

Alternativen zum Eigentum:

Nachhaltigkeit beginnt im Kleinen

In einer Studie des Instituts der Deutschen Wirtschaft Köln zusammen mit DICE Consult aus dem vergangenen Jahr wird der seit einigen Jahren zu beobachtende Trend der Sharing Economy in den Bereichen Mobilität, Unterhaltung und Alltagsgegenstände untersucht.

Die Sharing Economy im Sektor **Alltagsgegenstände** ist sehr heterogen; quantitative Informationen zu den Unternehmen und ihren Nutzern sind kaum vorhanden. Es ist noch von einer geringen ökonomischen Bedeutung des Segments auszugehen. Das bedeutet für Sie, dass es hier eine gute Möglichkeit gibt, ein zusätzliches Serviceangebot erfolgreich anzubieten. Durch eine solche Dienstleistung verstärkt sich die Kundenbindung.

Die Grundidee der Ressourcenschonung ist richtig. Ein Bewusstsein dafür, dass es so wie in den letzten 150 Jahren nicht weitergehen darf, erreicht immer mehr Menschen. Allerdings hat die Entwicklung der Sharing Economy in manchen Bereichen zu einer starken Kommerzialisierung geführt (airbnb, Cityroller, Autos) und zu einem zusätzlich genutzten statt einem alternativen Angebot. D. h. in Bezug auf Wohnungen, dass diese nur noch über airbnb angeboten und gar nicht mehr von den Eigentümern selbst bewohnt oder langfristig vermietet werden. Cityroller ersetzen das Fahrrad oder den Fußmarsch und nicht das Auto. Carsharingautos werden zusätzlich zum eigenen Auto genutzt und verstärken den Verkehr.

Serviceangebot Mieten statt Kaufen

Interessant für unsere Branche ist das Angebot von Mietservices: große Elektrowerkzeuge, Rasenmäher, Vertikutierer, aber auch Geschirr und (Garten) Möbel in größeren Stückzahlen für Feiern, um nur einige Beispiele zu nennen. Hier bietet sich die Chance, neue Kunden zu erreichen. Sicherlich ist es mit zusätzlicher Arbeit verbunden und auch die rechtliche Situation muss geklärt werden, aber es dürfte sich lohnen. Das Bild in der Öffentlichkeit wird aufgewertet - vor allem jüngere Menschen, die häufig auf möglichst viel Ballast verzichten wollen, aber trotzdem jeglichen Komfort nicht missen wollen, werden von solchen Angeboten angesprochen.

Teilen ist besser als kaufen.

Dieser Trend wird immer stärker, wie jetzt in einer Umfrage des Kölner Instituts für Handelsforschung (IFH) in Kooperation mit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG deutlich wird. Dabei wurden Konsumenten nach ihrer Einstellung zu Miet- und Abonnementangeboten befragt.

Von allen Befragten haben zwar bisher nur 17% entsprechende Angebote genutzt, aber weitere 43% sind an Mietmodellen interessiert und können sich die Nutzung zukünftig vorstellen. Ein Potenzial, welches auch Händler wie Otto und Media Markt erkannt haben und auf den „Mieten statt Kaufen“-Zug aufgesprungen sind. Die beliebteste Branche zum flexiblen Mieten sind Fahrzeuge: Car- und Bikesharing-Angebote

wurden bereits von 68% der Befragten genutzt, gefolgt von Heimwerken und Garten mit 43%. In eben diesen Branchen werden weitere Mietmöglichkeiten auch am meisten gewünscht. Knapp 27% mieten sich flexibel Elektrogeräte wie Laptops oder Smartphones. Sportartikel und Spielwaren oder andere Produkte

der Kategorie Hobby & Freizeit werden von 20,3% der Befragten gemietet. Möbel und andere Einrichtungsgegenstände mieten 12,7%. An letzter Stelle steht mit 8,9% die Kategorie Fashion & Accessoires. Gleichzeitig hat die Umfrage nach dem Interesse in den Kategorien gefragt. Besonders im Bereich Heimwerken und Garten gibt es großes Potenzial: Hier haben 75% der Befragten generell Interesse und 62% wünschen sich mehr Angebote. Selbst bei Mode und Möbeln haben über 20% generelles Interesse bekundet.

Service bekannt machen

Unternehmen, die verschiedene Produkte auch flexibel im Abonnement anbieten können, wie etwa Tintenpatronen oder Putzmittel, sollten gut im Netz auffindbar sein. Kunden, die sich für diese Art von Lieferungen interessieren, kennen sich gut im Netz aus und suchen gezielt nach Angeboten. Gleiches gilt für Firmen, die beispielsweise Werkzeuge oder Baumaschinen vermieten. Eine Optimierung der Webseiten für die Suche nach Miet- und Abonnementangeboten kann einen Vorteil gegenüber Wettbewerbern generieren.

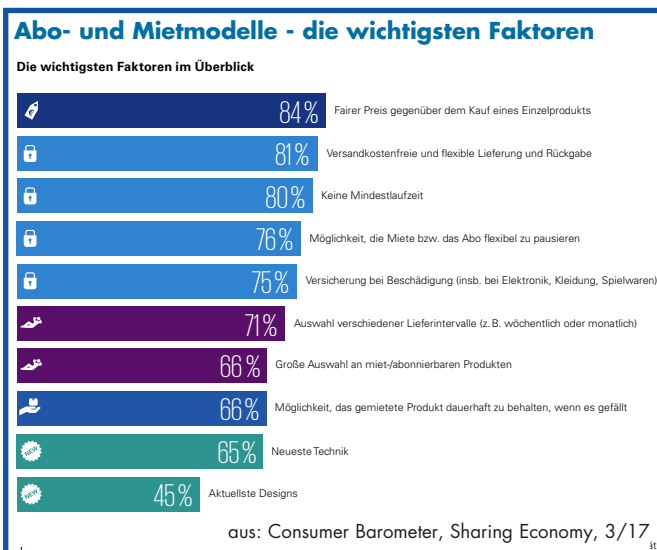
Zusätzliche Option

Die Ergebnisse dieser Befragung zeigen recht deutlich, dass Eigentum und damit auch der Kauf von Produkten für viele weiterhin von Bedeutung sein wird, denn lediglich ein Viertel der Befragten schätzt (2017) das Eigentum an Produkten für sich als künftig unwichtiger ein. Mieten und Abonnieren sind für das Gros der Verbraucher damit eine zusätzliche Option in dem Bestreben, Waren vollkommen bedarfsgemäß zu nutzen. Für Hersteller und Handel liegt darin also eine weitere Möglichkeit der Kundenzentrierung.

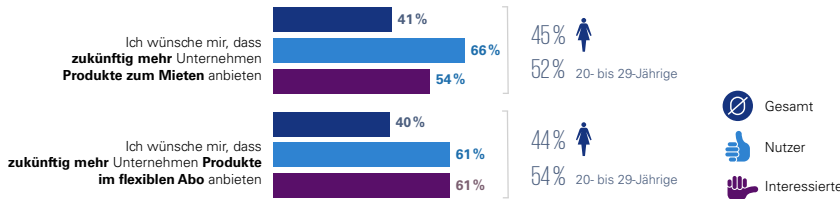
Aufgrund des größeren Angebotes und auch wegen der intensiven Nachhaltigkeitsdebatte, ist zu vermuten, dass sich der Anteil derer, die Mieten und Abonnieren als vorteilhaft ansehen, stark erhöhen wird.

Im eigenen Unternehmen anwenden

Auch innerhalb des Unternehmens sollte darüber nachgedacht werden, ob wirklich alles gekauft werden muss. Leasing von Autos ist seit vielen Jahren akzeptiert. Dieses Prinzip funktioniert



Vor allem die Konsumenten, die schon Nutzer neuartiger Miet- oder Aboangebote sind oder sie zumindest getestet haben, wünschen sich für die Zukunft mehr entsprechende Angebote. Auch hier sind Jüngere aufgeschlossener als Ältere.



Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Top-2-Box („Stimme voll zu“ und „Stimme eher zu“)
Quelle: KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft/IFH Institut für Handelsforschung GmbH, 2017; 67s:ns502

gen und gegebenenfalls nur einzelne Leistungen in Anspruch nehmen. Wichtig ist es, immer mehrere Angebote zu prüfen und auch Miet- und Abonnementmodelle sowie alternative Finanzierungsformen oder Barkäufe zu berücksichtigen.

Sie sind auch Kunde

Die genannte IFH-Studie zeigt, dass Kunden am meisten einen fairen Preis (83,9%) gegenüber dem Kauf des Einzelprodukts erwarten, egal ob es ums Mieten oder den Abschluss eines Abonnements geht. Außerdem sind die Flexibilität und Sicherheit sehr wichtig, und auch die kostenfreie Lieferung und Rückgabe, Mindestlaufzeit und Versicherung des Produkts. Darauf folgen in abnehmender Wichtigkeit die Bequemlichkeit (große Auswahl, verschiedene Lieferintervalle), die Option für Eigentum, wenn das gemietete Produkt gefällt, sowie die Aktualität. Da Sie, wenn Sie für Ihr Unternehmen einkaufen, zum Kunden werden, zeigt die Skala auf der linken Seite, worauf Sie achten sollten.

Bei Interesse können Sie die genannten Studien in der Geschäftsstelle als pdf bekommen: E-Mail: claudia.koch@zh.de.

auch bzw. gerade bei anderen technischen Produkten beispielsweise aus dem IT-Bereich. Die technische Entwicklung schreitet so schnell voran und Updates werden oft nur noch begrenzte Zeit angeboten, so dass es interessant sein kann, Hard- und / oder Software zu leasen statt zu kaufen. Manchmal ist die technische Entwicklung schneller als die steuerlichen Abschreibungszyklen. Durch ein Geräteleasing bleiben Sie aktuell - was inzwischen auch mehr Sicherheit bedeutet - und müssen sich nicht um die immer aufwendigere Entsorgung kümmern. IT anzuschaffen ist teuer, vor allem, wenn es um größere Einheiten geht. Dann kommen sehr schnell hohe fünfstellige Beträge zusammen. Hinzu

kommen Einrichtung, Schulungen und Einweisungen in neue Software. Auch andere Güter können inzwischen geleast werden: Kassensysteme, Lagerlogistik, Ladeneinrichtungen, Berufskleidung, Maschinen ... Bei Leasingverträgen können Sie in der Regel ein Gesamtpaket erwerben, welches auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist. Der Leasinggeber übernimmt Beratung, Wartung, Pflege, Organisation der Finanzierung während der gesamten Laufzeit. Dies ist mit Kosten verbunden, die bei einer Gegenüberstellung von Finanzierungsmodellen berücksichtigt werden müssen. Bei den Komplettpaketen müssen Sie aber darauf achten, dass Sie die Komponenten auch tatsächlich benöti-

Anzeige

H F B G M B H
Creditversicherungsmakler

Sie suchen DIE Factoring-Lösung für sich?



Dirk Bedenbecker
Geschäftsführer

Wir liefern die optimierte Lösung für Sie:

- >> Zum besten Preis und Zinssatz
- >> Mit dem einfachsten Handling
- >> Unabhängig werden von Bank und Lieferant
- >> Ob in stiller oder offener Form
- >> Ob im Inhouse Verfahren oder als Fullservice Verfahren
- >> Für Sie kostenfrei (als Makler erhalten wir unsere Courtage vom Factoringmarkt)

Profitieren Sie von unseren mehr als 15 Jahren Erfahrung in der Vermittlung und Betreuung von Lösungen für Forderungsabsicherung, Forderungsfinanzierung oder Bürgschaften.

HFB Creditversicherungsmakler GmbH
Luxemburger Str. 188
50937 Köln

dbedenbecker@HFBGmbH.com
www.factoringratgeber.de
Tel.: +49 221 177 385 70