet. Kurzum: BMW hat realisiert, dass Sharingmodelle den Autoverkauf mittel- bis langfristig zurückgehen lassen könnten und versucht deshalb mit der Vermietung eigener Produkte die damit verbundenen negativen Auswirkungen zu lindern. Eine andere Möglichkeit ist es beispielsweise, selbst als Betreiber einer Plattform tätig zu werden.

- Für Unternehmen, die aufgrund ihres Geschäftsfeldes weniger vom Sharing-Trend betroffen sein dürften, ist es weniger naheliegend, den passenden Bereich zu finden. Es kann vorteilhaft sein, ein Gebiet auszusuchen, das zum bestehenden Geschäftsfeld der Firma passt. So hat sich etwa die Migros für den Bereich Mobilität entschieden, weil dieser ein Grundbedürfnis abdeckt – wie das herkömmliche Geschäftsfeld auch. Die Mobiliar hingegen konnte mit der Beteiligung an Sharoo ihr Kerngeschäft der Versicherungsleistungen auf einen neuen Bereich ausdehnen.

3. Art der Investition festlegen

Als dritter Schritt sollte die Frage gestellt werden, ob mit dem Eintritt in die Sharing Economy organisches oder anaorganisches Wachstum angestrebt wird. Soll dazu ein eigenes Startup aufgebaut werden oder soll in ein bestehendes investiert werden? Der grosse Vorteil der zweiten Variante liegt darin, dass das Knowhow nicht erst aufgebaut werden muss, sondern gewissermassen eingekauft wird. Obwohl es einige bekannte Beispiele für den eigenen Aufbau eines Sharing-Economy-Startups gibt (DHL hat z. B. MyWays gegründet), dürfte das anorganische Wachstum überwiegen. Das gilt insbesondere für die Schweiz, wie die bereits etablierten Startups zeigen. Dabei stehen mehrere Möglichkeiten im Vordergrund: Eine Akquisition, ein direktes Investment oder eine Partnerschaft.

4. Zukünftige Herausforderungen antizipieren

Sind Konzept und Potenzial bekannt, der Tätigkeitsbereich gewählt und die Art der Investition festgelegt, gilt es als letztes noch mögliche zukünftige Herausforderungen für das eigene Geschäft, die Sharing Economy als Ganzes und die Konsumenten zu identifizieren. Dazu gehören Risiken, wie allfällige neue staatliche Regulierungen, aber auch Chancen, wie die Frage einer möglichen internationalen Expansion.

KONTAKTE



LUC ZOBRIST

Research Analyst
Deloitte AG

TELEFON +41 58 279 79 37, LZOBRI@DELOITTE.CH



DR. MICHAEL GRAMPP

Head of Research
Deloitte AG

TELEFON +41 58 279 68 17, MGRAMPP@DELOITTE.CH

Über die Studie

Die vorliegende Studie untersucht die aktuelle Situation und das Potenzial der Sharing Economy in der Schweiz. Zudem zeigt sie auf, welche Chancen und Möglichkeiten dabei entstehen und wie etablierte Unternehmen davon profitieren können. Hierzu wurden zwischen März und Mai 2015 persönliche Experteninterviews mit den folgenden Unternehmen und Verbänden durchgeführt: Airbnb, hotelleriesuisse, LAUX LAWYERS, Migros (m-way), Mobiliar, Parku, SBB, Sharecon, Sharoo und Swisscom. Ihnen allen sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Zudem wurde in Zusammenarbeit mit dem Befragungsinstitut Research Now eine nach Alter, Geschlecht und Region repräsentative Konsumentenbefragung unter mehr als 1400 in der Schweiz und in den USA wohnhaften Personen durchgeführt.

Die vollständige Studie und sämtliche Quellen finden Sie unter:

<http://www2.deloitte.com/ch/de/industries/consumer-business>

GfM-Forschungsreihe

In Zusammenarbeit mit Experten aus der Wissenschaft und der Praxis nimmt die GfM eine führende Rolle in der Forschung im Bereich marktorientierte Unternehmensführung in der Schweiz ein. Die GfM-Mitglieder erhalten die wichtigsten Ergebnisse der von der GfM unterstützten Forschungsprojekte in der Publikation «GfM-Forschungsreihe» zugestellt.

01/2015 Globalview
02/2015 Marketing Transformation
03/2015 D-Time
04/2015 Mit «4-Gewinnt» zur starken Marke

01/2014 Trend Report 2014
02/2014 Branchen-Revolution durch neue Geschäftsmodelle
03/2014 Der Herausforderung begegnen
04/2014 Hidden Champions Switzerland
05/2014 Erfolgreiche Marktbearbeitung in der digitalen Welt
06/2014 Fueling Growth through Word of Mouth

Unter dem Link <http://www.gfm.ch/de/forschung/forschungsreihe/> können Sie die GfM-Forschungsreihen der vergangenen Jahre kostenlos downloaden.



Schweizerische Gesellschaft für Marketing, Löwenstrasse 55, 8001 Zürich
Telefon +41 (0)44 202 34 25, Fax +41 (0)44 281 13 30, www.gfm.ch, info@gfm.ch