



Marie-Luise Baldin, Michael Heinze, Heidi Sinning

„Sharing“ in der Wohnungswirtschaft – traditionelle und neue Ansätze

Ergebnisse einer bundesweiten Online-Befragung



Sharing oder der Trend zum Teilen, Tauschen und gemeinsamen Nutzen von Gebrauchsgegenständen, Dienstleistungen oder auch Wohnraum hält seit einigen Jahren wieder vermehrt Einzug in der Wohnungswirtschaft. Im Rahmen des BMBF-Forschungsprojektes „Nachhaltige Konsummodelle der Share Economy in der Wohnungswirtschaft“ (kurz: KoSEWo) wurde 2016 eine bundesweite Online-Befragung von rund 2.000 Mitgliedsunternehmen des GdW – Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass zahlreiche traditionelle Sharing-Angebote bereits fest in der Wohnungswirtschaft etabliert sind. Entwicklungspotenziale ergeben sich vor allem im Bereich der neueren Sharing-Trends, wie Car-Sharing, Tausch- und Leihbörsen oder im Bereich Ernährung. Der Beitrag gibt zudem Einblick in die Motivationen der Unternehmen, in die Wirkungen, die mit Sharing-Angeboten erzielt werden, sowie in Hemmnisse bei der Etablierung von Sharing-Angeboten.

Im Rahmen einer durchgeführten bundesweiten Befragung wurden erstmalig die Mitgliedsunternehmen des GdW und seiner Regionalverbände zu ihren Angeboten zu Share Economy befragt. Dabei ging es um Teilen, gemeinsamen Nutzen und die Organisation gemeinschaftlicher Aktivitäten. Die Share Economy oder auch Collaborative Economy (vgl. UBA 2015) bezeichnet einen Trend, der „statt des Besitzes den geteilten Zugang zu sowohl immateriellen wie materiellen Ressourcen betont“ (Schnur/Günter 2014, S. 402). Wichtiges Merkmal dieser Konsumform ist zudem der onlinebasierte Zugang mittels Internetplattformen (ebd.). Unter Sharing-Angeboten der Wohnungswirtschaft werden hier zum einen traditionelle wohnbegleitende Dienstleistungen (vgl. GdW 2004) und zum anderen neuere Ansätze der Share oder auch Collaborative Economy in verschiedenen Handlungsfeldern¹ zusammengefasst, die in der Wohnungswirtschaft zu finden sind.

Die bundesweite Online-Befragung führten das ISP – Institut für Stadtforschung, Planung und Kommunikation der Fachhochschule Erfurt und das Fachgebiet Ökonomie des Planens und Bauens der Bergischen Universität Wuppertal im Rahmen des vom BMBF geförderten Forschungsprojekts „Nachhaltige Konsummodelle der Share Economy in der Wohnungs-

wirtschaft“ (kurz: KoSEWo) durch.²

Anlass für das Forschungsprojekt ist, dass der neuere Trend der „Share Economy“ auch in der Wohnungswirtschaft Einzug gehalten hat, so dass viele Wohnungsunternehmen entsprechende Ansätze in ihr Produkt- und Dienstleistungsportfolio aufgenommen haben. Initiativen zum Teilen, Tauschen und Leihen spiegeln zwar den Zeitgeist von „Nutzen statt Besitzen“ wider, allerdings haben sie in der Wohnungswirtschaft, insbesondere bei Wohnungsgenossenschaften, zugleich eine viel längere Tradition und waren teilweise ein Charakteristikum zu Zeiten der Entstehung des öffentlichen und gemeinnützigen Wohnungsbaus. Im Mittelpunkt des Forschungsvorhabens stehen Fragen, wie sich das Potenzial der Share Economy in der Wohnungswirtschaft darstellt und welche zukünftigen Trends in Bezug auf kollaborative Innovationsprozesse in der Wohnungswirtschaft im Hinblick auf das nachhaltige Konsumverhalten von Bewohnerinnen und Bewohnern städtischer Wohnquartiere sich abzeichnen. Inwiefern Sharing-Ansätze einen Beitrag zur aktuellen wohnungspolitischen Debatte um mehr bezahlbaren Wohnraum leisten können, ist dabei eine spezielle Fragestellung.

¹ Im Rahmen der Online-Befragung wurden zehn Handlungsfelder berücksichtigt, die für die Wohnungswirtschaft im Hinblick auf Sharing-Angebote relevant sind: gemeinschaftliche Wohnangebote, Gemeinschafts- und Veranstaltungsräume, Gemeinschafts- und Mietergärten, Tausch- und Leihbörsen, Mobilität, Energie, Wissen, Ernährung, Freizeit und Recycling.

² An der Bearbeitung des Forschungsprojekts KoSEWo und der Online-Befragung sind aus dem ISP – Institut für Stadtforschung, Planung und Kommunikation der FH Erfurt Marie-Luise Baldin, Luciana Löbe und Heidi Sinning, sowie aus dem Fachgebiet Ökonomie des Planens und Bauens der Bergischen Universität Wuppertal Michael Heinze und Guido Spars beteiligt. Die ausführliche Fassung der Ergebnisse zur Online-Befragung sind als Download abrufbar unter: http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/uib_03_2015_nutzen_statt_besitzen_0.pdf.

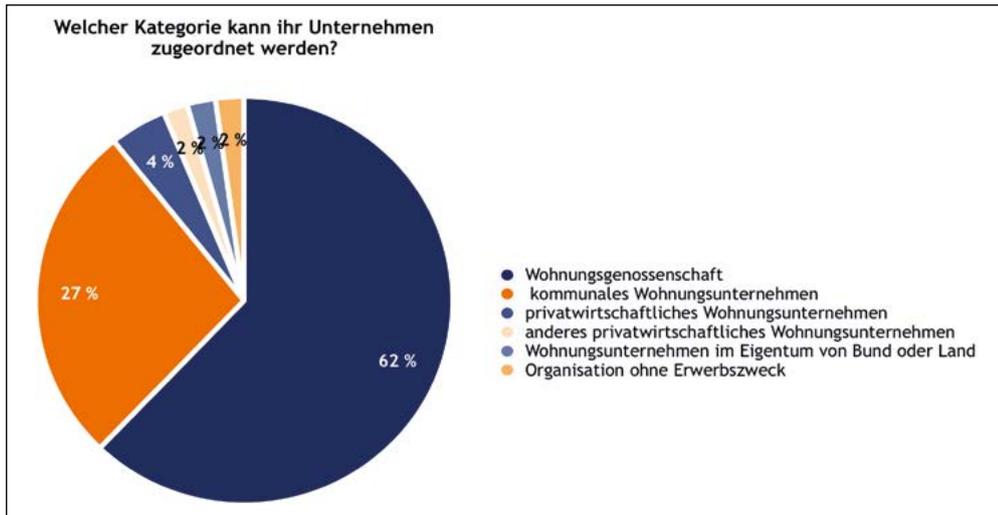


Abb. 1: Darstellung der Unternehmensformen der Befragten (Quelle: Sinning et al. 2016, S.11)

Ziel der bundesweiten Erhebung war es, die derzeitige Situation der bereits in der Wohnungswirtschaft etablierten Sharing-Angebote sowie die Erfahrungen der Wohnungsunternehmen – beispielsweise in Bezug auf die Faktoren, welche die Etablierung von Sharing-Angeboten fördern bzw. hemmen – zu erfassen. Im Einzelnen ging es um folgende Fragestellungen:

- Welche Zielgruppen werden mit den Sharing-Angeboten angesprochen?
- Welche Potenziale und Risiken ergeben sich in Bezug auf Wohlstand und Lebensqualität³ im Quartier?
- Welche ökologischen und sozialen Wirkungen lassen sich identifizieren?
- Wie werden die im Rahmen der Angebote anfallenden Zusatzkosten finanziert?
- Welche Rahmenbedingungen begünstigen das Vorhalten von Sharing-Angeboten in Quartieren (z.B. spezielle Unternehmenstypen, die Wohnungsmarktsituation, städtische Lage oder Zielgruppen)?
- Welche Ziele verfolgen Wohnungsunternehmen mit dem Vorhalten von Sharing-Angeboten (z.B. Image, Mieterbindung, Nachhaltigkeitsgedanke, Kosteneinsparung)?
- Welche Hemmnisse und Potenziale für Sharing-Angebote sind erkennbar?

Online-Befragung: Methodik und beteiligte Wohnungsunternehmen

Für die bundesweite Erhebung der bereits existierenden Sharing-Angebote in der Wohnungswirtschaft wurde eine Online-Befragung durchgeführt, da davon ausgegangen werden konnte, dass die Nutzung des Internets im Bereich der (Wohnungs-)Wirtschaft weit verbreitet ist und ein Großteil

³ Unter Lebensqualität wird hier die Konstellation aus objektiven Lebensbedingungen (wie Einkommen, Wohnverhältnisse, soziale Kontakte, Bildungschancen) und subjektivem Wohlbefinden verstanden (vgl. Berndt/Sinning 2016).

der Unternehmen auf diesem Weg erreicht werden kann. Zudem bieten Online-Befragungen den Vorteil, dass mit vergleichsweise geringem Zeit- und Kostenaufwand eine große Zahl von Befragten generiert werden kann, die zudem unabhängig von geografischer Zugänglichkeit verfügbar sind (vgl. Nadler et al. 2015, S. 204; Thielsch 2008, S. 101).

Die Befragung fand im März und April 2016 statt. Mit Unterstützung des GdW und seiner Regionalverbände wurden

bundesweit rund 2.000 Mitgliedsunternehmen der GdW-Regionalverbände für die Teilnahme an der Befragung per E-Mail kontaktiert. 521 Unternehmen haben daraufhin die Startseite der Befragung aufgerufen und 224 Unternehmen haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Die γ -Selektionsrate beträgt 42,99%⁴.

Inhaltlich wurde die Befragung in drei Teilbereiche gegliedert:

- a) Erfassung von Daten zu Unternehmensstruktur, Wohnungsmarktsituation und städtischer Einordnung,
- b) Abfrage zu vorhandenen Sharing-Angeboten, systematisiert nach zehn Kategorien, Erhebung von Ziel- und Nutzergruppen und zur Initiierung der Angebote sowie
- c) Fragen zu Motiven, Wirkungen, Kosten und Hemmnissen der Sharing-Angebote.

Struktur der befragten Unternehmen

Hinsichtlich der Unternehmensform bilden die an der Befragung beteiligten Unternehmen die Mitgliedsunternehmen des GdW weitgehend ab. So waren 62,1% der befragten Unternehmen Genossenschaften (GdW: 65,9%), 27,1% kommunale Wohnungsunternehmen (GdW: 25,7%) sowie 4,4% privatwirtschaftliche Unternehmen (GdW: 5,1%) (vgl. Abb. 1 und GdW 2013). Die übrigen Unternehmensformen wurden aufgrund der geringen Fallzahlen für die weiteren Auswertungen zu einer Kategorie sonstige Wohnungsunternehmen (insgesamt 6,3%) zusammengefasst.

⁴ Da die Einladung zur Teilnahme an der Befragung durch die Regionalverbände des GdW versendet wurde, hat das Forschungsteam keine genauen Informationen über die tatsächliche Größe der Stichprobe, was die Berechnung einer klassischen Rücklaufquote erschwert. Dieses Problem ist auch aus anderen Online-Befragungen bekannt, wenn beispielsweise über Links und Banner auf Websites für Befragungen geworben wird und damit die Zahl der Personen, die den Link gesehen hat, nur schwer erfassbar ist (vgl. Nadler et al. 2015). In diesen Fällen empfehlen Nadler et al. die Berechnung von sogenannten Selektionsraten. Im vorliegenden Fall ist die Berechnung der γ -Selektionsrate sinnvoll, die das Verhältnis von abgeschlossenen Befragungen zu Aufrufen der Befragung im Internet darstellt.



Der größte Anteil der befragten Wohnungsunternehmen verfügt über 1.000 bis 4.999 Wohneinheiten (43,2%), 17,6% besitzen 100 bis 499 Wohnungen, 16,3% der Unternehmen haben einen Wohnungsbestand von 500 bis 999 Wohneinheiten und 7,6% verfügen über 5.000 bis 9.999 Wohnungen. Nur wenige Unternehmen haben mehr als 10.000 Wohnungen (6,3%) oder weniger als 100 (3,7%).

Dabei sind die befragten Unternehmen über das gesamte Bundesgebiet verteilt. Der höchste Rücklauf kam aus den Bundesländern Nordrhein-Westfalen (19,7%), Niedersachsen (13,3%), Bayern (11,6%) und Thüringen (10%) (vgl. Abb. 2).

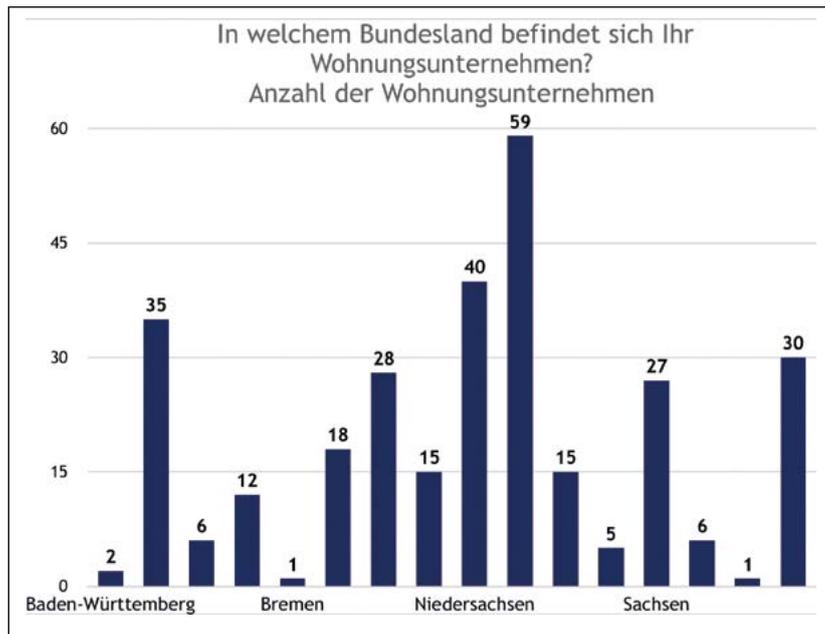


Abb. 2: Verteilung der teilgenommenen Wohnungsunternehmen nach Bundesländern (Quelle: Sinning et al. 2016, S. 14)

Sharing-Angebote in der Wohnungswirtschaft bereits etabliert

Ein zentraler Befund der Erhebung ist, dass 79,5% der Unternehmen bereits Sharing anbieten. Insgesamt zehn Bereiche, in denen potenziell Sharing angeboten werden kann, wurden bei den Wohnungsunternehmen abgefragt. Dies sind die Bereiche Gemeinschafts- und Mietergärten, Gemeinschaftsräume, gemeinsame Wohn- und Freizeitangebote, Mobilität, Recycling, Energie, Tausch- und Leihbörsen sowie die Bereiche Ernährung und Wissen. Die meisten der Wohnungsunternehmen (35,6%) halten Sharing-Angebote in vier bis zehn Bereichen vor. Erwartungsgemäß bietet ein hoher Anteil der befragten Wohnungsunternehmen Mieter- und Gemeinschaftsgärten sowie die dazugehörige Infrastruktur an (71%). Relativ weit verbreitet sind auch verschiedene Formen von Veranstaltungs- und Gemeinschaftsräumen (62,1%), gemeinschaftliche Wohnformen (51,7%) sowie Mobilitätsangebote (51,1%). Seltener sind Angebote wie Tausch- und Leihbörsen (13,2%) sowie Sharing im Bereich Ernährung (4,7%) oder Wissen (3,8%).

Die Vermutung, dass Sharing-Angebote in den Wohnungsunternehmen vor allem dann vorzufinden sind, wenn sie gleichzeitig den Serviceangeboten der Wohnungsunternehmen zuzurechnen sind, bestätigt die Auswertung der „Top Ten“ der meistgenannten Sharing-Angebote: Im Bereich Gemeinschafts- und Mietergärten bieten die meisten Wohnungsunternehmen Grünflächen im Wohnumfeld und Sitzmöglichkeiten an. Weit verbreitet sind auch Wasch- und Trockenräume, Veranstaltungs- und Gemeinschaftsräume, Gästewohnungen, Stellplätze für Fahrräder, Lagerräume für Fahrräder sowie Räume für soziale Träger und Vereine und Unterstützung für

Gemeinschaftsgärten in Form von Personal. Die abgefragten Bereiche zu Sharing-Ansätzen werden im Folgenden näher erläutert.

Sharing-Angebote der Wohnungswirtschaft im Detail

Im Bereich der gemeinschaftlichen Wohnformen werden durch die Wohnungsunternehmen am häufigsten Gästewohnungen angeboten (104 Nennungen). Deutlich geringer ist die Verbreitung von Studierenden-WGs (62 Nennungen) oder Mehr-Generationen-Wohnen (50 Nennungen). Relativ viele Wohnungsunternehmen (23 Nennungen) bieten inzwischen aufwendigere Angebote wie Demenz-WGs an, die zum Teil erhebliche bauliche Anpassungen in der Wohnung, im Gebäude und im Wohnumfeld sowie eine intensive personelle Betreuung der Bewohnerinnen und Bewohner erfordern.

Im Bereich von Veranstaltungs-, Arbeits- und Gemeinschaftsräumen nannten die beteiligten Wohnungsunternehmen am häufigsten die Wasch- und Trockenräume (116 Nennungen), Veranstaltungsräume (104 Nennungen), Lagerräume für Fahrräder, Kinderwagen oder Rollatoren (96 Nennungen) sowie durch soziale Träger oder Vereine genutzte Räume (81 Nennungen). Eher selten (unter 10 Nennungen) sind Angebote wie Computerraum, Gemeinschaftsküche, Bibliothek, Spielwohnung oder Pflegebad mit Sauna. Lediglich ca. 25% der befragten Unternehmen bieten keine Veranstaltungs-, Arbeits- und Gemeinschaftsräume an.

Tausch- und Leihbörsen, die im Bereich des Peer-to-Peer-Sharing⁵ eine größere Rolle spielen, sind bei den Wohnungsunternehmen eher unterrepräsentiert. Vergleichsweise viele Nennungen haben dabei der offene Bücherschrank (17) und die Nachbarschaftshilfe (13). 83,8% der befragten Unternehmen bieten aber keine Tausch- und (Ver-)Leihbörsen an. Gemeinschaftlich genutzte Grünflächen im Wohnumfeld gehören zu den am weitesten verbreiteten Gemeinschaftsangeboten.

⁵ Peer-to-Peer-Sharing meint das Angebot und die Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen zwischen Privatpersonen.

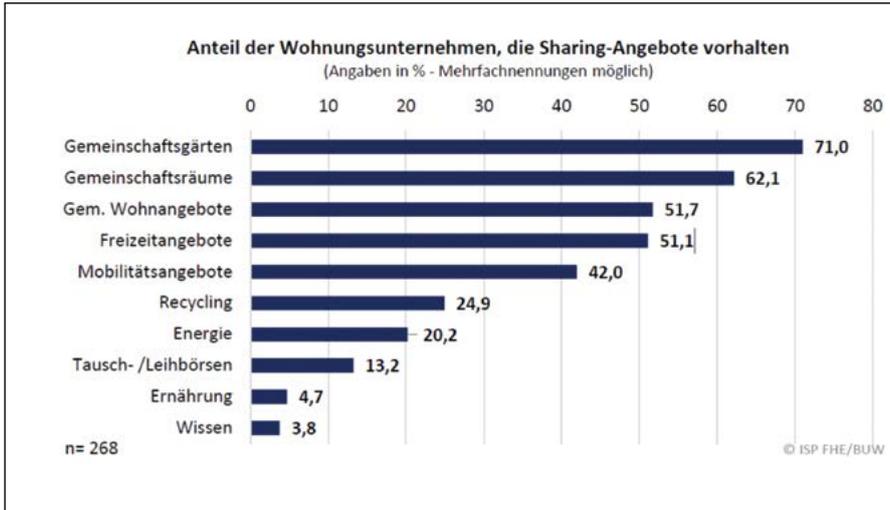


Abb. 3: Anteil der Unternehmen, die Sharing-Angebote in einzelnen Bereichen vorhalten (Quelle: Sinning et al. 2016, S. 19)

87% der befragten Unternehmen halten solche Angebote vor. Am stärksten verbreitet sind erwartungsgemäß Grünflächen und Sitzmöglichkeiten. Relativ selten sind Angebote (unter 20 Nennungen) die sich auf den Verleih von Gartengeräten, das Gewächshaus oder die Kompostierung beziehen.

Angebote im Bereich Freizeit sind deutlich seltener als beispielsweise Gemeinschaftsgärten oder gemeinschaftliche Wohnformen. Lediglich knapp 38% der befragten Unternehmen bieten überhaupt Sharing-Angebote bei der Freizeitgestaltung an. Noch relativ häufig werden dabei Seniorentreffs (67 Nennungen) oder Sportgruppen (29 Nennungen) angeboten. Der Bereich der Mobilitätsangebote wird vor allem durch die Stellplätze für Fahrräder u.ä.m. (99 Nennungen) und überdachte Stellplätze (78 Nennungen) getragen. 22 Wohnungsunternehmen bieten Car-Sharing bzw. Elektroautos an. Eher selten (unter 10 Nennungen) sind Angebote wie ausleihbare Autoanhänger, Transporter, Fahrräder oder E-Bikes, Fahrradanhänger oder Shuttle-Services und Fahrgemeinschaften.

Auch Angebote im Bereich der Ernährung, z.B. gemeinsames Kochen, Einkaufs- und Lieferservices, spielen bei den Wohnungsunternehmen bislang kaum eine Rolle. Lediglich fünfzehn der befragten Wohnungsunternehmen halten solche Angebote vor. Ähnlich sieht es im Bereich des Wissens aus, wo Angebote wie Hausaufgabenhilfe oder „Miet-Omas/Opas“ abgefragt wurden. Insgesamt weisen nur zwölf der befragten Wohnungsunternehmen diese Angebote auf. Deutlich häufiger bieten Wohnungsunternehmen Sharing-Angebote im Bereich Recycling an (30,6% der teilgenommenen Unternehmen). So verfügen 54 Unternehmen über Sammelstellen für Recyclinggut. Weitere 25 Unternehmen geben an, Kompostierung bereitzustellen. Repair-Cafés, in denen defekte Gebrauchsgegenstände oder Kleidung unter fachkundiger Beratung selbst repariert werden, bieten fünf Unternehmen an. 40 der befragten Unternehmen vermieten Dachflächen für die regenerative Energieerzeugung und weitere 23 Unternehmen

betreiben Bürgersolaranlagen bzw. sind an Energiegenossenschaften beteiligt. Insgesamt halten knapp 20% der Wohnungsunternehmen Sharing-Angebote im Bereich Energie vor bzw. engagieren sich mit der Bereitstellung oder Vermietung von Dachflächen im Bereich der erneuerbaren Energien.

Initiative, Finanzierung, Akzeptanz für Sharing-Angebote

In der Regel geht die Initiative für Sharing-Angebote von den Wohnungsunternehmen aus. Bei Gemeinschafts- und Mietergärten sowie Veranstaltungs-, Arbeits- oder Gemeinschaftsräumen treten verstärkt auch Mieterinnen und Mieter bzw. Mitglieder als Initiatoren auf. Sehr

selten initiieren Dritte, z.B. Träger der Wohlfahrtspflege, entsprechende Angebote. Die Gründe, warum sich Wohnungsunternehmen in der Share Economy engagieren, sind dabei vielfältig. Am wichtigsten ist den Wohnungsunternehmen, zusätzliche Services für die Mieterinnen und Mieter bzw. Mitglieder anzubieten und auf deren Wünsche einzugehen. Häufig verbinden sie mit den Sharing-Angeboten auch die Erwartung, die Hausgemeinschaften zu stärken oder das Image des Wohngebietes zu verbessern. Eher selten werden Kostenersparnisse für die Wohnungsunternehmen oder Nachhaltigkeitsziele, beispielsweise die Unterstützung des nachhaltigen Konsums der Mieterinnen und Mieter bzw. Mitglieder, angeführt.

Finanziert werden die Sharing-Angebote vor allem aus Rücklagen, Eigenkapital oder Rückstellungen der Wohnungsunternehmen. Nur knapp ein Viertel der Angebote wird aus anderen Finanzquellen, z.B. über Kooperationspartner, Sponsoring und Fördermittel, oder durch die Mieterinnen und Mieter bzw. Mitglieder selbst finanziert. Die Akzeptanz der Sharing-Angebote seitens der Mieter wird bei den gemeinschaftlichen Wohnangeboten und den Mobilitätsangeboten als sehr gut eingeschätzt. Gut angenommen werden auch die Veranstaltungs- und Gemeinschaftsräume, die Freizeit-, Recycling- und Energieangebote. Trotz der insgesamt positiven Einschätzung von Sharing-Angeboten gibt es in der Umsetzung aber auch eine Reihe von Hemmnissen, die bei der weiteren Etablierung von Bedeutung sind. Der hohe Koordinationsaufwand für die Wohnungsunternehmen, fehlendes Interesse bei Mietern, die fehlende Beteiligung an der Organisation durch die Mieter und schließlich der finanzielle Aufwand für die Wohnungsunternehmen sind die meistgenannten Hemmnisse für die Etablierung von Sharing-Angeboten.



Ältere dominante Nutzergruppe für Sharing-Angebote

Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen, dass vorrangig ältere Mieter (gefolgt von Familien) Angebote des gemeinschaftlichen Wohnens (z.B. Mehr-Generationen-Wohnen oder Alten-WGs), Tausch- und Leihbörsen (z.B. offener Bücherschrank oder Nachbarschaftshilfe) sowie zur Freizeitgestaltung (z.B. Seniorentreff oder Sportgruppe) nutzen. Die Gründe für die vorrangige Zielgruppe Ältere bei Sharing-Ansätzen in der Wohnungswirtschaft können zum einem in der Spezifik des Angebots liegen, z.B. richten sich Nachbarschaftshilfe, Seniorentreff oder auch Alten-WGs gezielt an diese Zielgruppe. Zum anderen kann die Bewohnerstruktur (z.B. hoher Anteil älterer Menschen in den Wohnungsbeständen) der an der Befragung teilnehmenden Wohnungsunternehmen dazu beitragen. Hierzu liegen aber keine Angaben vor.

Sharing-Angebote nicht quartiersgebunden

Sharing-Angebote werden in den Quartieren unabhängig von der städtischen Lage (innerstädtisch oder Randbereich) und dem Siedlungstyp (Großwohnsiedlung oder Altbaubestand) vorgehalten. Auch konnte nicht bestätigt werden, dass Sharing-Angebote vorrangig auf entspannten Wohnungsmärkten zu finden sind oder sich Wohnungsunternehmen mit Sharing-Angeboten einen Wettbewerbsvorteil verschaffen wollen. Im Rahmen der Befragung wurde kein Zusammenhang zwischen dem Vorhalten von Sharing-Angeboten und der Wohnungsmarktsituation in den jeweiligen Städten erkennbar.

Im Hinblick auf die Unternehmensform und -größe der Wohnungsunternehmen wird deutlich, dass bei den an der Befragung teilnehmenden Wohnungsunternehmen kaum Unterschiede zwischen kommunalen Wohnungsunternehmen, Genossenschaften, privatwirtschaftlichen oder sonstigen Wohnungsunternehmen bezüglich des Vorhaltens von Sharing-Angeboten bestehen. Lediglich die Größe bzw. die Anzahl an Wohneinheiten der jeweiligen Unternehmen hat Einfluss auf die Angebote. So nehmen mit steigender Anzahl von Wohneinheiten der Wohnungsunternehmen die Sharing-Angebote zu.

Schlussfolgerungen

In der Wohnungswirtschaft sind die gemeinsame Nutzung beispielsweise von Gemeinschaftsräumen oder -gärten, das Teilen und Tauschen oder gemeinsame Aktivitäten von Mieterinnen und Mietern bzw. von Genossenschaftlerinnen und Genossenschaftlern keine neue Erfindung. Wasch- und Badehäuser, Versammlungsräume oder Mehrzweckgebäude in Siedlungen des 19. Jahrhunderts (vgl. Reulecke 1997, S. 579 ff.) können als Beginn einer langen Tradition gemeinschaftlich genutzter Infrastrukturen in der Wohnungswirtschaft gesehen werden. Gemeinschaftsgärten und -küchen fanden ihre Anfänge spätestens mit dem Aufkommen der Gartenstadtbewegung (vgl. ebd. 587 ff.). Insbesondere das Genossenschaftswesen kann

als Wegbereiter einer Kultur des Teilens und Tauschens in der Wohnungswirtschaft angesehen werden. Laut der Befragung sind aktuell Sharing-Ansätze in der Wohnungswirtschaft allerdings unabhängig von der Unternehmensform verbreitet. Abschließend sollen einige zentrale Schlussfolgerungen gezogen werden.

Junge Zielgruppen als Chance für die Wohnungswirtschaft

Ergebnisse bisheriger Untersuchungen zur Share Economy zeigen, dass sich insbesondere jüngere Menschen vorstellen können, Sharing-Angebote zu nutzen (vgl. BMBF 2016, S. 4). Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung weisen aber darauf hin, dass in der Wohnungswirtschaft Ältere und Familien die Hauptzielgruppen der Sharing-Angebote sind. Damit zeigt sich, dass im Handlungsfeld Wohnen die potenziellen Nutzer breiter gefächert sind. Dies kann die Wohnungswirtschaft nutzen und die bisherigen Sharing-Ansätze durch Angebote für Jüngere weiter ausbauen. Sie erhält so die Chance, sich neue, junge Zielgruppen zu erschließen, die Kundenbindung zu erhöhen, ihre Innovationsfähigkeit unter Beweis zu stellen und damit ihr Image positiv zu beeinflussen.

Traditionelle Dienstleistungsangebote verbreitet – neuere Sharing-Angebote nutzen

Bei vielen der abgefragten Angebote handelt es sich um traditionelle Servicedienstleistungen für die Mieterinnen und Mieter bzw. Mitglieder, wie Wasch- und Trockenräume, Gästewohnungen oder auch Stellplätze für Fahrräder, Kinderwagen etc., die gleichzeitig Angebote einer Share Economy darstellen. Seltener sind bislang noch neuere Angebote im Bereich Tausch- und Leihbörsen, Ernährung oder Wissen. So werden beispielsweise nur in seltenen Fällen Haushaltsgeräte, Werk- oder auch Spielzeuge über Tausch- und Leihbörsen verliehen. Auch hat sich der Trend des Food-Sharing, z.B. in Form von gemeinschaftlichen Lebensmittel- bzw. Essenslieferungen oder „offenen“ Kühlschränken, die zum Lebensmitteltausch einladen, in der Wohnungswirtschaft noch nicht durchgesetzt. Auch neue Mobilitätskonzepte, wie E-Bikes oder Car-Sharing, werden bislang vergleichsweise selten angeboten. Wissen wird in der Regel am häufigsten über die Hausaufgabenhilfe geteilt. Angebote wie Mietgroßeltern, gemeinsame Lernräume oder Co-Working-Spaces zum gemeinschaftlichen Arbeiten, finden sich in den Wohnungsunternehmen (noch) nicht. Zu vermuten ist, dass diese Angebote eher auf Quartiersebene und nicht unbedingt von der Wohnungswirtschaft allein initiiert und fortgeführt werden können. Im Rahmen von quartiersbezogenen Kooperationen der Share Economy könnte die Wohnungswirtschaft zukünftig eine aktive Rolle spielen.

Eigeninitiative der Bewohner für Sharing-Angebote

Die Gründe, warum sich Wohnungsunternehmen in der Share Economy engagieren, sind vielfältig. Vorrangig besteht das Interesse, zusätzliche Services für die Mieter anzubieten bzw.



auf deren Wünsche einzugehen. Häufig verbinden die Wohnungsunternehmen mit den Sharing-Angeboten auch die Erwartung, die Hausgemeinschaften zu stärken oder das Image des Wohngebietes zu verbessern. Inwiefern auch die Bewohner verstärkt durch die Wohnungsunternehmen zur Eigeninitiative von Sharing-Angeboten mobilisiert werden können, ist sicherlich auch eine Frage der Generationen. Wenn der Trend „Teilen statt Besitzen“ stärker zur Selbstverständlichkeit geworden ist, dürfte die Motivation für Eigenengagement in diesem Bereich auch stärker vorhanden sein.

Ausblick

Effekte für einkommensschwache Haushalte und bezahlbares Wohnen nutzen

Zu den positiven Effekten von Sharing-Angeboten zählen laut den befragten Wohnungsunternehmen die Imageverbesserung, die Stärkung der Nachbarschaften vor Ort sowie die Reduzierung der Kosten. Diese Effekte bieten Anknüpfungspunkte für die Debatte um bezahlbares Wohnen und damit für die Unterstützung einkommensschwacher Haushalte. Im Neubau und bei Sanierung von Bestandsgebäuden könnte beispielsweise geprüft werden, welche Sharing-Ansätze aus dem untersuchten Spektrum dazu beitragen könnten, die Wohnkosten zu reduzieren.

Beitrag zu Ressourceneffizienz stärken

Viele Wohnungsunternehmen entwickeln inzwischen für ihre Mieter gezielt wohnortnahe Angebote der Share Economy. Sie leisten damit zugleich einen Beitrag zu einer nachhaltigen, ressourcenschonenden Stadtentwicklung. Inwiefern Sharing-Angebote in der Wohnungswirtschaft allerdings tatsächlich zu einem umweltschonenden Umgang mit Ressourcen führen können, ist im Detail noch nicht untersucht worden. Kostenersparnisse oder Nachhaltigkeitsgedanken spielen für die Wohnungsunternehmen bisher eher eine untergeordnete Rolle, wenn es um Sharing-Ansätze geht. Hier sind folglich Potenziale zu vermuten, die zukünftig intensiver genutzt werden könnten. Damit wäre auch verbunden, die Bewohner im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und so zu motivieren, in Eigeninitiative Innovationen des Teilens und Tauschens im Wohnungsbestand und im Quartier zu entwickeln und gemeinsam mit den Wohnungsunternehmen umzusetzen.

Marie-Luise Baldin,
M.A, Wissenschaftliche Mitarbeiterin des ISP – Institut für Stadtforschung, Planung und Kommunikation der FH Erfurt und Projektmitarbeiterin des BMBF-Forschungsprojekts KoSEWo – Nachhaltige Konsummodelle der Share Economy in der Wohnungswirtschaft

Michael Heinze,
Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachgebiet Ökonomie des Planens und Bauens der Bergischen Universität Wuppertal und Projektmitarbeiter von KoSEWo

Prof. Dr. Heidi Sinning,
Professorin für Stadtplanung und Kommunikation und Leiterin des ISP – Institut für Stadtforschung, Planung und Kommunikation der FH Erfurt, Projektleiterin und Verbundkoordination von KoSEWo

Quellen:

- Berndt, Patricia/Sinning, Heidi (2016): Images innenstadtnaher Wohnquartiere. Strategien zur Steuerung von Images als kooperative Aufgabe der Wohnungswirtschaft und Stadtentwicklung. ISP-Schriftenreihe, Bd. 6, Erfurt.
- BMBF (Bundesministerium für Bildung und Forschung; Hg.) (2016): Zukunftsmonitor II „Tauschen, Teilen, Selbermachen“. Ergebnisse.
- GdW (Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V.) (Hg.) (2013): Jahresstatistik 2013.
- GdW (Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V.) (Hg.) (2004): Leitfaden. Innovative Dienstleistungen „rund um das Wohnen“ professionell entwickeln. Service Engineering in der Wohnungswirtschaft.
- Nadler, Robert/Petzold, Knut/Schönduwe, Robert (2015): Doing Online Surveys: Einsatz in der sozialwissenschaftlichen Raumforschung, In: Raumforschung und Raumordnung, H. 73, S. 203-217.
- Reulecke, Jürgen (Hg.) (1997): Geschichte des Wohnens. Band 3: 1800 – 1918. Das bürgerliche Zeitalter. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Schnur, Olaf/Günter, Henning (2014): Collaborative Consumption, Sozialkapital und Quartier. Eine Annäherung. In: Raumforschung und Raumordnung 72 (5), S. 401-413.
- Scholl, Armin (Hg.) (2003): Die Befragung – Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikations-wissenschaftliche Anwendung, Konstanz.
- Sinning, Heidi/Baldin, Marie-Luise/Löbe, Luciana/Spars, Guido/Heinze, Michael (2016): Share Economy in der Wohnungswirtschaft. Ergebnisbericht zur Online-Befragung 2016, Erfurt.
- Thielsch, Meinold T. (2008): Ästhetik von Websites. Wahrnehmung von Ästhetik und deren Beziehung zu Inhalt, Usability und Persönlichkeitsmerkmalen. Münster, S. 95-101.
- UBA (Umweltbundesamt) (Hg.) (2015): Nutzen statt Besitzen: Neue Ansätze für eine Collaborative Economy.