

www.pwc.de

Share Economy Repräsentative Bevölkerungsbefragung 2015



pwc

Zusammenfassung der Ergebnisse

Bevölkerungsbefragung Share Economy

Share Economy, auch bekannt als KoKonsum, Collaborative Economy, Collaborative Consumption oder Peer-to-Peer Economy, ist derzeit in aller Munde und gilt als kommender Mega-Trend. Dabei werden z.B. Räume, Autos, Geräte, Maschinen oder Kleidungsstücke gemeinschaftlich genutzt – also von Menschen geteilt, getauscht oder verliehen. Die Zahl entsprechender Anbieter wächst stetig und das Wachstumspotenzial ist hoch.

Die Bekanntheit von Share Economy bei den Bundesbürgern ist recht groß: Rund 60 Prozent kennen mindestens einen Anbieter aus diesem Bereich (S. 12). **Knapp die Hälfte hat in den letzten zwei Jahren auch ein Share Economy-Angebot genutzt** (46 Prozent, S. 5). Der Unterschied zwischen den verschiedenen Altersgruppen ist dabei sehr groß: 82 Prozent der Unter-30-Jährigen hat schon einmal ein Angebot genutzt; bei der Generation 60+ war es nur rund ein Viertel (S. 7).

Insgesamt ist das Potenzial von Share Economy aber hoch: **Zukünftig wollen deutlich mehr Befragte Share Economy-Angebote nutzen** (64 Prozent, S. 5). Auch bei den Älteren, die bislang eher seltener solche Angebote wahrgenommen haben, zeigt sich ein recht starkes Interesse (52 Prozent, S. 7).

Zusammenfassung der Ergebnisse

Bevölkerungsbefragung Share Economy

70 Prozent der Befragten sehen bei Share Economy-Unternehmen Vorteile gegenüber traditionellen Unternehmen. **Haupt-Vorteil: ein besserer Preis für die gleiche Leistung** (40 Prozent, S. 16). Allerdings sind drei Viertel der Befragten der Meinung, dass Share Economy-Unternehmen gegenüber traditionellen Unternehmen auch Nachteile haben. **Insbesondere, wenn es um die Qualität der Produkte und Dienstleistungen geht, kommen Zweifel auf** (37 Prozent, S. 17). So sind auch die Hauptwünsche an Share Economy-Unternehmen, dass sie sicherstellen, dass Konsumenten von Fachleuten betreut werden (38 Prozent) und dass ausreichender Versicherungsschutz besteht (40 Prozent, S. 20).

Auf der Anbieterseite sehen die Befragten das zusätzliche Einkommen als größten Vorteil (31 Prozent, S. 18). **Als Haupt-Nachteil wird die unklare Gesetzeslage empfunden** (25 Prozent, S. 19). Das kann auch ein Grund dafür sein, dass es in den letzten zwei Jahren bislang eher wenige Deutsche gab, die Share Economy-Produkte anbieten haben (35 Prozent, S. 9). Die Anzahl wird allerdings zunehmen. **Insgesamt erwägt die Hälfte der Deutschen in den nächsten zwei Jahren, Share Economy-Produkte anzubieten** (S. 9). Für mehr als die Hälfte der Deutschen ist Share Economy ein **Motor für mehr Arbeitsplätze** (S. 21).

Nutzung von Share Economy- Produkten und -Dienstleistungen

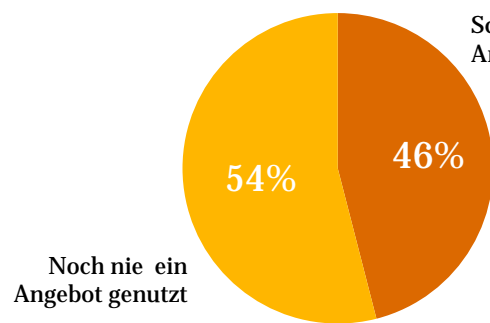
Entwicklung der Share Economy-Nutzung

46 Prozent der Befragten haben schon mindestens einmal ein Share Economy-Angebot genutzt – 64 Prozent planen dies für die Zukunft.

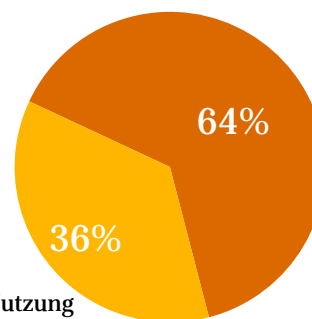
Nutzung von mindestens einem Angebot aus Hotel und Gastronomie, Automobil und Transport, Handel und Konsumgüter, Dienstleistungen, Finanzen oder Medien.

Nutzungsplanung mindestens ein Angebot aus den Bereichen in den nächsten zwei Jahren

Entwicklung Nutzung

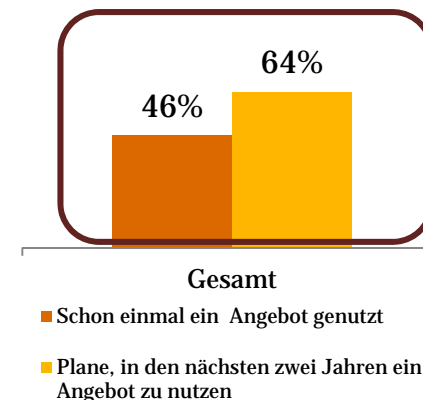


Schon einmal ein Angebot genutzt



Plane, in den nächsten zwei Jahren ein Angebot zu nutzen

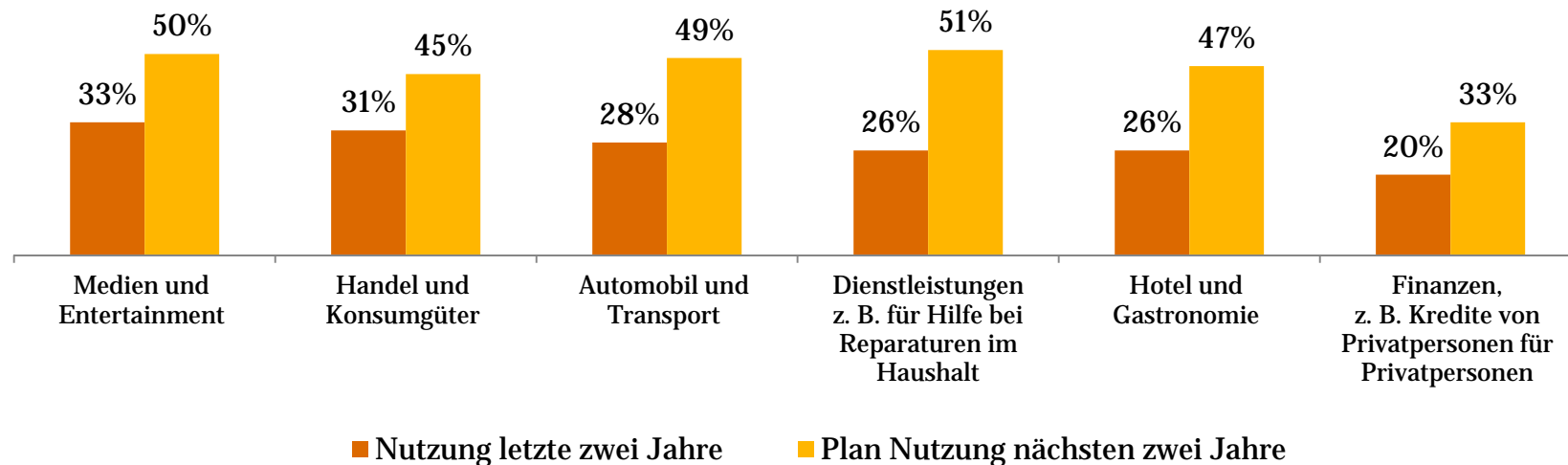
Plane keine Nutzung in den nächsten zwei Jahren



Frage 1: Wie häufig haben Sie selbst in den letzten zwei Jahren Share Economy-Angebote aus den folgenden Bereichen als Konsument in Anspruch genommen? / Frage 2 : Und wie häufig planen Sie in den nächsten zwei Jahren Share Economy-Angebote aus den folgenden Bereichen als Konsument in Anspruch zu nehmen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Eigene Berechnung)

Potenzial der Share Economy-Nutzung

Die Nutzung von Share Economy-Angeboten wird sich in den nächsten zwei Jahren in manchen Bereichen nahezu verdoppeln



Frage 1: Wie häufig haben Sie selbst in den letzten zwei Jahren Share Economy-Angebote aus folgenden Bereichen als Konsument in Anspruch genommen? / Frage 2 : Und wie häufig planen Sie in den nächsten zwei Jahren Share Economy-Angebote aus folgenden Bereichen als Konsument in Anspruch zu nehmen? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage) Darstellung Nutzer „Häufig, Manchmal, + Selten“.

Nutzung in den letzten zwei Jahren nach Alter und Geschlecht

Vor allem Jüngere planen, in den nächsten zwei Jahren Share Economy-Angebote zu nutzen.

Nutzung in den letzten zwei Jahren	Gesamt	Geschlecht		Alter				
		Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Basis	1000	483	517	170	142	199	173	316
Schon einmal ein Angebot genutzt	46%	50%	42%	82%	64%	44%	32%	27%
Noch nie ein Angebot genutzt	54%	50%	58%	18%	36%	56%	68%	73%

Nutzungsplanung	Gesamt	Geschlecht		Alter				
		Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Basis	1000	483	517	170	142	199	173	316
Plane, in den nächsten zwei Jahren zu nutzen	64%	67%	62%	88%	79%	60%	56%	52%
Plane keine Nutzung in den nächsten zwei Jahren	36%	33%	38%	12%	21%	40%	44%	48%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ Min. als 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

Frage 1: Wie häufig haben Sie selbst in den letzten zwei Jahren Share Economy-Angebote aus folgenden Bereichen als Konsument in Anspruch genommen? / Frage 2 : Und wie häufig planen Sie in den nächsten zwei Jahren Share Economy-Angebote aus folgenden Bereichen als Konsument in Anspruch zu nehmen?

Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Eigene Berechnung)

Angebot von Share Economy- Produkten und -Dienstleistungen

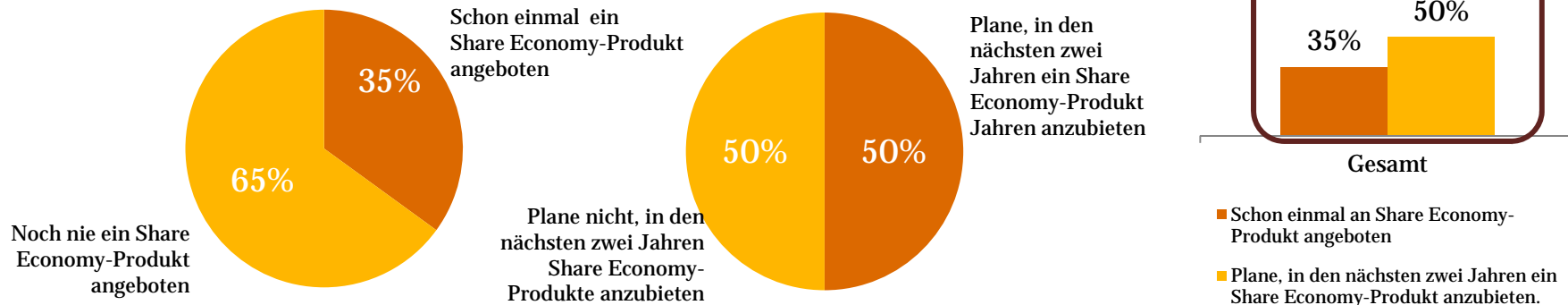
Entwicklung von Share Economy-Angeboten

Ein Drittel der Befragten hat schon mindestens einmal ein Share Economy-Produkt angeboten – die Hälfte plant dies für die Zukunft.

Anbieter von mindestens einem Angebot aus Hotel und Gastronomie, Automobil und Transport, Handel und Konsumgüter, Dienstleistungen, Finanzen oder Medien.

Plan, mindestens ein Produkt aus den Bereichen in den nächsten zwei Jahren anzubieten

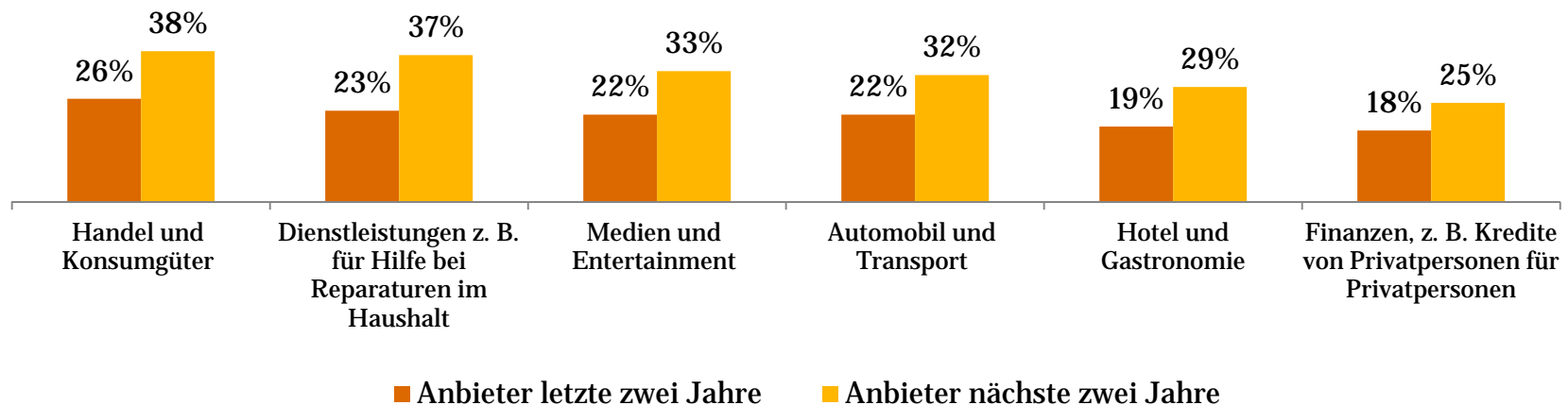
Entwicklung Anbieter



Frage 3: Und wie häufig haben Sie als Anbieter in den letzten zwei Jahren selbst Share Economy-Produkte oder -Dienstleistungen aus den folgenden Bereichen angeboten? / Frage 4: Und wie häufig planen Sie in den nächsten zwei Jahren selbst als Anbieter Share Economy-Produkte oder -Dienstleistungen aus den folgenden Bereichen anzubieten?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Eigene Berechnung)

Potenzial der Share Economy-Angebote

Die Anzahl der Deutschen, die Share Economy-Produkte anbieten wollen, wird in den nächsten zwei Jahren in allen Bereichen zunehmen.



Frage 3: Und wie häufig haben Sie als Anbieter in den letzten zwei Jahren selbst Share Economy-Produkte oder -Dienstleistungen aus den folgenden Bereichen angeboten? / Frage 4: Und wie häufig planen Sie in den nächsten zwei Jahren selbst als Anbieter Share Economy-Produkte oder -Dienstleistungen aus den folgenden Bereichen anzubieten? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage) Darstellung Nutzer „Häufig, Manchmal, + Selten“.

Anbieter in den letzten zwei Jahren nach Alter und Geschlecht

Vor allem Jüngere wollen zukünftig ein Share Economy-Produkt anbieten.

Bekanntheit	Gesamt	Geschlecht		Alter				
		Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Basis	1000	483	517	170	142	199	173	316
Habe schon einmal ein Share Economy-Produkt angeboten	35%	37%	32%	60%	52%	36%	26%	17%
Habe noch nie ein Share Economy-Produkt angeboten	65%	63%	68%	40%	48%	64%	74%	83%

Bekanntheit	Gesamt	Männer	Frauen	18 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Basis	1000	483	517	170	142	199	173	316
Plane, in den nächsten zwei Jahren ein Share Economy-Produkt anzubieten	50%	51%	49%	72%	63%	50%	43%	36%
Plane nicht, in den nächsten zwei Jahren Share Economy-Produkte anzubieten	50%	49%	51%	28%	37%	50%	57%	64%

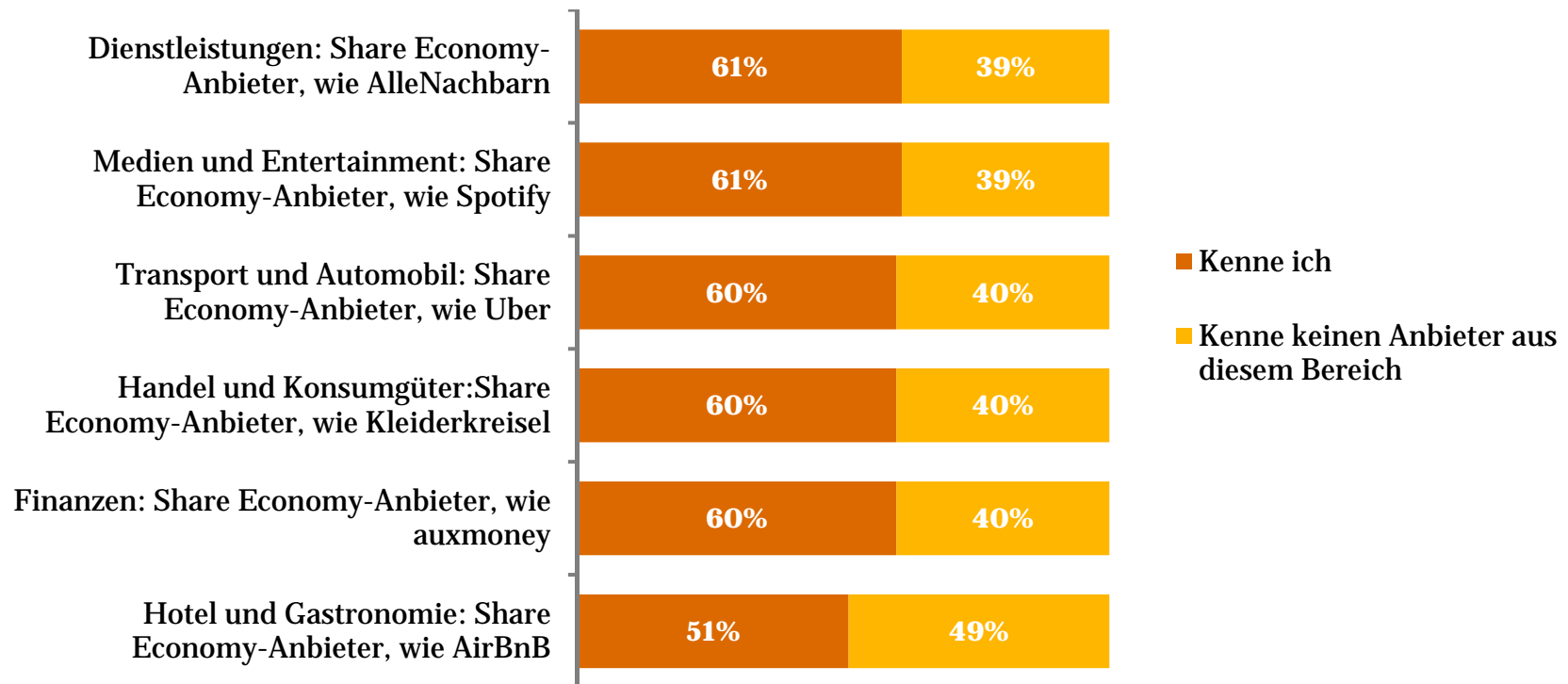
Frage 3: Und wie häufig haben Sie als Anbieter in den letzten zwei Jahren selbst Share Economy-Produkte oder -Dienstleistungen aus den folgenden Bereichen angeboten? / Frage 4: Und wie häufig planen Sie in den nächsten zwei Jahren selbst als Anbieter Share Economy-Produkte oder -Dienstleistungen aus den folgenden Bereichen anzubieten? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Eigene Berechnung)

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ Min. als 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

Bekanntheit Share Economy-Anbieter

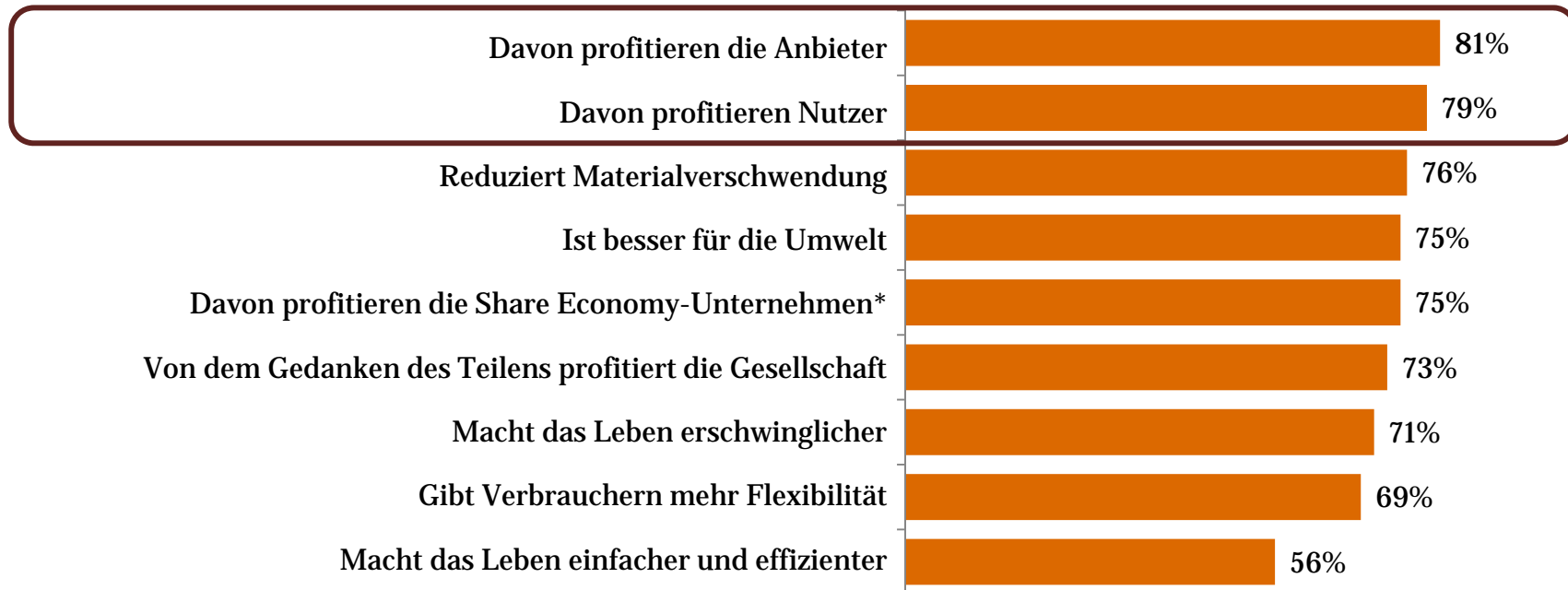
Die Mehrheit der Deutschen kennt Share Economy-Anbieter.



Beurteilung von Share Economy-Angeboten

Share Economy: Vorteile

Acht von zehn Deutschen sehen einen hohen Nutzen von Share Economy sowohl für Anbieter als auch für Konsumenten.



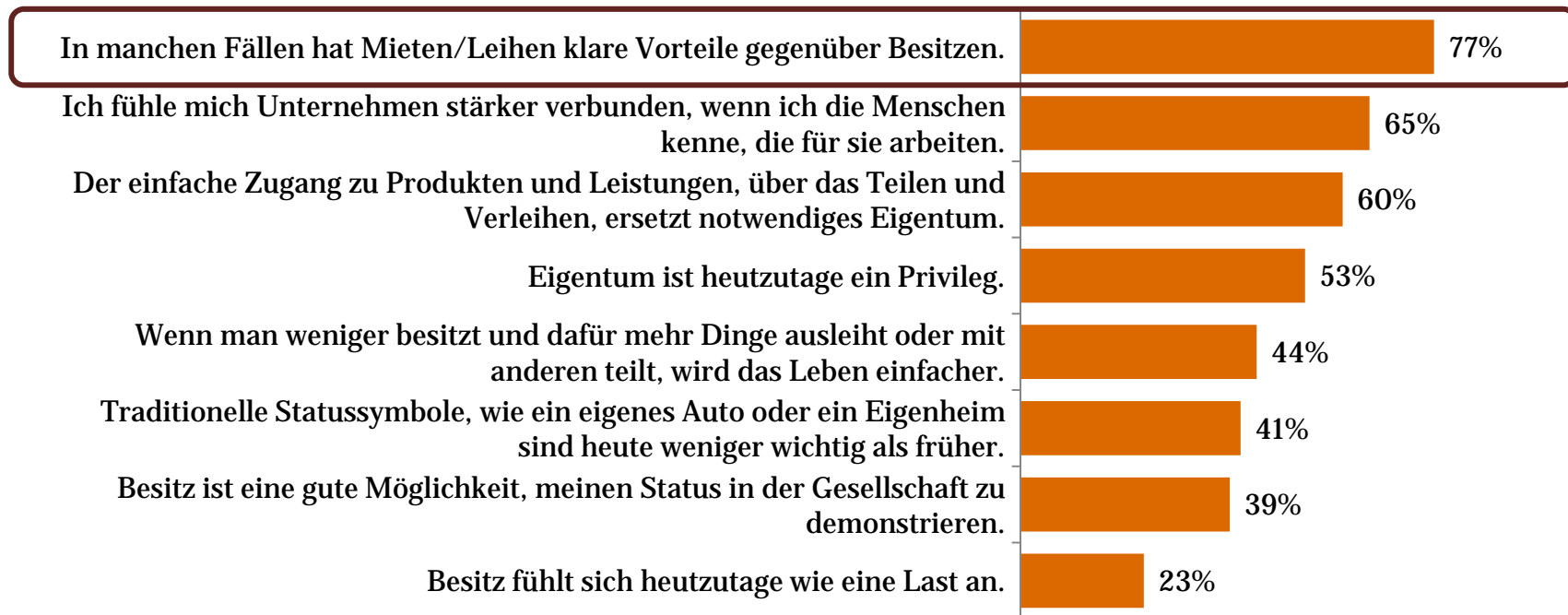
Frage 10: Denken Sie bitte wieder ganz allgemein an das Thema Share Economy. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Thema Share Economy zustimmen oder nicht zu stimmen.

Basis: alle Befragten; N = 1.000 (Skalierte Abfrage: Stimme zu / Stimme nicht zu) Darstellung „Stimme zu“

*also die Betreiber der Plattformen, über die die Share Economy-Anbieter ihre Produkte und Dienstleistungen anbieten

Share Economy: Besitz und Verbundenheit

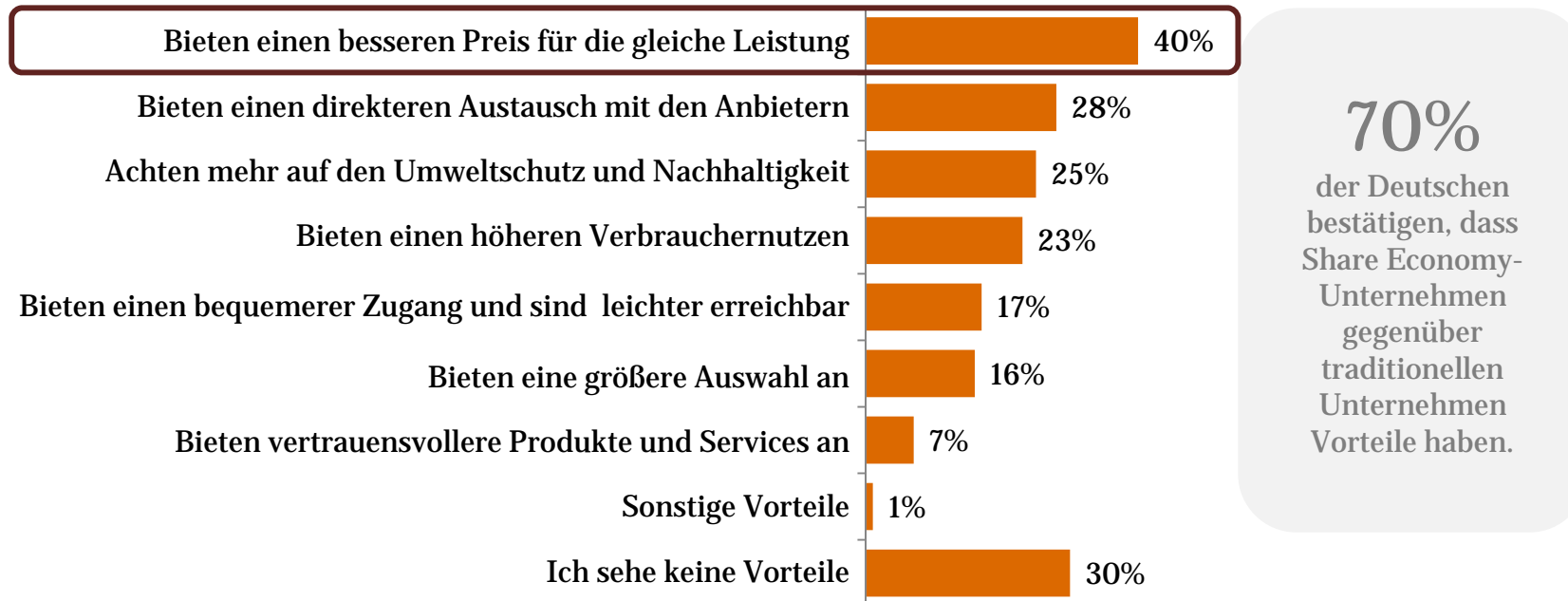
Mehr als drei Viertel der Deutschen bestätigen, dass Mieten oder Leihen manchmal einen klaren Vorteil gegenüber Besitzen hat.



Frage 11: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen.
Basis: alle Befragten; N = 1.000 (Skalierte Abfrage: Stimme zu / Stimme nicht zu) Darstellung „Stimme zu“

Vorteile aus Konsumentensicht

Größter Vorteil ist ein besserer Preis für die gleiche Leistung.

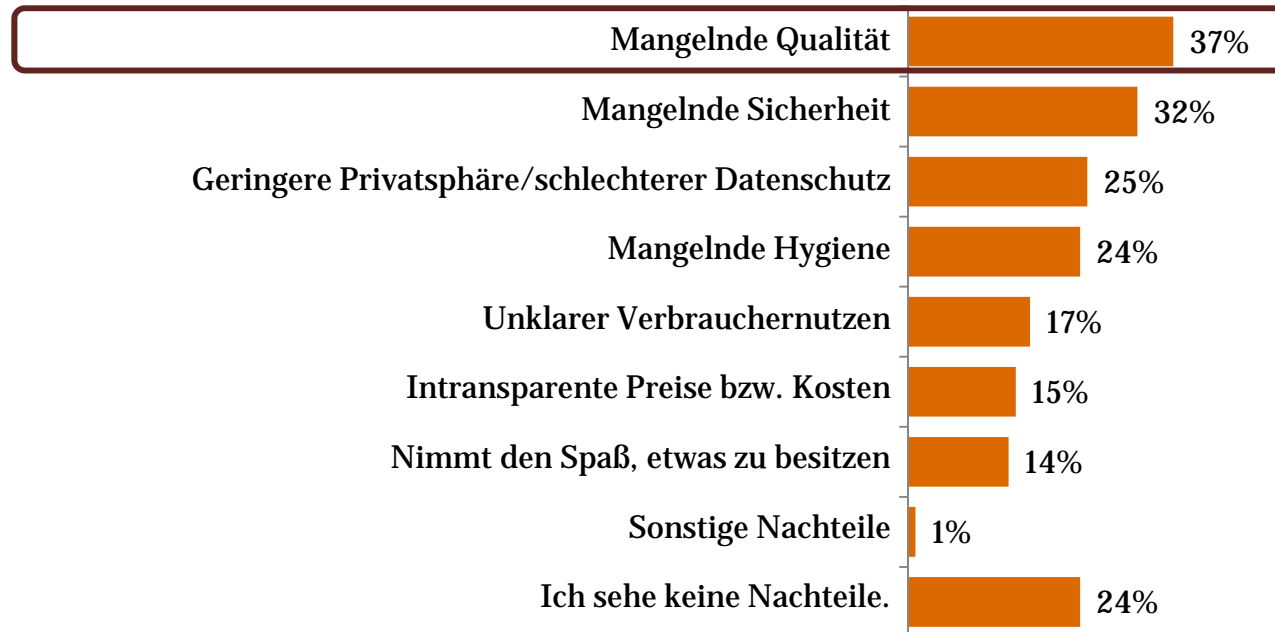


Frage 5: Denken Sie bitte ganz allgemein an das Thema Share Economy. Gibt es aus Ihrer Sicht als Konsument Vorteile, die Share Economy-Unternehmen, also die Betreiber der Plattformen, über die Share Economy-Anbieter ihre Produkte und Dienstleistungen anbieten, wie z. B. AirBnB, Uber, Car2Go oder Kleiderkreisel, gegenüber traditionellen Unternehmen haben? Bitte nennen Sie uns die drei wichtigsten Vorteile.

Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Nachteile aus Konsumentensicht

Mangelnde Qualität, Sicherheit und Datenschutz werden als größte Nachteile gesehen.



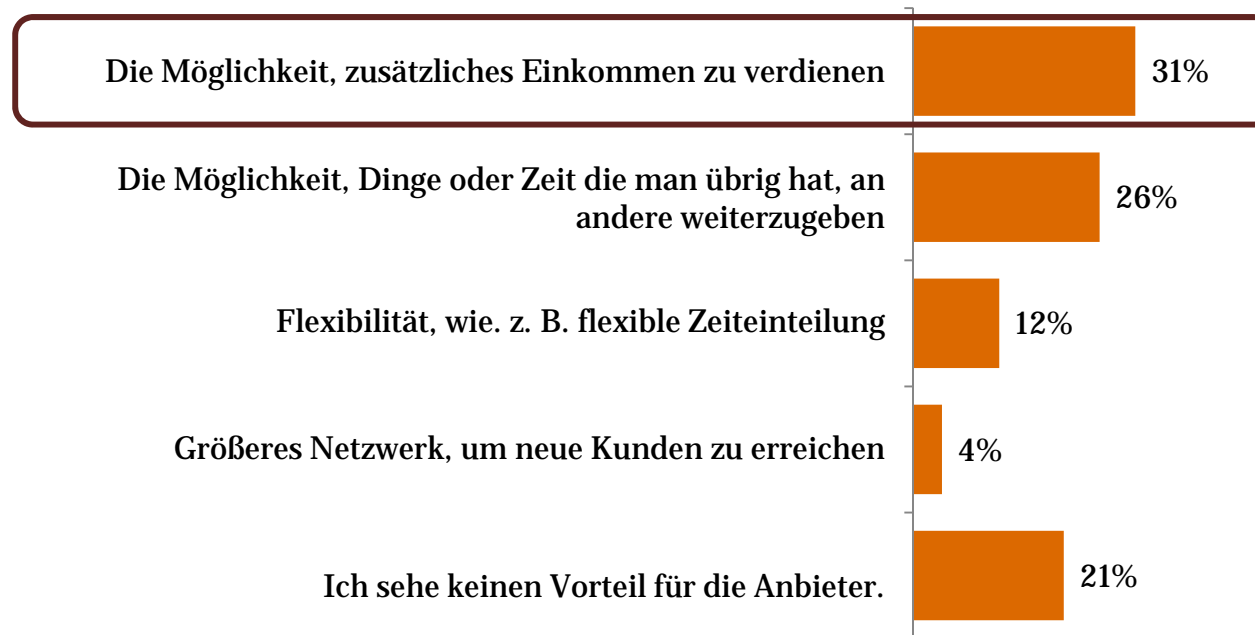
76%
der Deutschen sind
der Meinung, dass
Share Economy-
Unternehmen
gegenüber
traditionellen
Unternehmen
Nachteile haben.

Frage 6: Und welche Nachteile haben aus Ihrer Sicht Share Economy-Unternehmen gegenüber traditionellen Unternehmen? Bitte nennen Sie uns Ihre drei größten Bedenken gegenüber Share Economy-Unternehmen.

Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Vorteile aus Anbietersicht

Größter Vorteil für die Anbieter von Share Economy-Produkten:
zusätzliches Einkommen.

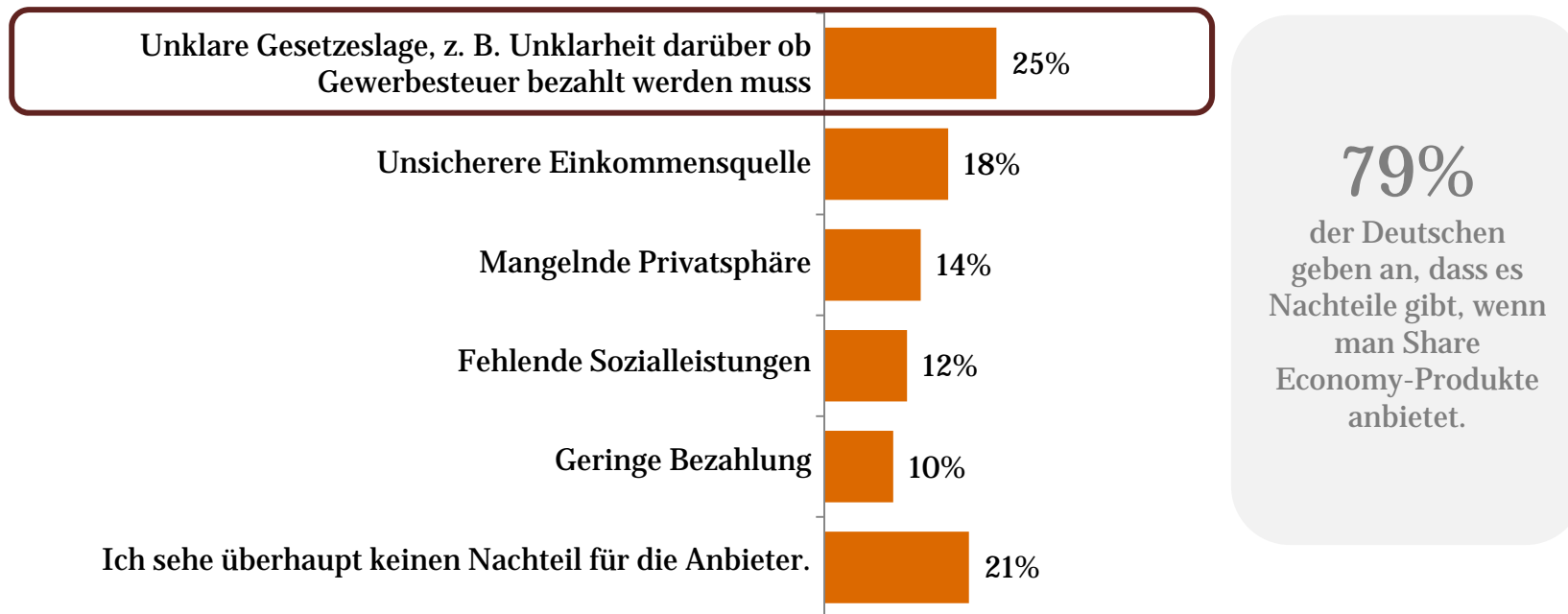


79%
der Deutschen
bestätigen, dass es
Vorteile gibt, wenn
man Share
Economy-Produkte
anbietet.

Frage 7: Jetzt geht es um die Anbieter von Share Economy-Produkten oder -Dienstleistungen, also z. B. Personen, die Schlafplätze vermieten, handwerkliche Leistungen anbieten oder in ihrem Auto Fahrgäste mitnehmen. Was ist aus Ihrer Sicht der größte Vorteil von Share Economy für die Anbieter von Produkten und Dienstleistungen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Nachteile aus Anbietersicht

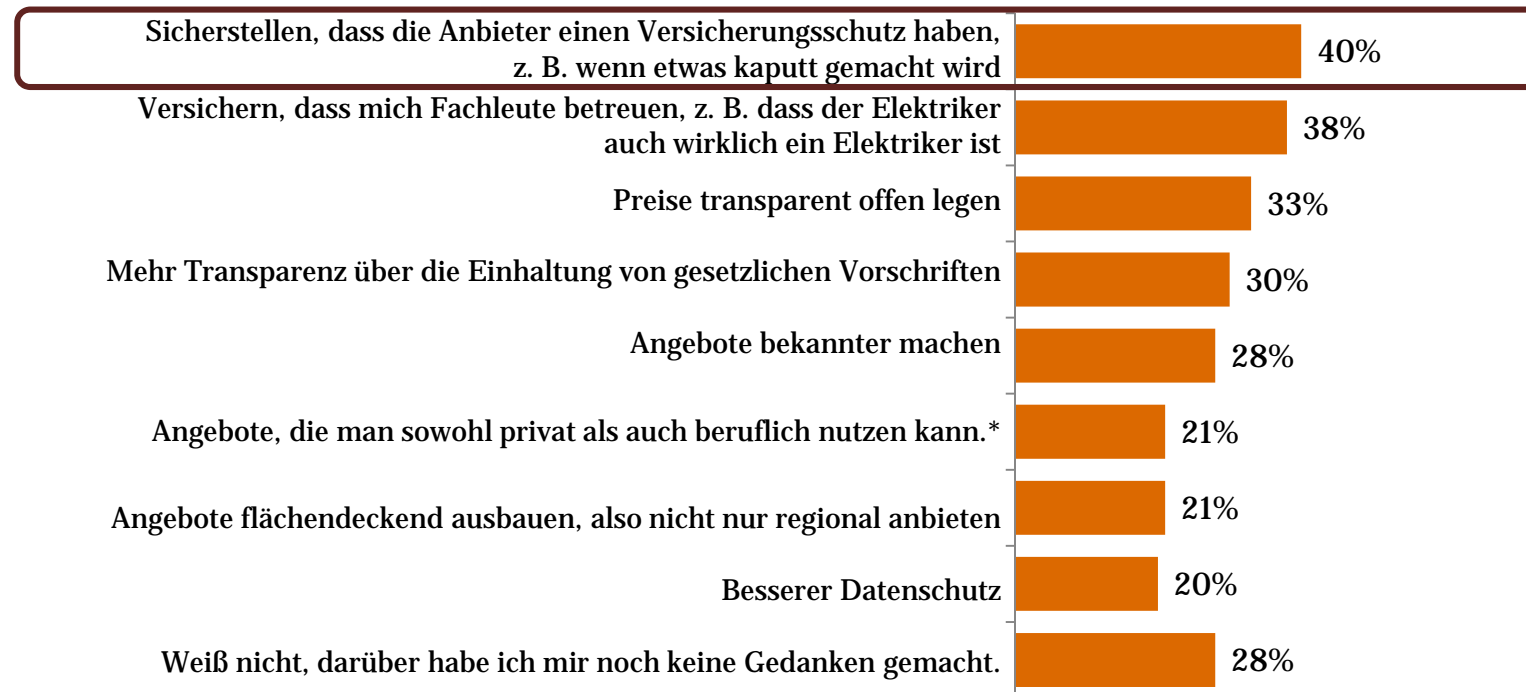
Größter Nachteil für Share Economy-Anbieter: unklare Gesetzeslage.



Frage 8: Bleiben wir bei den Anbietern von Share Economy-Produkten oder -Dienstleistungen, also z. B. Personen, die Schlafplätze vermieten, handwerkliche Leistungen anbieten oder in ihrem Auto Fahrgäste mitnehmen. Was ist Ihrer Meinung nach der größte Nachteil von Share Economy für die Anbieter?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Wünsche an die Share Economy-Anbieter

Größter Wunsch: Sicherstellung des Versicherungsschutzes.



Frage 9: Kommen wir nun zu Share Economy-Unternehmen, also den Betreibern der Plattformen, über die die Share Economy-Anbieter ihre Produkte und Dienstleistungen anbieten. Was können Share Economy-Unternehmen tun, um ihr Angebot noch attraktiver zu gestalten? Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

* z. B. Carsharing für private und berufliche Fahrten oder Übernachtungsmöglichkeiten, für die ich eine offizielle Rechnung erhalte.

Arbeitswelt und Gemeinschaft

Für mehr als die Hälfte der Deutschen ist Share Economy ein Motor für mehr Arbeitsplätze.



Frage 12: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen. ,
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage: Stimme zu / Stimme nicht zu) Darstellung „Stimme zu“

Vertrauen in Share Economy

63 Prozent der Deutschen erkennen in Share Economy eine Konkurrenz zu traditionellen Unternehmen.



Frage 13: Und bitte geben Sie auch hier an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Thema Share Economy zustimmen oder nicht zustimmen.

Basis: alle Befragten; N = 1.000 (Skalierte Abfrage: Stimme zu / Stimme nicht zu) Darstellung „Stimme zu“

Bevölkerungsbefragung Share Economy 2015

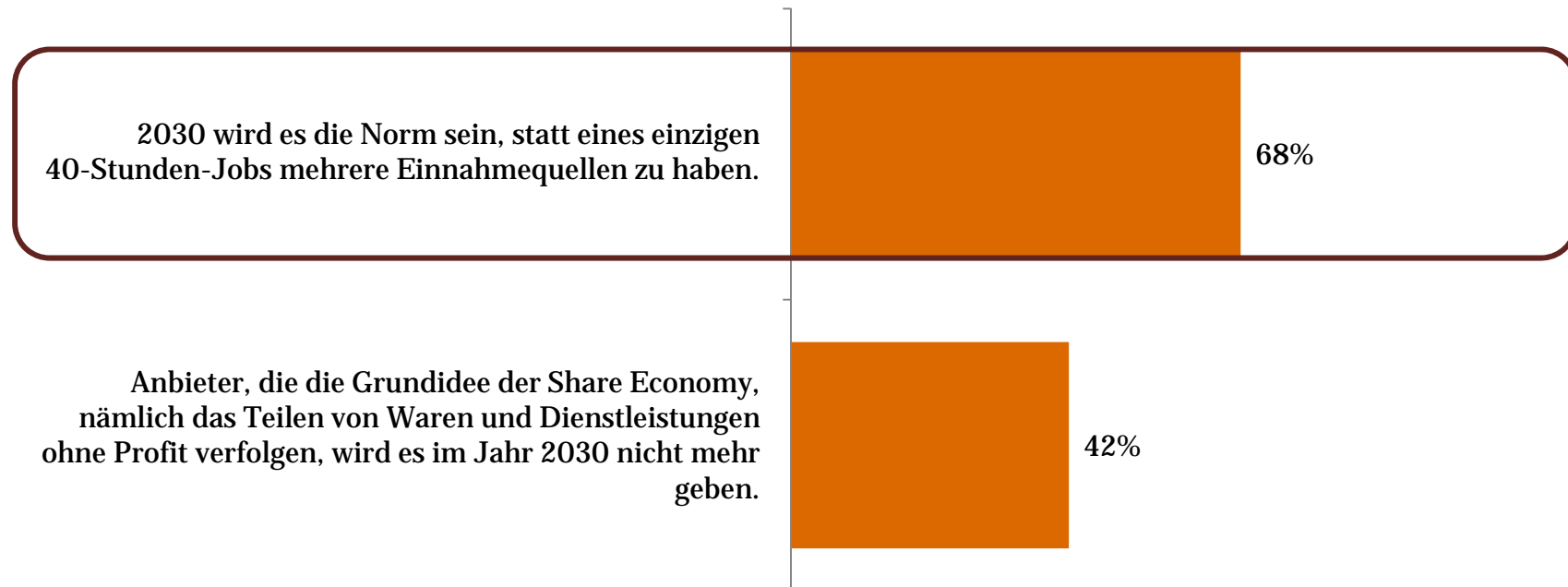
PwC

Juni 2015

22

Zukunft von Share Economy

Für zwei Drittel der Deutschen heißt das: mehrere Einnahmequellen statt eines 40-Stunden-Jobs.



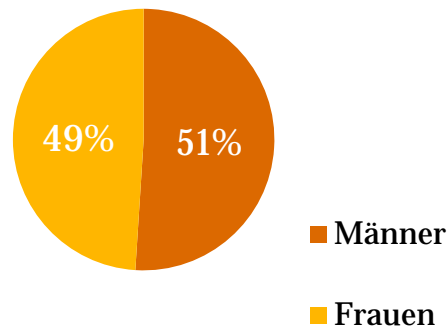
Frage 14: Werfen wir einen Blick in die Zukunft. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Zukunft von Share Economy zu oder nicht zu?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage: Stimme zu / Stimme nicht zu) Darstellung „Stimme zu“

Hintergrund und Untersuchungsansatz

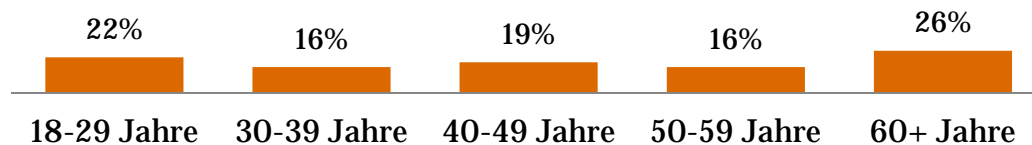
Hintergrund, Untersuchungsansatz und Statistik

Untersuchungsansatz: Online-Panel-Befragung, Befragung Zielgruppe: 1.000 Deutsche ab 18 Jahren, im Juni 2015

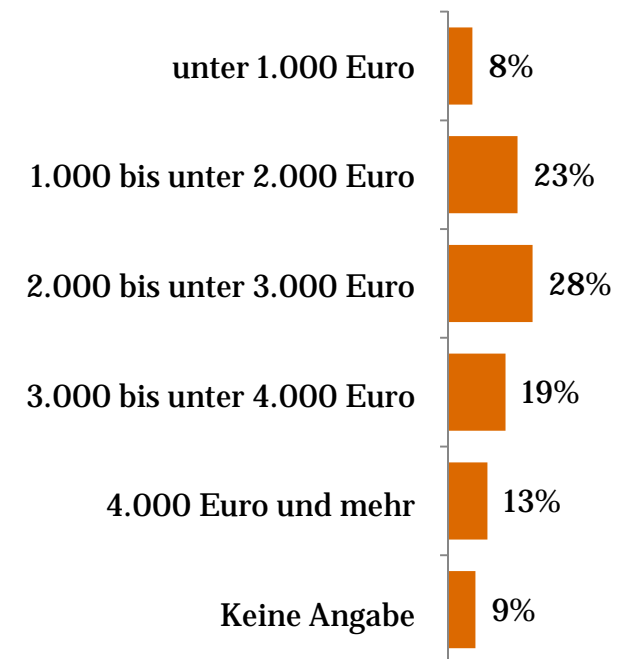
Geschlecht



Alter



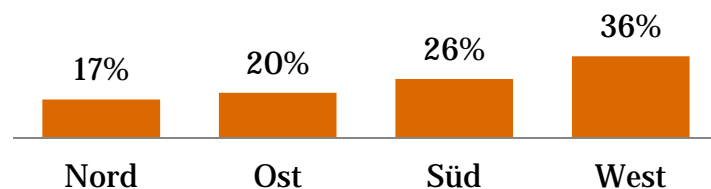
Haushaltsnettoeinkommen



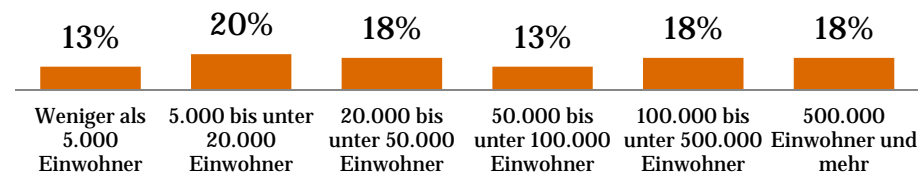
Die Daten sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung nach Alter, Geschlecht und Bundesland (gewichtet nach dem Zensus 2011 des Statistischen Bundesamtes)
Basis: Alle Befragten, N = 1.000, Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Abweichungen in den Summen lassen sich durch Rundungsdifferenzen erklären.

Hintergrund, Untersuchungsansatz und Statistik

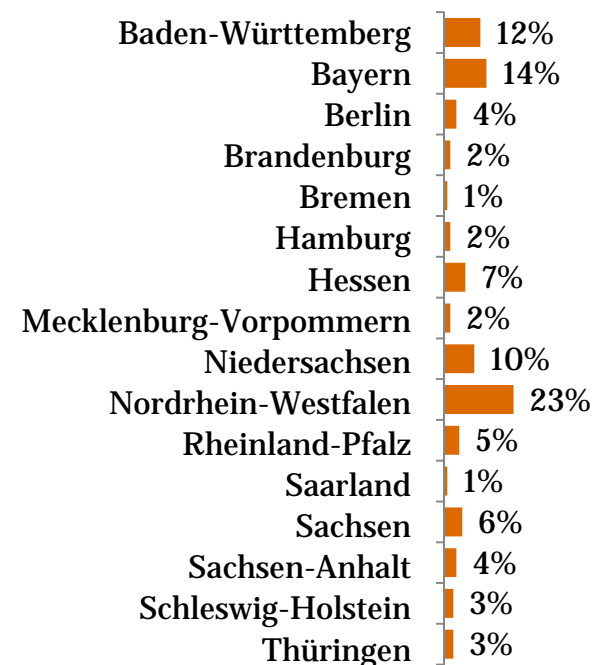
Region



Ort



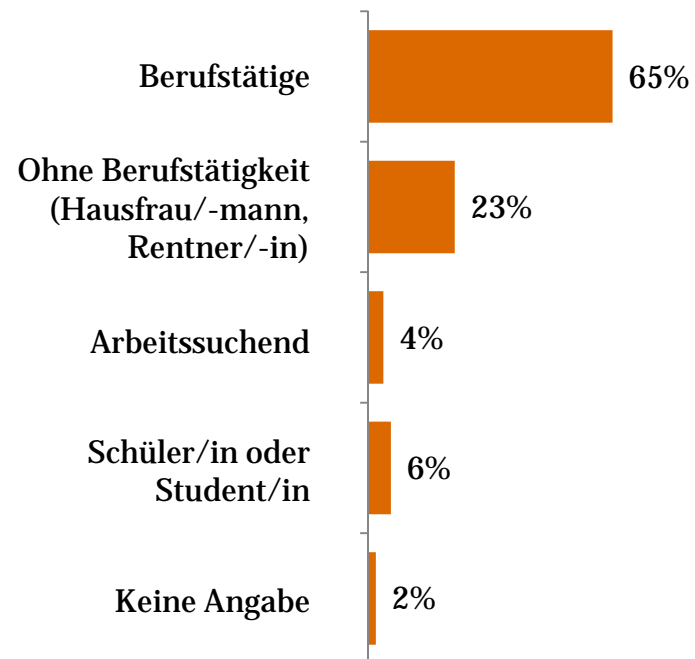
Bundesland



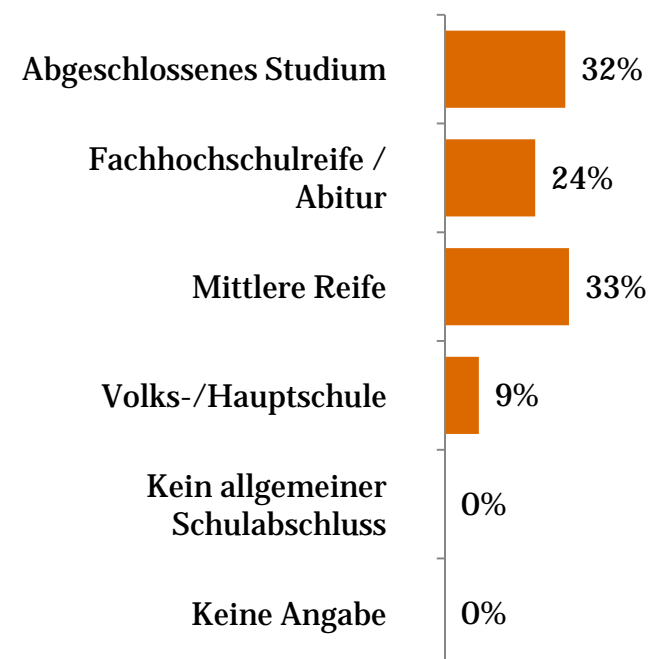
Die Daten sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung nach Alter, Geschlecht und Bundesland (gewichtet nach dem Zensus 2011 des Statistischen Bundesamtes)
Statistik: Region / Einwohnerzahl / Bundesland, Basis: alle Befragten

Hintergrund, Untersuchungsansatz und Statistik

Berufstätigkeit



Höchster Bildungsabschluss



Die Daten sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung nach Alter, Geschlecht und Bundesland (gewichtet nach dem Zensus 2011 des Statistischen Bundesamtes)
Statistik: Berufstätigkeit / Höchster Bildungsabschluss Basis: alle Befragten

Impressum

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form.

Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Kontakt:

Dagmar Schadbach
PwC Market Communications
Friedrich-Ebert-Anlage 37
60327 Frankfurt
Telefon: +49 69 9585-5612
Fax: +49 69 9585-953882
E-Mail: dagmar.schadbach@de.pwc.com