

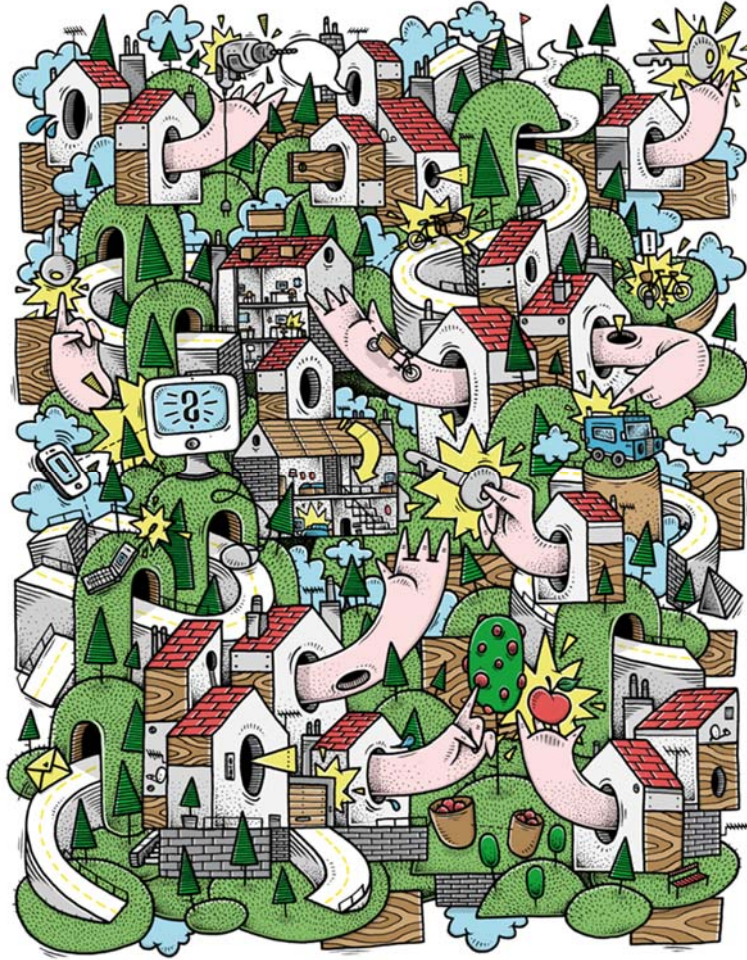
# ShareCity:

## Sharing Economy und wie Städte ihr «Shared City Life» mitgestalten können!

Whitepaper auf Basis des Forschungsprojekts «ShareCity» (Stiftung Mercator Schweiz) sowie des Buches «ShareCity» (Springer-Verlag)

von Dominik Georgi, Susanne Ulrich, Esther Federspiel, Dorothea Schaffner, Jonas Frölicher,

Patricia Wolf, Bettina Minder, Richard Abplanalp



«ShareCity» von Dominik Rüegg, St.Gallen

### 1. Einleitung

Der Retailer Tchibo hat seit kurzem unter der Submarke «Tchibo Share» einen Verleihservice für Babykleidung im Angebot. – Die Schweizer Sharing-Ikone Mobility testet laufend neue Sharing-Innovationen. Mobility bietet seit den 80er Jahren sog. stationsbasiertes Car Sharing an, bei dem Autos von bestimmten Stationen abgeholt und zu diesen wieder zurückgebracht werden müssen. Seit ein paar Jahren pilotiert der Anbieter «Catch a Car», ein sog. free-

floating Car Sharing, wie es beispielsweise auch Car2Go und DriveNow in Deutschland anbieten. – Letztere sind die Sharing-Arme von Daimler und BMW – die Autohersteller sehen ihre Zukunft im Dienstleistungs- statt dem Produktgeschäft – und Sharing ist ein vielversprechendes Dienstleistungsfeld. Gesellschaftliche Trends führen dazu, dass zunehmend mehr Kundensegmente sich kein Auto mehr zulegen –Nutzen statt Besitzen ist das Motto. Die zu befürchtenden rückgängigen Absätze sollen mit den Sharing-Angeboten kompensiert werden. – AirBnB hat in der Zwischenzeit jede/r schon einmal gehört – und viele schon einmal genutzt. Die Online-Plattform für – meist oder zumindest ursprünglich –private Unterkünfte zur meist temporären Vermietung an andere Private ist der Inbegriff der modernen Sharing Economy. – Auch in anderen Bereichen bieten Plattformen den Austausch von Gütern und Dienstleistungen in der sog. «P2P Economy». Auf Sharoo wird das eigene Auto anderen Nutzern temporär angeboten. Bei Sharely können Gebrauchsgegenstände und Dienstleistungen gefunden werden – angefangen von der Leiter über eine Drohne hin zum Haarschnitt. Bei Blabla-Car wird sog. «Ride Sharing» angeboten. Mitglieder melden ihre geplanten Fahrten dort an, um andere User bei Bedarf mitzunehmen.

*Ist Sharing überhaupt etwas Neues?*

Die Sharing Economy ist also mitten im Leben angekommen. Aber, Moment mal: BlaBlaCar – das ist doch das gleiche wie die gute alte Mitfahrzentrale? Das gibt's doch schon ewig. Richtig. Sharing ist eine alte Sache. Viele führen Bibliotheken als eine der ältesten Formen des Sharing an. Wenn man so weit geht, ist auch jede Strasse und jeder Park Sharing. Soweit muss man nicht gehen. Durchaus gibt es einige neue Entwicklungen im Sharing. Diese sind zum einen aus technologischen Gründe entstanden. Online-Plattformen ermöglichen das Zusammenbringen von Anbietern und Nachfragern, die ohne Online-Unterstützung nicht zusammenfinden würden. Zum anderen spielen auch gesellschaftliche Tendenzen eine Rolle. Es ist – teilweise zumindest – weg vom ausgeprägten Individualismus festzustellen, es wird vermehrt Verantwortung für die Gesellschaft übernommen. Dieser zweite Grund ist auch die Ursache für Sharing-Initiativen, die gerade nicht online stattfinden, sondern vor Ort, oder «im Raum», wie uns in einem Experteninterview berichtet wurde.

### *Sharing Economy als wirtschaftlicher Wachstumsmotor*

In wirtschaftlicher Hinsicht wird Sharing Economy als ein Hauptwachstumsmotor gesehen. Der Sharing Economy wird schon länger eine steile Entwicklung vorhergesagt. Die Unternehmensberatung PWC schätzte die weltweite Wertschöpfung der Sharing Economy im Jahr 2013 auf 15 Milliarden Dollar und geht von einer Steigerung auf 335 Milliarden Dollar im Jahre 2025 aus.

### *Shared City Life und ShareCity-Ansatz*

Aus der Sicht von Städten kann man davon ausgehen, dass das Stadtleben der Zukunft ein «Shared City Life» sein wird. Da eröffnet sich die Frage, ob Städte wollen, dass ihr Stadtleben in Zukunft von internationalen Plattformen bestimmt wird? Oder ob sie das Heft selbst in die Hand nehmen und die Sharing Economy in ihrer Stadt aktiv mitgestalten. Im Sinne einer ShareCity-Strategie können Städte festlegen, wie ihr «Shared City Life» der Zukunft aussieht. Manche Städte bezeichnen sich im internationalen Kontext bereits als «Sharing Cities», so z.B. Barcelona, Mailand, Singapur oder Seoul.

### *ShareCity-Projekt mit Stiftung Mercator Schweiz und Stadt St.Gallen*

Um genauer zu untersuchen, wie Städte eine ShareCity-Strategie entwickeln können und damit das Shared City Life in ihrer Stadt mitbeeinflussen können, hat ein Forscherteam der Hochschule Luzern das Forschungsprojekt «ShareCity –Sharing Strategie for Swiss Cities» durchgeführt. Das Projekt wurde von der Stiftung Mercator Schweiz unterstützt. Die Stadt St.Gallen hat als Sparringspartner im Projekt mitgewirkt.

## **Forschungsprojekt «ShareCity»**

### **Projektbeteiligte**

- Forschungs-Lead: Hochschule Luzern (HSLU) – Wirtschaft, Institut für Kommunikation und Marketing (IKM)
- Hauptfinanzierungspartner: Stiftung Mercator Schweiz
- Hauptpraxispartner: Stadt St.Gallen
  - Karin Hungerbühler, Stv. Leiterin, Amt für Umwelt und Energie
  - Harry Künzle, Leiter Amt für Umwelt und Energie
- Begleitgruppe:
  - Renate Amstutz, Direktorin Schweizer Städteverband
  - Andreas Blumenstein, Peter Masciadri, Büro für Mobilität AG
  - Manuel Lehmann, Vorstand DANACH
  - René Lisi, Präsident Sharecon
  - Carmen Spielmann, Geschäftsführerin Sharoo
  - Frank Wolff, Geschäftsführer Crowdwerk
  - Christoph Zeier, Leiter Strategische Projekte Mobility

### **Vorgehen**

- Qualitative Studie: Ca. 30 qualitative Interviews mit VertreterInnen von Stadtverwaltungen, der Wirtschaft, Sharing-Unternehmen und –Initiativen sowie Sharing-NutzerInnen
- Quantitativ-empirische Studie: Standardisierte, repräsentative Befragung von 512 Mitgliedern des LINK-Panels
- Strategie-Workshop mit über 20 VertreterInnen der St.Galler Stadtverwaltung, aus der Wirtschaft sowie von Sharing-Unternehmen und -Institutionen
- 4 Experten-Workshops mit jeweils ca. 8 TeilnehmerInnen

## 2. Wirkungen von Sharing

### 2.1 Was macht Sharing so interessant? Die positiven Wirkungen

Dass Sharing in aller Munde ist, aber gleichzeitig die Vorstellung vage ist, wie die zukünftige Entwicklung aussehen wird, liegt an den potenziellen Wirkungen von Sharing und der Sharing Economy. Der erste Reflex ist meist: Sharing ist eine gute Sache! Sharing ist so verführerisch, weil es eine Reihe an echten Vorteilen verspricht. Und dies in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht (vgl. Abbildung 1).



Abbildung 1: Auswirkungen von Sharing

#### *Sharing hilft der Umwelt*

Am meisten diskutiert werden ökologische Vorteile, die vor allem auf eine Ressourceneinsparung durch eine Mehrfachnutzung zurückzuführen sind. Wenn sich im Rahmen von Car Sharing oder Ride Sharing mehrere Personen ein Auto teilen, wird weniger Energie verbraucht und es entstehen weniger Abgase. Wenn mehrere Delivery Services die gleiche Kücheninfrastruktur nutzen, werden Material und Energie gespart. Wenn in Wohnkomplexen die private Wohnfläche reduziert und gemeinsam genutzte Flächen erhöht werden, wird ebenfalls Energie eingespart.

## *Wirtschaftliche Vorteile für neue Player und die etablierte Wirtschaft*

Aus Sharing-Ansätzen können zudem ökonomische Vorteile entstehen. Dies gilt beispielsweise für Private als Sharing-Nutzer, die bestimmte Produkte und Dienstleistungen günstiger nutzen können, als wenn sie sie selbst beschaffen müssen. Für Unternehmen können durch Sharing-Ansätze Geschäftspotenziale entstehen. Dies gilt in erster Linie natürlich für Sharing-Plattformen, die zwischen Angebot und Nachfrage vermitteln. Aber auch klassische B2C- oder B2B-Anbieter können durch Sharing neue Potenziale entwickeln, z.B. neue Zielgruppen erschliessen, für die der Kauf der angebotenen Produkte aus Kostengründen nicht möglich ist. Auch können Unternehmen durch Sharing-Ansätze Kosteneinsparungen realisieren.

## *Soziale Wirkungen von Sharing*

Durch Sharing entsteht soziale Interaktion. Soziale Interaktion fördert die Stabilität von Gesellschaften. Sharing kann die Integration in der Gesellschaft in verschiedener Hinsicht, ethnisch, altersmässig, gemäss Bildungsbackgrounds, fördern. Teilweise wird in Wohnkomplexen von Wohngenossenschaften bewusst ein Mehrgenerationenwohnen gefördert. Dies hat für die Beteiligten ganz konkrete «Sharing-Vorteile» im Alltag: Senioren unterstützen beispielsweise jüngere Familien bei der Kinderbetreuung, Jüngere bringen Senioren Ihre Einkäufe mit.

## **2.2 Oder ist Sharing gar nicht «caring», sondern «scaring»? – Negative Wirkungen von Sharing**

Es können aber auch negative Wirkungen durch Sharing-Angebote entstehen. In **ökologischer Hinsicht** kann Sharing sogar zu Mehrverbrauch führen, wenn beispielsweise Nutzer von Bussen und Bahnen zum Car Sharing wechseln; oder wenn das durch Sharing eingesparte Geld für andere Aktivitäten mit Mehrverbrauch verwendet wird (z.B. Fernreisen). In **ökonomischer Hinsicht** werden u.U. etablierte Branchen geschwächt. Durch Uber beispielsweise geht die Taxinutzung zurück, während die neuen Gewinne im Ausland generiert werden. Auch wenn hier argumentiert werden kann, dass sich die etablierten Branchen dieser Herausforderung stellen sollten und selbst innovative Services und

Geschäftsmodelle entwickeln sollten, um wettbewerbsfähig zu bleiben, stellt dies zunächst einen ökonomischen Nachteil dar, auch einhergehend beispielsweise mit dem Abbau von Arbeitsplätzen. In **sozialer Hinsicht** wird teilweise argumentiert, dass Sharing-Plattformen teilweise gerade den Wohlhabenderen helfen, die etwas zu vermieten haben, und weniger den nicht so Wohlhabenden. Durch AirBnB u.ä. gehen in einigen Quartieren Wohnraumangebote zugunsten von Ferienangeboten zurück. Auch das Nebeneinanderleben von Touristen und Einheimischen kann zwar auf der einen Seite befruchtend sein, je nach Verhalten der Touristen aber auch den Alltag der Einheimischen stören. Der Berliner Kurier titelte diesbezüglich: «Rollkoffer-Lärm, Suff-Parties: Szene-Bezirk will Touristen Manieren beibringen».

### 3. Einflussfaktoren von Sharing

#### 3.1 Was motiviert Menschen zu teilen?

Selbst wenn es auch negative Auswirkungen von Sharing gibt, so hat Sharing grundsätzlich das Potenzial, zur Bewältigung von gesellschaftlichen Herausforderungen beizutragen. Wenn Städte oder generell die öffentliche Hand bei der Gestaltung von Sharing mitwirken möchten, sind Kenntnisse bezüglich der Motivationsfaktoren von Sharing-Nutzern relevant. Es geht also um die Einflussfaktoren des Sharingverhaltens, d.h. der Bereitschaft, an Sharing-Initiativen mitzuwirken bzw. am Sharing über Plattformen o.ä. teilzunehmen. Folgende Faktoren spielen eine Rolle bei der Entscheidung für eine Sharing-Beteiligung (vgl. Abbildung 2):

- **Funktionaler Nutzen:** Wenn Sharing praktisch ist und «das Leben einfacher» macht, wenn es einen Mehrwert bringt, beteiligt man sich eher daran. Wenn es einfacher und günstiger ist, ein Car-Sharing-Fahrzeug am Bahnhof zu besteigen als ein Taxi zu rufen, erhöht dies die Nutzungswahrscheinlichkeit. Ein Beispiel für Rahmenbedingungen, die einen funktionalen Nutzen bringen, sind Extrafahrbahnen für Fahrgemeinschaften, wie sie in internationalen Metropolen teilweise anzutreffen sind. Durch eine solche Massnahme wird Sharing automatisch attraktiver.
- **Hedonistischer Nutzen:** Wenn Sharing «Spas» macht, wird es auch eher genutzt. Ein befragter Experte betonte, dass sich Sharing nicht in der «Öko-Ecke» entwickeln

könne, sondern attraktiv und modern daherkommen müsse. Ein anderer Experte berichtete, dass es in Kopenhagen einfach cooler wäre, mit dem Fahrrad («geteilt» oder mit dem eigenen) zu fahren als mit dem Auto.

- **Sozialer Nutzen:** Wenn Sharing dazu beiträgt, dass man positive soziale Interaktionen erlebt, wird es eher genutzt. AirBnB-Nutzer berichten beispielsweise, wie erfrischend der Kontakt zu AirBnB-Vermietern im Vergleich zu «anonymen» Hotelangestellten wäre. Oder wenn die soziale Interaktion zwischen den Bewohnern von Wohnkomplexen mit Gemeinschaftsräumen wertgeschätzt wird, erhöht dies die Nutzung solcher Angebote.
- **Vertrauen:** Beim Sharing nutzt man zeitgleich oder im zeitlichen Abstand Ressourcen, die auch von anderen genutzt werden. Es braucht also Vertrauen, dass diese Mehrfachnutzung das Nutzungserlebnis nicht verschlechtert (Stichwort Dreck im geteilten Auto). Aufgrund der Rolle des Vertrauens setzen Sharing-Plattformen häufig Bewertungssysteme ein. Auch werden sharing-spezifische Versicherungen entwickelt. Und Institutionen wie Städte können als Vertrauensgeber fungieren.
- **Soziale Norm:** Die sog. soziale Norm beschreibt die Orientierung von Menschen am Verhalten anderer. Wenn unser soziales Umfeld oder Vorbilder oder sonstige Bezugspersonen sich an Sharing beteiligen, macht der Einzelne auch eher mit. Wenn beispielsweise der Stadtpräsident oder Bürgermeister einer Stadt für zwei Wochen auf das Auto verzichtet, setzt er damit ein Zeichen. Auch hilft es der Verbreitung von Sharing-Angeboten, wenn eine Art «Sharing-Community» entsteht, d.h. ein gemeinsames Verständnis in der Stadt, dass Sharing stattfinden soll.



Abbildung 2: Sharing-Treiber



### 3.2 Empirische Studie zu Einflussfaktoren

Im ShareCity-Projekt wurde die relative Bedeutung dieser Faktoren untersucht. Hierzu wurde ein experimenteller Ansatz gewählt, dem das in Abbildung 3 dargestellte Modell zugrunde liegt. Den Probanden wurde ein von drei Sharing-Services kurz vorgestellt. Bei den drei Ansätzen handelte es sich um: (1) E-Cargo-Bike-Sharing, bei dem elektrische Lastenfahrräder angeboten werden, etwa um Einkäufe zu transportieren; (2) Wohn-Sharing, bei dem in einem Wohnkomplex relativ kleine Privateinheiten und dafür grosszügige Gemeinschaftsräume (z.B. Gemeinschaftsbüro, Gemeinschaftsgrossküche u.ä.) angeboten werden; (3) Garten-Sharing, bei dem mitten in der Stadt Gartenfläche angeboten wird, um dort (gemeinsam) zu gärtnern. Dann wurden diese Szenarien anhand von verschiedenen Kriterien bewertet, mit denen die o.g. Einflussfaktoren gemessen wurden, durch Statements wie «Dieses Angebot würde mir grossen Mehrwert bringen.» Zudem wurde abgefragt, wie gross die Wahrscheinlichkeit eingeschätzt wird, die Sharing-Angebote zu nutzen. Durch eine Regressionsanalyse wurden dann die relativen Einflüsse der Einflussfaktoren auf diese Verhaltensabsicht analysiert. Die **Faktoren mit dem grössten Einfluss** waren die soziale Norm, das Vertrauen sowie der hedonistische Nutzen. Sharing-Angebote werden demnach eher genutzt, wenn Sharing vom sozialen Umfeld wertgeschätzt wird, Vertrauen in die Sharing-Angebote besteht und die Sharing-Angebote Spass verheissen.

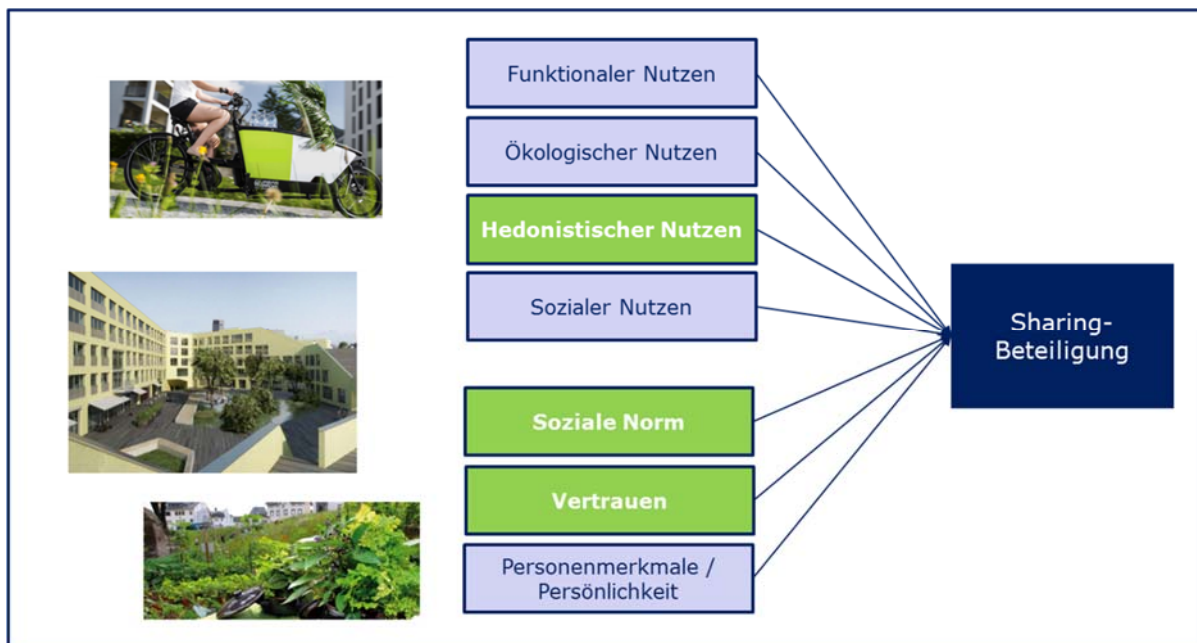


Abbildung 3: Empirisches Untersuchungsmodell und wichtigste Sharing-Treiber

Die Kenntnis dieser Faktoren unterstützt Gestalter der Sharing Economy beim Design von Sharing und seinen Rahmenbedingungen. Diese Gestalter können Plattformbetreiber oder eben die öffentliche Hand, wie Stadtverwaltungen, sein. Aus Sicht von Stadtverwaltungen können die Studienergebnisse folgendermassen genutzt werden: Die Relevanz der **sozialen Norm** bedeutet, dass Sharing sich umso eher verbreitet, je mehr es in der Stadt eine (oder zahlreiche) **Sharing Communities** gibt. Auch wenn es auf vielen Ebenen, auch im Privaten oder Geschäftlichen, Communities gibt, so kann die Stadt eine gute Ebene fürs Community Building sein. Wenn eine Stadt sich explizit als Sharing City bezeichnet, dies vorlebt und den Nutzen sichtbar macht, kann stadtweit ein Sharing-Bewusstsein geschaffen werden. Die Relevanz des **Vertrauens** können Städte zum Anlass nehmen, die **Rolle eines Vertrauensankers** zu übernehmen, indem sie dazu beitragen, dass potenzielle Sharing-teilnehmer weniger Unsicherheit bei der Sharing-Nutzung empfinden. Schliesslich bietet die Wichtigkeit des Mehrwertes die Grundlage dafür, einen Zusatznutzen von Sharing-Angeboten zu generieren und auch zu kommunizieren. Beispielsweise durch Kommunikationsmassnahmen, durch Regulatorik (z.B. Extraspuren) oder Vorbildfunktion.

#### **4. ShareCity-Strategien**

##### **4.1 Framework zur systematischen Ableitung von ShareCity-Strategien**

Dem ShareCity-Ansatz liegt die Überlegung zugrunde, dass Städte die Potenziale von Sharing für mehr ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit eher nutzen können, wenn sie systematische Sharing-Strategien entwickeln. Hierzu wurde im ShareCity-Projekt ein Strategie-Framework entwickelt und für verschiedene Konstellationen, insbesondere gemeinsam mit der Stadt St.Gallen angewandt. Zur Definition einer Sharing-Strategie werden anhand des Frameworks folgende Fragen gestellt (vgl. Abbildung 4):

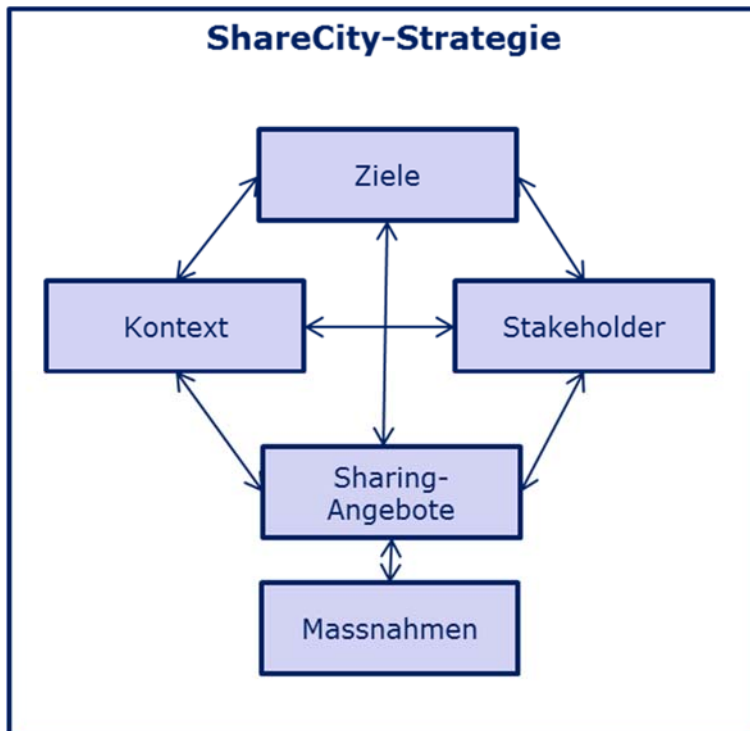


Abbildung 4: ShareCity-Strategie-Framework

(1) Welche **Ziele**?

Zunächst sollte man sich Klarheit darüber verschaffen, welche Ziele mit Sharing verfolgt werden sollen? Bzw. auch welche Ziele zumindest nicht durch Sharing beeinträchtigt werden sollen. Hierbei lohnt es sich, die allgemeinen Ziele (z.B. Legislaturziele, Visionen) der Stadt zum Ausgangspunkt zu nehmen. Zudem können weitere spezifische Ziele aus aktuellen Herausforderungen einer Stadt abgeleitet werden, z.B. Verkehr reduzieren, Innenstadt beleben, Interaktion zwischen den Generationen erhöhen, Arbeitsplätze schaffen u.a.m.

(2) Welcher **Kontext**?

Der Kontext, in dem Sharing angewandt werden soll, ist ebenfalls festzulegen. Dies kann die gesamte Stadt sein, für die eine ganzheitliche Sharing-Strategie entwickelt werden soll. Dies kann ein bestimmtes Quartier sein, das durch Sharing eine Belebung erfahren soll. Dies können Strassenzüge sein, die beispielsweise besonders von AirBnB-Vermietungen betroffen sind. Es könnte auch die Integration zwischen Stadt und Umland im Fokus stehen.

- (3) Welche **Stakeholder**? Es ist zu prüfen, welche Stakeholder bei der Gestaltung des Sharing einzubeziehen sind. Ein isoliertes Vorgehen durch die Stadtverwaltung alleine ist meist nicht sinnvoll. Bei unseren Arbeiten mit der Stadt St.Gallen wurde beispielsweise betont, dass die bestehenden Sharing-Initiativen im Sinne eines «bottom-up»-Ansatzes einbezogen werden sollen. Auch wurde es als relevant erachtet, dass die bestehende «Nicht-Sharing»-Wirtschaft eine starke Rolle im Sharing-Strategie-Prozess spielt. Damit können mögliche Widerstände im Prozess berücksichtigt werden. Gleichzeitig kann die lokale Wirtschaft bei ihrem Innovationsprozess unterstützt werden.
- (4) Welche **Sharing-Ansätze**? Aus der Vielfalt der Sharing-Ansätze sind jene auszuwählen, mit denen die definierten Ziele erreicht werden können. Je nach Ausgangssituation und Herausforderungen sind unterschiedliche Sharing-Ansätze mehr oder weniger relevant.
- (5) Welche **Massnahmen**? Schliesslich ist festzulegen, mit welchen Massnahmen die angestrebten Ziele erreicht werden sollen. Massnahmen können dabei in fünf Bereichen liegen: Initiieren, Positionieren, Regulieren, Fördern und Inspirieren (vgl. folgender Abschnitt für eine ausführlichere Erläuterung).

Die fünf Phasen dieses Strategie-Prozesses können in unterschiedlicher Reihenfolge durchlaufen werden. Die angegebene Reihenfolge kann etwa Anwendung finden, wenn eine Stadt eine ganzheitliche Sharing-Strategie entwickeln will. Entsprechend würde sie den fünf Phasen folgen. Diese Reihenfolge findet auch Anwendung, wenn Sharing-Strategien für einzelne Teilbereiche entwickelt werden sollen. Wenn z.B. die Verkehrssituation durch Sharing verbessert werden soll (Ziel), würden entsprechend Fragen in den vier weiteren Bereichen folgen. Den Ausgangspunkt könnte aber auch im Bereich «4. Sharing-Ansatz» angesiedelt sein. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn sich eine Stadt darüber Gedanken macht, wie sie mit evtl. Auswüchsen von Angeboten auf AirBnB umgehen soll. Dann startet der Strategieprozess mit möglichen Problemen, die durch AirBnB entstehen. Anschliessend wird definiert, was die Ziele der Stadt diesbezüglich sind, usw.

## 4.2. Konkrete Sharecity-Massnahmen

Städten stehen verschiedene Massnahmen zur Verfügung, um Sharing zu gestalten, d.h. zu fördern, einzuschränken, zu kanalisieren, usw. Diese Massnahmen können den folgenden fünf Bereichen zugeordnet werden (vgl. Abbildung 5):

- (1) **Initiieren:** Städte können selbst Sharing-Angebote entwickeln und anbieten. Ein Beispiel hierfür ist die Entwicklung einer Quartiers-App mit Sharing-Elementen. Oder: Das Schweizer Bundesamt für Energie (BfE) hat mit Unternehmen Pilotprojekte durchgeführt, die die Nutzung von Fahrgemeinschaften durch die Mitarbeitenden fördern sollten.
- (2) **Positionieren:** Städte können dazu beitragen, dass sich Sharing-Anbieter in der Stadt positionieren können, so an Aufmerksamkeit gewinnen und dadurch eher von der Bevölkerung in Betracht gezogen werden. Städte können bestehenden Sharing-Initiativen eine Plattform geben, sei es online durch eine Art «Sharing-Portal» oder im «real life». Beispielsweise hat die Stadt St.Gallen als eine konkrete Massnahme aus dem ShareCity-Projekt einen Sharing-Markt «ShareGallen» ausgerichtet. Bei der Veranstaltung haben über 20 Sharing-Initiativen an Ständen ihre Sharing-Ansätze vorgestellt. Das Event, das durch musikalische und gastronomische Begleitung einen «Fest-Charakter» hatte, wurde von der Bevölkerung gut aufgenommen und wurde gut besucht.
- (3) **Regulieren:** Nach Regulierung wird oft gerufen, wenn neue Entwicklungen bestehende Geschäftsmodelle gefährden und durch Regulierung eine Einschränkung neuer Anbieter erreicht werden soll, bzw. wenn neue Angebote die Richtlinien umgehen, die bestehende Anbieter einhalten müssen. Aufgrund der Verbreitung von AirBnB meldet die Hotelbranche, dass solche Angebote zu regulieren seien. Und die Verbreitung von Uber bringt die Taxi-Lobby auf den Plan, die fordert, solche Angebote zu beschränken. Neben einer solchen Negativregulierung ist eine Positivregulierung möglich, die zur Verbreitung von Sharing beiträgt. Ein prägnantes Beispiel sind Extraspuren für Fahrgemeinschaften. Durch diese wird der funktionale Nutzen des Teilens erhöht, da man durch geteiltes Fahren in Fahrgemeinschaften meist schneller vorwärtskommt, da diese Spuren weniger stark befahren sind.

- (4) **Finanzieren:** Städte können Sharing im Allgemeinen oder einzelne Sharing-Initiativen durch finanzielle Unterstützung fördern. Ein Beispiel hierfür sind beispielsweise Ideenwettbewerbe, mit denen bestimmte Themen unterstützt werden.
- (5) **Inspirieren:** Eine Stadt kann die Verbreitung von Sharing auch explizit dadurch fördern, dass sie die Menschen in der Stadt zu einer Teilnahme inspiriert, z.B. durch ein eigenes Vorleben. Ein Beispiel sind Städte, die ihren Mitarbeitenden Car-Sharing anbieten, oder in denen sich wichtige Persönlichkeiten, wie der Bürgermeister oder andere Prominente in der Stadt, an Sharing-Initiativen beteiligen.

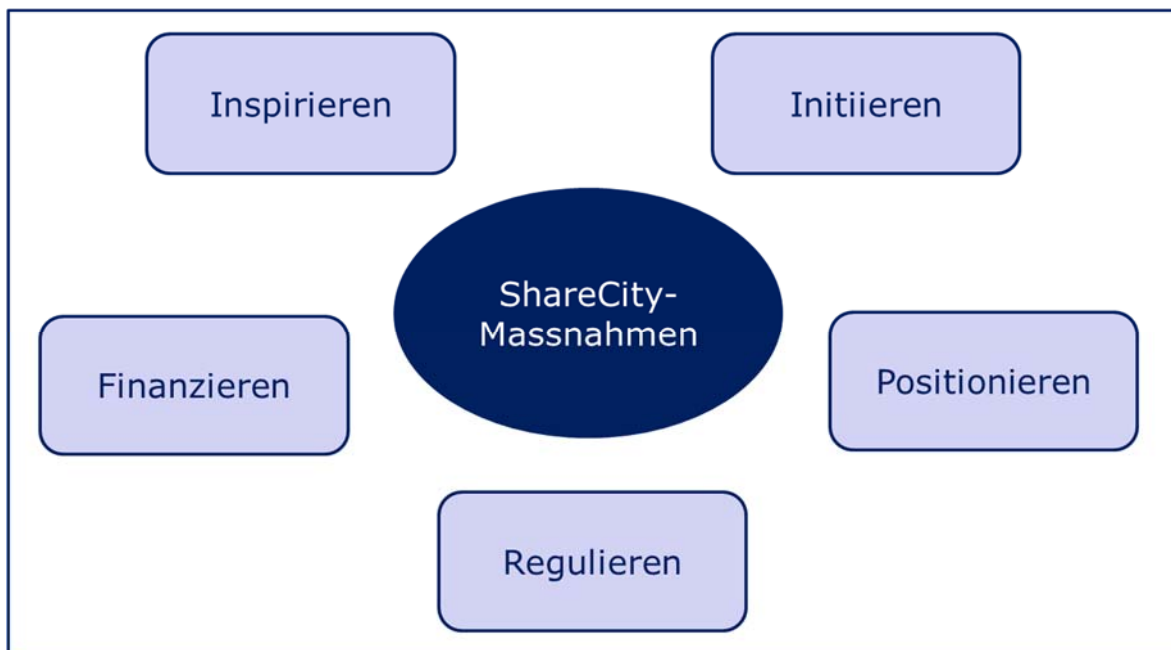


Abbildung 5: ShareCity-Massnahmen

### 4.3 ShareCity-Workshops

Das Sharecity-Strategie-Framework kann genutzt werden, um in Städten systematisch eine ShareCity-Strategie zu erarbeiten. Im Falle von St.Gallen wurde etwa ein ShareCity-Strategie-Workshop mit über 20 Teilnehmenden aus Stadtverwaltung, lokaler Wirtschaft und Sharing-Initiativen durchgeführt. Anhand der Fragen des Frameworks wurden grundsätzliche Überlegungen für die Stadt St.Gallen im Hinblick auf Sharing in der Stadt angestellt.

## **5. Organisatorische Voraussetzungen für eine Sharing-Orientierung**

Wie bei anderen Themen auch, wird auch Sharing nur systematisch umgesetzt, wenn sich in der Stadtverwaltung jemand für Sharing verantwortlich fühlt. In den meisten Städten gibt es kein Sharing-Amt oder keinen Sharing-Verantwortlichen. Sharing hat häufig eine typische Querschnittsfunktion. Es spielt in viele Funktionen einer Stadt, wie Hochbau, Bildung, Gesundheit, Stadtentwicklung, Verkehr rein. Um neue Gedanken, wie eben Sharing, in gewachsene Strukturen reinzubringen, ist es erforderlich, dass sich einzelne Verantwortliche des Themas annehmen. In St.Gallen war dies die Leitung des Amtes für Umwelt und Energie. Daneben kann eine organisatorische Verankerung dazu beitragen, den Sharing-Gedanken stärker zu etablieren, beispielsweise durch Regeln, dass bei neuen Projekten jeweils Sharing-Potenziale zu prüfen sind, oder die Definition von explizit für Sharing Verantwortlichen. In manchen internationalen Städten wurden beispielsweise Sharing-Ressorts geschaffen.

Durch die aktive Auseinandersetzung mit Sharing im Sinne einer ShareCity-Strategie können Stadtverwaltungen (und verallgemeinert generell die öffentliche Hand) Rahmenbedingungen schaffen, die es erlauben, die positiven Potenziale von Sharing und der Sharing Economy zu nutzen. Der Weg dorthin ist ein spannender mit vielen offenen Fragen und Herausforderungen, zu denen wir durch unsere Forschungen gerne einen Beitrag leisten.