

Pressemitteilung

Mein Haus, mein Auto, mein Fahrrad – Deutsche teilen (noch) ungern
Die Sharing Economy gewinnt an Bedeutung, auch wenn aktuell nur wenige Deutsche erwägen, ihr Privateigentum zu teilen. Eine aktuelle Studie zeigt, dass der Eigentumsgedanke hierzulande stark ausgeprägt ist – besonders, wenn es um das eigene Auto geht.

Frankfurt am Main, 31.07.2015 – Kapazitäten besser auslasten, bewusster mit Gebrauchsgütern umgehen, nicht zum Selbstzweck kaufen – das sind Eigenschaften, die eine Sharing Economy ausmachen. Doch die Ökonomie des Teilens steht in Deutschland noch ganz am Anfang. Nicht einmal jeder fünfte Deutsche würde sein Auto gegen Bezahlung mit anderen Menschen teilen. So das Ergebnis einer repräsentativen Studie, die das Marktforschungsunternehmen Ipsos im Auftrag der ING-DiBa in der Bundesrepublik und zwölf weiteren europäischen Ländern durchgeführt hat. Zum Vergleich: Für 37 Prozent der befragten Italiener käme eine gemeinsame Fahrzeugnutzung infrage. Bei den Nachbarn aus Polen wären 30 Prozent bereit, ihr Auto zu teilen.

„Das private Eigentum hat hierzulande einen hohen Stellenwert – insbesondere in Bezug auf das eigene Auto. Frei nach dem Motto: My car is my castle“, so Carsten Brzeski, Chefvolkswirt der ING-DiBa. Beim Thema Fahrrad sind die Deutschen deutlich entspannter. Zirka 36 Prozent würden es zur Teilhabe anbieten. Auf der Nutzerseite ergibt sich ein differenzierteres Bild. Weniger als 30 Prozent würden sich für Car-Sharing entscheiden. Dagegen können sich knapp 45 Prozent aller Befragten vorstellen, ihren Urlaub in privat vermittelten Häusern oder Wohnungen zu verbringen.

Die Gründe für die Zurückhaltung – vor allem auf der Angebotsseite – sind vielschichtig: Fast 60 Prozent der deutschen Befragten mögen es nicht, wenn andere Menschen ihr Eigentum benutzen. Für 55 Prozent spielt die ungeklärte Versicherungssituation eine große Rolle. Andere hingegen sind nicht von der Qualität geteilter Güter überzeugt. Obwohl die Vorbehalte schwer wiegen, sehen die meisten Umfrageteilnehmer durchaus auch Vorteile in einer Sharing Economy, wie etwa Geldersparnis, höhere Umweltverträglichkeit oder neue Verdienstmöglichkeiten.

„Der gesamtwirtschaftliche Effekt der Sharing Economy ist zur Zeit schwer zu beurteilen“, erläutert Brzeski. „Die Sharing Economy kennt auch Verlierer. Hotels, Mietwagenanbieter oder Taxifahrer sind nur einige Beispiele. Eines ist jedoch sicher: Die Sharing Economy ist ein weiteres Beispiel dafür, wie das Internet die Wirtschaft verändert und vor allem Konsumenten profitieren lässt.“

Und so gaben speziell junge Menschen (unter 35 Jahre) in der Umfrage an, dass sie in den nächsten zwölf Monaten Sharing Economy-Angebote stärker nutzen wollen, bei den 18- bis 24-jährigen gar mehr als die Hälfte.

Die vollständige Studie ist Online verfügbar unter: www.ing-diba.de/studien.

Medienkontakt

ING-DiBa AG

Patrick Herwarth von Bittenfeld

Tel.: 069 / 27 222 66886

E-Mail: p.herwarthvonbittenfeld@ing-diba.de

Über die ING-DiBa AG:

Die ING-DiBa ist mit mehr als 8 Millionen Kunden die drittgrößte Privatkundenbank in Deutschland. Die Kerngeschäftsfelder im Privatkundengeschäft sind Spargelder, Wertpapiergeschäft, Baufinanzierungen, Verbraucherkredite und Girokonten. Das Institut ist jeden Tag 24 Stunden für seine Kunden erreichbar. Im Segment Commercial Banking ist das Firmenkundengeschäft der Bank zusammengefasst. Zu den Kunden gehören große, international operierende Unternehmen. Für die ING-DiBa arbeiten an den Standorten Frankfurt (Hauptstandort), Hannover, Nürnberg und Wien mehr als 3.500 Mitarbeiter.