

Pressemitteilung

Datum:
25. November 2015

Sandra Lades
GfK Verein Presse
Tel. +49 911 395 3606
sandra.lades@gfk-verein.org

GfK-Nürnberg e.V.
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2715
info@gfk-verein.org
www.gfk-verein.org

Geschäftsführung:
Prof. Dr. Raimund Wildner

Präsidium:
Prof. Hubert Weiler
(Präsident)
Ralf Klein-Börling
Prof. Dr. Nicole Koschate-
Fischer
Prof. Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des
Gesellschafterrats:
Claus-P. Rach

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg

Sharing Economy – eine Frage des Alters

Ergebnisse der Studie „Sharing Economy 2015“ des GfK Vereins

Nürnberg, 25. November 2015 – Ob Auto, Wohnung oder Werkzeug – diese Dinge kann man auch leihen, statt sie zu besitzen. Das ist das Prinzip der „Sharing Economy“. Die Bekanntheit ist bislang eher gering: Nur 15 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung kennen den Begriff überhaupt, bei den Internetnutzern sind es immerhin 28 Prozent. Allerdings geben lediglich neun Prozent der Onliner an, Sharing-Angebote zu nutzen - bei den unter 30-Jährigen steigt dieser Wert aber auf immerhin 17 Prozent. Alle Altersgruppen sind sich jedoch einig, dass „Sharing Economy“ eine Konsumform mit Zukunft ist. Das ergab die Studie „Sharing Economy 2015“ des GfK Vereins.

Teilen könnte ein neuer Konsumtrend werden: Im Internet entstehen immer mehr solcher Plattformen, ob für Wohnungen, Autos, Kleidung oder Bücher. „Sharing Economy“ ist das Stichwort – das jedoch 83 Prozent der **Gesamtbevölkerung** bislang noch nicht kennen. Dies ist das Ergebnis der Studie „Sharing Economy 2015“, für die der GfK Verein die deutsche Gesamtbevölkerung und private Internetnutzer befragte.

Wird das Geschäftsmodell anhand von Beispielen beschrieben, gibt knapp ein Drittel der **Internetnutzer** an, solche Angebote zu kennen. Jeder Zweite hat davon schon einmal gehört, ohne Genaueres darüber zu wissen. Und nur etwa jedem Fünften sind Sharing-Angebote vollkommen unbekannt.

Teilen ist eine Frage des Alters

Bei der Nutzung sind die Onliner zurückhaltender: Nur neun Prozent sind auf Teil- oder Tausch-Plattformen aktiv, 14 Prozent interessieren sich immerhin für diese Angebote. Und lediglich fünf Prozent können sich eine

Nutzung überhaupt nicht vorstellen. Je jünger die Befragten sind, desto höher ist die Bereitschaft zu teilen: 17 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen unter 30 Jahren hat schon Erfahrungen mit Sharing-Plattformen gemacht, 19 Prozent würden in Zukunft darauf zurückgreifen. Bei den über 60-Jährigen haben lediglich zwei Prozent Sharing-Erfahrungen gesammelt, nur für jeden Zehnten käme eine Nutzung künftig in Frage.

Weniger kaufen entlastet die Umwelt

Obwohl noch die wenigsten Verbraucher Erfahrungen mit der „Sharing Economy“ haben, glauben die befragten Internetnutzer an diese Art des Konsums: Fast 70 Prozent derjenigen, die nach einer Erklärung etwas mit dem Begriff anfangen können, sind der Meinung, dass sich die Teil- und Tauschökonomie künftig stärker durchsetzen wird. Nur 18 Prozent glauben, dass Sharing ein Nischenangebot für einen kleinen Konsumentenkreis bleiben wird. Lediglich acht Prozent halten die „Sharing Economy“ für eine vorübergehende Modeerscheinung. „Aus den Ergebnissen ist ablesbar, dass die Nachfrage nach dem Teilen von bestimmten Gütern wohl steigen wird. Eine wichtige Frage wird aber sein, ob auch die Angebotsseite künftig Schritt hält - sowohl was professionelle Angebote betrifft als auch private“, kommentiert Professor Raimund Wildner, Geschäftsführer des GfK Vereins, die Ergebnisse.

Doch warum sollte man überhaupt Dinge mit anderen teilen? 81 Prozent der „Kenner“ des Begriffs stimmen zu, dass „Sharing Economy“ die Ressourcen schont und weniger Produkte hergestellt werden müssen. Sieben Prozent sind wiederum skeptisch und vermuten, dass mit dem gesparten Geld dann eben andere Dinge gekauft würden.

Zur Studie

Die Ergebnisse sind ein Auszug aus der aktuellen Studie „Sharing Economy 2015“ des GfK Vereins. Für die Studie hat der GfK Verein im September 2015 insgesamt 2.008 Internetnutzer ab 14 Jahren in Deutschland befragt.

Um Vergleiche zur Studie „Sharing Economy 2014“ zu ziehen, wurden zudem 1.000 Personen ab 14 Jahren per Telefon (CATI) und weitere 1.000 Personen online befragt. *Ausführlichere Ergebnisse finden Sie auf: www.gfk-compact.de*

Zum GfK Verein

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er setzt sich aus 550 Unternehmen und Einzelpersonen zusammen. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins kostenlos zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE.

Weitere Informationen unter www.gfk-verein.org.

Twitter: GfK_Verein

V.i.S.d.P.
GfK Verein, Presse
Sandra Lades
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-3606
sandra.lades@gfk-verein.org