

## Executive Summary

---

### **Value Enhancement in Private Sharing Processes: A Procedure Model for the Detection of Value Potentials**

By *David Lichter* and *Rolf Weiber*

The rising phenomenon of the "share economy" generally refers to the sharing of goods, whereby the exchange can be either non-commercially motivated or linked to commercial interests. In the case of commercially motivated sharing, fees are charged for temporary access to resources. This process is summarized in the literature under the keyword "product-service systems". The sharing objects (cars, rooms, parking spaces, tools, etc.) can be provided by companies and private individuals. If private individuals are providers and users of a sharing object, the process is called "private sharing" (C2C). In contrast to private sharing, the provider of a sharing good can be also a company. Then the company is offering goods for usage and pricing is based on the duration and intensity of use (e. g., rent, leasing r usage fees). We call this "corporate sharing" (B2C). Private sharing thus competes with other types of offer in the market.

This article analyzes this competitive situation and tries to examine the question of how companies can be integrated into the private sharing landscape and how a competitive situation between different parties can be reduced or dissolved. It is argued that the value of private sharing can be increased through the entrepreneurial offer of so-called "supporting services", which can lead to "win-win situations" for companies and for private actors alike. In order to systematically uncover supporting services, this paper develops a procedure model, which consists of five steps:

- In the first step, the case of use is determined, because different sharing object (e. g., car sharing vs. apartment sharing) require different supporting services.
- Then, in a second step, an activity analysis is conducted in order to identify relevant activities in the sharing process in which the private actor can be supported from third parties.
- In step three, an actor analysis is carried out. First, the external actors, who should submit an offer of supporting services, has to be defined (e. g., companies, public institutions, municipalities). The actor analysis also aims to understand the various interactions in the sharing process, since interactions significantly determine the value of sharing activities.
- In the fourth step the actual value analysis is carried out. This step aims to understand how value is created and how private sharing partners can enhance the value-creation process.
- In order to increase the value of the previously determined activities, the last step is a supporting analysis, which aims to identify supporting services.

It is argued that sharing processes between private individuals are supported by certain activities that do not necessarily have to be "benefit-optimal" for the actors. The here proposed procedure model can be used to analyze the competitive sharing landscape, and helps commercial companies to differentiate themselves by offering suitable supporting services.

## **Wertsteigerung in Private Sharing-Prozessen: Ein Vorgehensmodell zur Aufdeckung von Wertpotenzialen**

Von *David Lichter* und *Rolf Weiber*

Unter dem Begriff „Share Economy“ wird allgemein das Teilen und Tauschen von Gütern verstanden, wobei der Austausch sowohl nicht-kommerziell motiviert als auch mit kommerziellen Interessen verbunden sein kann. Bei einem kommerziell motivierten Sharing werden für den temporären Zugang zu Ressourcen Entgelte erhoben, was in der Literatur unter dem Schlagwort „*Produkt-Service-Systeme*“ diskutiert wird. Die Sharing-Objekte (Autos, Zimmer, Parkplätze, Werkzeuge usw.) können dabei sowohl von Unternehmen als auch von Privatpersonen bereitgestellt werden. Sind sowohl Bereitsteller als auch Nutzer eines Sharing-Objektes Privatpersonen, so wird dieser Fall als „*Private Sharing*“ bezeichnet (C2C). Ist der Bereitsteller hingegen ein Unternehmen, das Güter zur Nutzung anbietet und die Preisgestaltung an der Inanspruchnahme bzw. Nutzungsintensität (z. B. Miete, Leasing, Nutzungsentgelte) orientiert, so wird von „*Corporate Sharing*“ (B2C) gesprochen. Das Private Sharing tritt damit in *Konkurrenz* sowohl zum Corporate Sharing als auch zu Kaufangeboten von Unternehmen.

Der vorliegende Beitrag nimmt diese *Konkurrenzsituation* ins Visier und geht der Frage nach, wie Unternehmen in das Private Sharing eingebunden werden können und so die Konkurrenzsituation aufgelöst oder zumindest entschärft werden kann. Es wird unterstellt, dass durch das unternehmerische Angebot von sog. „*Supporting-Services*“ der Wert des Private Sharings erhöht werden kann und so „win-win-Situationen“ zwischen Unternehmen und den privaten Akteuren des Private Sharings erzeugt werden können. Zur systematischen Aufdeckung von Supporting-Services für das Private Sharing entwickelt der vorliegende Beitrag ein Vorgehensmodell, das in fünf Schritte unterteilt ist:

- Im ersten Schritt wird die *Anwendungssituation* des Private Sharing bestimmt, da in Abhängigkeit der Sharing Objekte (z. B. Car-Sharing versus Wohnungs-Sharing) und deren Verwendung unterschiedliche Supporting-Services relevant werden.
- Anschließend wird im zweiten Schritt eine *Aktivitäts-Analyse* durchgeführt, mit deren Hilfe solche Aktivitäten im Private Sharing-Prozess bestimmt werden, bei denen die privaten Akteure grundsätzlich bereit sind, eine Unterstützung durch Dritte anzunehmen.
- In Modellschritt 3 erfolgt sodann eine *Akteurs-Analyse*, mit deren Hilfe externe Ak-

teure identifiziert werden können (z. B. Unternehmen, öffentliche Institutionen, Kommunen), die grundsätzlich ein Angebot von Supporting-Services unterbreiten könnten. Weiterhin dient die Akteures-Analyse aber auch dem Verständnis der Interaktionen im Rahmen des Sharings, da diese maßgeblich den Wert von Sharing-Aktivitäten bestimmen.

- In Modellschritt 4 erfolgt dann die eigentliche *Wert-Analyse*, die im Ergebnis zu solchen Sharing-Aktivitäten führt, die aus Sicht der privaten Sharing-Partner Wertsteigerungspotenziale beinhalten.
- Um solche Wertsteigerungen auch vornehmen zu können, wird im letzten Schritt eine *Supporting-Analyse* durchgeführt, die die Ableitung von Supporting-Services zur Wertsteigerung der zuvor ermittelten Aktivitäten zum Ziel hat.

Der Beitrag leistet damit einen betriebswirtschaftlichen Beitrag zur Erforschung von Private Sharing-Prozessen. Dabei wird unterstellt, dass Sharing-Prozesse zwischen Privatpersonen durch bestimmte, typische Aktivitäten getragen sind, die für die Akteure nicht zwingend „nutzenoptimal“ ablaufen müssen. Durch das hier vorgeschlagene Vorgehensmodell kann die für kommerzielle Unternehmen entstandene Konkurrenzsituation analysiert und durch das Angebot geeigneter Supporting-Services abgemildert oder sogar vollständig umgangen werden.