



## MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.

MITGLIED DES DEUTSCHEN MARKETING-VERBANDES  
BERUFSVERBAND DES MARKETING-MANAGEMENTS

### Megatrend Shareconomy – ökologisch sinnvoll?

**Besucher und Gäste, Referent und Gastgeber waren sich einig: Einen geeigneteren Ort für das Thema „Shareconomy - Teilen ist das neue Haben“ hätte man nicht wählen können. Und so freute sich Vorstand Wolfgang Nielsen, den Marketing-Club Bergisch Land zum ersten Treffen nach der Sommerpause am 28. August in den Räumen der Wuppertaler Tafel begrüßen zu können. Die Idee des gemeinschaftlichen Konsums, so Moderatorin Petra aus dem Siepen, könnte die Welt verändern. Doch wie ist es um den ökologischen Aspekt der Shareconomy bestellt?**

Genau dies hat ein Team in der Studie „Nutzen statt Besitzen“, die die Heinrich-Böll-Stiftung in Auftrag gegeben hatte, untersucht. Die Ergebnisse stellte der Mitverfasser dieser Kurzstudie, Holger Rohn, in seinem Vortrag vor. Der studierte Maschinenbauingenieur ist Freier wissenschaftlicher Mitarbeiter am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie, Geschäftsführer des Faktor 10 Instituts und der Trifolium – Beratungsgesellschaft mbH und beschäftigt sich seit Jahren mit dem Ressourcen- und Nachhaltigkeitsmanagement und untersucht die Instrumente nachhaltigen Wirtschaftens. Könnte das gemeinschaftliche Nutzen von Gütern eines dieser Instrumente sein?

Potentiale, die Ressourcen zu schonen, seien in jedem Fall vorhanden. Doch auch wenn die Bevölkerung der Idee des gemeinschaftlichen Konsums überwiegend positiv gegenübersteht, annähernd die Hälfte mindestens eine der Sharingplattformen im Internet kennt und 20 Prozent sie auch nutzt: Im Vordergrund steht dabei nicht der Aspekt der Nachhaltigkeit, sondern der der Kostenersparnis. Auch die soziale Interaktion spielt eine bedeutende Rolle. Und noch lange nicht alles möchte man teilen – je persönlicher eine Habe ist, je geringer die Bereitschaft, andere daran teilhaben zu lassen.

Natürlich mache es auch ökologisch Sinn, die Nutzungsphase von Produkten durch den gemeinschaftlichen Gebrauch zu verlängern und damit zu optimieren. Gute Beispiele hierfür sind eigentlich selten genutzte Werkzeuge wie Rasenmäher oder Bohrmaschinen. Doch gleich ob beim Kleider- oder Werkzeugtausch oder auch beim Chemikalienleasing zwischen Unternehmen: An diesen konkreten Beispielen zeigte Rohn auf, dass bestimmte Reboundeffekte die Vorteile für den Ressourcenverbrauch aufheben können, so der Transport der Güter, ein durch geringere Kosten gesteigerter Konsum oder einfach nur die zu geringen Einsparungspotentiale. Auch die Problematik der Billigprodukte bleibt ein Hindernis für die ökologisch sinnvolle Nutzung des Teilens.

Fazit des Wissenschaftlers: Es besteht weiterhin viel Forschungsbedarf, aber es fehle auch an mehr Information, Bildung, Beratung, neuen Kommunikationsstrategien und an

MARKETING-CLUB  
BERGISCH LAND E.V.

LEITUNG CLUBSEKRETARIAT:  
KERSTIN BEULKE

GESCHÄFTSSTELLE:  
AM WASSERTURM 6  
42109 WUPPERTAL  
TELEFON 0202 / 6 93 94 96  
TELEFAX 0202 / 6 93 94 95

BANKVERBINDUNG:  
STADTSPARKASSE WUPPERTAL  
IBAN: DE20 3305 0000 0000 9601 20  
BIC: WUPSDE33XXX

STEUER-NR.: 132 5907-0197  
FINANZAMT WUPPERTAL-ELBERFELD

info@mc-bl.de  
WWW.MC-BERGISCHLAND.DE

PRÄSIDENT:  
DIPL.- ÖK. ERICH GIESE

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:  
DR. ANDREAS KLETZANDER

MARKETING:  
STEFAN HEINZ

WISSENSCHAFT/FORSCHUNG/LEHRE:  
PROF. DR. TOBIAS LANGNER

PROGRAMM :  
DIPL.-ÖK. SILKE ASBECK

SCHATZMEISTER:  
DIPL.- KFM. NORBERT BRENKEN

MITGLIEDER/JUNIOREN:  
DIPL.-ÖK. BETTINA HOPPMANN



---

## **MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.**

**MITGLIED DES DEUTSCHEN MARKETING-VERBANDES  
BERUFSVERBAND DES MARKETING-MANAGEMENTS**

der Schaffung passender Rahmenbedingungen, die es ermöglichen, die Shareconomy aus der Konsum- und mehr in die Ökologieecke zu führen.

Das Thema gab natürlich Anlass zu Fragen und Meinungen, die im Anschluss eingehend diskutiert wurden.

Für seinen spannenden Vortrag erhielt Holger Rohn zur Anerkennung den „Bergischen Hammer“ von Clubpräsident Erich Giese – ebenso wie Wolfgang Nielsen zum Dank für seine Gastfreundschaft. Im Anschluss durften die Besucher bei einer Führung durch die Räumlichkeiten die Wuppertaler Tafel näher kennen lernen.

MARKETING-CLUB  
BERGISCH LAND E.V.

LEITUNG CLUBSEKRETARIAT:  
KERSTIN BEULKE

GESCHÄFTSSTELLE:  
AM WASSERTURM 6  
42109 WUPPERTAL  
TELEFON 0202 / 6 93 94 96  
TELEFAX 0202 / 6 93 94 95

BANKVERBINDUNG:  
STADTSPARKASSE WUPPERTAL  
IBAN: DE20 3305 0000 0000 9601 20  
BIC: WUPSDE33XXX

STEUER-NR.: 132 5907-0197  
FINANZAMT WUPPERTAL-ELBERFELD

info@mc-bl.de  
WWW.MC-BERGISCHLAND.DE

PRÄSIDENT:  
DIPL.- ÖK. ERICH GIESE

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND:  
DR. ANDREAS KLETZANDER

MARKETING:  
STEFAN HEINZ

WISSENSCHAFT/FORSCHUNG/LEHRE:  
PROF. DR. TOBIAS LANGNER

PROGRAMM :  
DIPL.-ÖK. SILKE ASBECK

SCHATZMEISTER:  
DIPL.- KFM. NORBERT BRENKEN

MITGLIEDER/JUNIOREN:  
DIPL.-ÖK. BETTINA HOPPMANN