

Presseinformation

Das Internet schafft eine Kultur des Teilens

- Die „Shareconomy“ revolutioniert Wirtschaft und Gesellschaft
- Umfrage: 83 Prozent der Internetnutzer verbreiten digitale Inhalte im Web
- Die Ökonomie des Teilens ist das Leitthema der Hightech-Messe CeBIT

Hannover, 4. März 2013

Die Shareconomy revolutioniert Wirtschaft und Gesellschaft: Immer mehr Menschen nutzen das Internet, um persönliche Erfahrungen, digitale Inhalte und Gegenstände aller Art mit anderen zu teilen. Das hat eine repräsentative Umfrage des Hightech-Verbands BITKOM ergeben. Danach teilen 83 Prozent aller Internetnutzer in Deutschland online digitale Inhalte, die sie selbst erstellt oder im Web gefunden haben. 17 Prozent geben an, dass sie hin und wieder auch Dinge wie Autos, Werkzeuge oder ihre Wohnung mit Hilfe des Internets teilen. Das entspricht rund 9 Millionen Personen. „Die Shareconomy ist ein gesellschaftlicher Megatrend, der sich durchsetzt“, sagte BITKOM-Präsident Prof. Dieter Kempf vor Beginn der CeBIT in Hannover. Vor allem das Teilen von Erfahrungen, Wissen und Ideen verändere das Wirtschaftsleben nachhaltig. „Verbraucher bekommen eine neue Macht, indem sie sich noch stärker als bisher an Wertschöpfungsprozessen beteiligen können“, sagte Kempf. „Moderne Informationstechnologien ermöglichen die Ökonomie des Teilens und sind gleichzeitig ihr Vorreiter, zum Beispiel mit Cloud-Diensten oder Social Software.“

Angestoßen hat den Trend zur Shareconomy vor allem der Erfolg des Social Web. „In sozialen Netzwerken ist es spielend leicht, digitale Inhalte zu verbreiten“, sagte Kempf. Hinzu kämen Blogs, Foren, die Kommentarfunktionen in Online-Medien oder Bewertungen in Web-Shops. Die steigende Verbreitung von Smartphones und die mobile Internetnutzung verstärken den Trend. Laut Umfrage teilen 44 Prozent der Internetnutzer persönliche Erfahrungen mit Produkten oder Dienstleistungen. Ebenfalls 44 Prozent teilen selbst gemachte Fotos, 29 Prozent eigene Texte und 15 Prozent selbst gedrehte Videos. Die Hälfte der Befragten nennt als wichtigsten Grund für das Teilen von Inhalten, Kontakt zu anderen Menschen halten zu wollen. 31 Prozent möchten neue Bekanntschaften schließen. Ein Viertel will auf Probleme oder andere Sachverhalte aufmerksam machen. 15 Prozent wollen durch das Internet bekannter werden, was vor allem im beruflichen Kontext eine Rolle spielt.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Maurice Shahd
Pressesprecher
+49. 30. 27576-114
m.shahd@bitkom.org

Tobias Arns
Bereichsleiter
Social Media und Mobile
+49. 30. 27576-115
t.arns@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Das Internet schafft eine Kultur des Teilens

Seite 2

Das Teilen von Erfahrungen, Wissen und sonstigen digitalen Inhalten hat vielfältige Auswirkungen auf die Wirtschaft. Laut der BITKOM-Umfrage lesen fast drei Viertel (73 Prozent) der Internetnutzer vor einer Bestellung die Bewertungen anderer Kunden und 35 Prozent geben selbst welche ab. Ein Viertel (26 Prozent) informiert sich anhand der persönlichen Erfahrungen anderer (Ex-)Mitarbeiter über potenzielle Arbeitgeber. „Wer seine Erfahrungen über Produkte oder Unternehmen teilt, entscheidet mit über Erfolg oder Misserfolg“, sagte Kempf. „Die Unternehmen reagieren darauf, indem sie selbst in den sozialen Medien präsent sind.“ Außerdem können sie diesen „Erfahrungsschatz“ für die Verbesserung ihrer Produkte nutzen. Das Social Web ermöglicht es, Kunden und andere Interessierte auch direkt in die Produktentwicklung einzubinden. Das Interesse daran ist vorhanden: In der Umfrage gaben 13 Prozent der Internetnutzer an, dass sie sich bereits an solchen Innovationsprojekten beteiligt haben. Das entspricht rund 7 Millionen Personen. Weitere 25 Prozent können sich das vorstellen. Unter den 14- bis 29-Jährigen sind es mit 18 Prozent (Beteiligung) und 32 Prozent (Bereitschaft) deutlich mehr.

Das im Social Web allgegenwärtige Teilen von Informationen, Wissen und Ideen fördert aus Sicht des BITKOM eine Offenheit und Transparenz, die auch die Arbeitswelt verändert. Laut Umfrage sagen fast zwei Drittel (63 Prozent) aller Berufstätigen, dass bessere Arbeitsergebnisse erzielt werden, wenn jeder seine Ideen und Informationen teilt. „Die Bedeutung von Hierarchien nimmt tendenziell ab, da die Arbeit vermehrt in Projekten und Teams erledigt wird, die sich über Social Software organisieren“, sagte Kempf. Allerdings fürchten 42 Prozent der Berufstätigen, dass sie persönlich Nachteile haben, wenn sie selbst Wissen preisgeben. Kempf: „Genau dieses Paradox wird durch positive Erfahrungen mit dem Teilen von Informationen schrittweise aufgelöst.“

Im Kommen ist das Teilen von Dingen mit Hilfe des Internet. „In der digitalen Welt lautet das Motto immer häufiger: Nutzen statt besitzen!“, sagte Kempf. „Die meisten Sachen stehen oder liegen die meiste Zeit ungenutzt herum. Verbraucher können mit dem Leihen, Mieten oder Tauschen von Sachen viel Geld sparen und gleichzeitig einen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten.“ Nach den Ergebnissen der Umfrage stehen 85 Prozent der Internetnutzer dem Teilen von Dingen grundsätzlich offen gegenüber. Gut die Hälfte (52 Prozent) ist der Meinung, dass dieser Trend wichtiger wird. Besonders beliebt ist das Sharing von Fahrrädern. Entsprechende Services haben 9 Prozent der Internetnutzer bereits in Anspruch genommen. Das entspricht rund 5 Millionen Personen. Ebenfalls 9

Presseinformation

Das Internet schafft eine Kultur des Teilens

Seite 3

Prozent haben Produkte oder Dienstleistungen über eine Online-Tauschbörse getauscht. Car Sharing nutzen 3 Prozent und Couch Surfing 2 Prozent. „Trotz der geringen Prozentanteile haben Car Sharing und Couch Surfing ein enormes Potenzial“, sagte Kempf. „Beim Car Sharing bringt moderne ITK die entscheidenden Vorteile im Vergleich zu herkömmlichen Diensten: ständige Verfügbarkeit und eine minutengenaue, also nutzungsabhängige Abrechnung.“

Eine weitere Facette der Shareconomy ist die finanzielle Beteiligung per Internet – auch mit geringen Summen – an kommerziellen, künstlerischen oder sozialen Projekten (Crowdfunding) sowie an jungen Unternehmen (Crowdinvesting). Nach den Ergebnissen der Umfrage haben sich immerhin 8 Prozent der Internetnutzer (rund 4 Millionen) bereits an einem Startup beteiligt oder können sich das vorstellen. Weitaus mehr haben sich mit 12 Prozent an sozialen Projekten beteiligt, weitere 22 Prozent wären dazu bereit. Allerdings steht das Crowdfunding in Deutschland im Vergleich zu den USA noch am Anfang. Dort hat allein die Crowdfunding-Plattform Kickstarter seit ihrem Launch im Jahr 2009 rund 500 Millionen Dollar eingesammelt. Alle deutschen Plattformen wie Startnext oder VisionBakery zusammen kommen nur auf 2,4 Millionen Euro. Kempf: „Die Shareconomy bringt viele neue Geschäftsmodelle hervor, sie stellt aber auch viele alte in Frage. Die diesjährige CeBIT wird dazu beitragen, innovativen Shareconomy-Konzepten zum Durchbruch zu verhelfen.“

Hinweis zur Methodik: Im Auftrag des BITKOM hat das Marktforschungsinstitut ARIS 1.000 Personen ab 14 Jahre befragt. Die Umfrage ist repräsentativ für die Gesamtbevölkerung.

Der BITKOM vertritt mehr als 1.700 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Nahezu alle Global Player sowie 800 Mittelständler und zahlreiche gründergeführte Unternehmen werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik und eine zukunftsfähige Netzpolitik ein.