

Kapitel 6

Nichtkommerzielles Teilen und die Bedeutung der Nachbarschaft: Eine quantitative Umfrage

Carsten Keller, Floris Bernhardt

1. Einleitung

Um herauszufinden, welche Rolle das Teilen bei den Bewohner*innen der drei innerstädtischen Quartiere in Berlin, Kassel und Stuttgart spielt, wurde ein Survey durchgeführt. Bisher gibt es vor allem empirische Studien zu Nutzung und Nutzer*innen der sogenannten Sharing Economy, bei denen kommerziell organisierte Angebote des Sharing im Vordergrund stehen und die mit einer Bezahlung durch Geld verbunden sind (u.a. Andreotti et al., 2017; Böcker & Meelen, 2017; Grohs-Müller & Dürer, 2021; Heinrichs, 2013). Weniger erforscht sind dagegen die Formen und der Umfang des Teilens, die nichtkommerziell organisiert werden und bei denen Geld keine oder so gut wie keine Rolle spielt. Während generell das Image von Sharing durch kommerziell ausgerichtete Organisationen wie *Airbnb* oder *Uber* geprägt wird, die ihre Angebote über digitale Plattformen zur Verfügung stellen, hat jüngst eine Studie herausgestellt, dass die große Mehrzahl von Sharing-Anbieter*innen in Deutschland mit einer lokalen Reichweite arbeitet, ihre Angebote nicht über digitale Plattformen vermittelt und gemeinnützig ausgerichtet ist (Maurer & Oberg, 2020). Dieses Ergebnis spiegelt sich auch in dem von uns durchgeführten Survey wider, der nichtkommerzielle Formen des Teilens in Wohnquartieren erforscht und somit auch jene informellen Praktiken unter Bewohner*innen in den Blick nimmt, die sich nicht als eine Organisation verstehen.

Mit dem Survey sollte zudem die Bedeutung der Nachbarschaft für das nichtkommerzielle Teilen ergründet werden. Neben Fragen zu Formen, Häufigkeiten, Motiven und Ressourcen des Teilens wurden deshalb auch solche zur Wahrnehmung, Identifikation und Nutzung der Nachbarschaft respektive des Quartiers gestellt. Zwar liegt es angesichts mittlerweile bekannt gewordener, digital organisierter Plattformen wie *nachbarschaft.net* durchaus auf der Hand, dass die Nachbarschaft für Praktiken des Teilens eine Rolle spielt oder spielen kann. Allerdings existieren zu dem Verhältnis von Nachbarschaft und Praktiken des Teilens nur wenige Forschungen, die sich wiederum primär auf digital organisierte Plattformen konzentrieren (unter anderem Akin et al., 2021; Dillahun & Malone, 2015; Szymańska, 2021; Vaskelainen & Piscicelli, 2018). Doch welche Rolle spielt nicht digital organisiertes Teilen in Nachbarschaften? Ist das Wohnquartier ein beliebiger Schauplatz des Teilens neben anderen oder hat es einen besonderen Stellenwert? Welche Bewohner*innengruppen teilen mit welchen Motiven miteinander und wie sozial selektiv sind ihre Netzwerke? Der Survey gewährt zu diesen Fragen wichtige Einsichten und erlaubt durch den Vergleich von drei Quartieren Rückschlüsse darauf, welche Bedingungen in Wohnquartieren nichtkommerziellen Praktiken des Teilens förder- oder hinderlich sind.

2. Methode und Stichprobe des Surveys

Der Survey wurde von September bis Dezember 2021 als Online-Befragung mittels einer Zufallsstichprobe realisiert. Es wurden in jedem der Untersuchungsgebiete von Berlin, Kassel und Stuttgart 2.000 zufällig ausgewählte Bewohner*innen durch postalische Anschreiben zur Befragung eingeladen; nach einigen Wochen wurde ein Erinnerungsschreiben versendet.¹ Die Zufallsziehung unter den Bewohner*innen erfolgte in Kooperation mit den Einwohnermeldeämtern der drei Städte. Um Sprachbarrieren bei der Teilnahme gering zu halten, stand der – vorab in einem Pretest getestete – deutsche Fragebogen in insgesamt sieben weiteren Sprachen zur Verfügung (Arabisch, Bulgarisch, Englisch, Französisch, Italienisch, Serbisch und Türkisch). Insgesamt sind 66 Fragen gestellt worden, gegliedert in die Themenblöcke Formen und Kontakte des Teilens, Nutzung und Identifikation mit der Nachbarschaft, Motive und Ressourcen des Teilens sowie soziodemografische Angaben zur befragten Person.²

Da es nur einen geringen Rücklauf unter der Zufallsstichprobe gab (ca. fünf Prozent), und sich zudem ein (erwartetes) Bias bei der formalen Bildung und dem Migrationshintergrund der Teilnehmenden zeigte, wurden von Januar bis April 2022 ergänzende Erhebungsverfahren durchgeführt, die ohne Zufallsprinzip gezielt Bewohner*innen ansprachen. Dafür sind Einrichtungen und Schlüsselpersonen vor Ort zur Vermittlung der Online-Umfrage gerade auch an unterrepräsentierte Gruppen kontaktiert worden. Zudem wurden Face-to-Face-Interviews von Mitgliedern des Teams in den drei Quartieren durchgeführt. Insgesamt haben 485 Personen ab 17 Jahren an dem Survey teilgenommen (Tab. 6.1), wovon ca. zwei Drittel den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben. Die Zeit, die zum Ausfüllen des Fragebogens benötigt wurde, betrug im Median 18 Minuten.³

Tabelle 6.1: Stichprobe(n) des Surveys

Ziehung der Stichprobe	Berlin		Kassel		Stuttgart		Gesamt	
	Fallzahlen	Prozent	Fallzahlen	Prozent	Fallzahlen	Prozent	Fallzahlen	Prozent
– Zufällig	106	59,6 %	94	71,2 %	117	66,9 %	317	65,4 %
– Nicht zufällig	72	40,4 %	38	28,8 %	58	33,1 %	168	34,6 %
Gesamt	178	100,0 %	132	100,0 %	175	100,00 %	485	100 %

Für die im Folgenden dargestellten Auswertungen wurden zufällig und nicht zufällig gezogene Stichproben kombiniert. Zwar wird durch die Kombination der Stichproben die Repräsentativität der gesamten Stichprobe beeinflusst, da diese sich in erster Linie aus dem Zufallsprinzip ergibt (Raab-Steiner & Benesch, 2018). Allerdings sind in der nicht zufällig gezogenen Stichprobe Personen mit geringerer formaler Bildung, niedrigerem Einkommen und nichtdeutscher Staatsbürgerschaft deutlich stärker vertreten als in der Zufallsstichprobe. Damit wirken sie dem Selektionsbias in der Zufallsstichprobe entgegen, so dass wir uns für eine Kombination der Fälle entschieden haben. Die Auswertung erfolgte überwiegend mittels deskriptiver Verfahren (Häufigkeiten, Mittelwerte, Korrelationen), für bestimmte Fragestellungen wurden Faktoren-, Cluster- und

1 In Kassel und Berlin wurden jeweils aus dem gesamten Untersuchungsgebiet 2.000 zufällige Adressen ausgewählt, in Stuttgart-Mitte aus den Quartieren Heusteigviertel, Diemershalde, Dobel, Kernerviertel und Rathaus, die zusammen die Heterogenität des Bezirks Mitte gut abbilden.

2 Der Fragebogen ist digital verfügbar (s. Abb. A. 1; QR-Code im Anhang).

3 Wegen Extremwerten bei der Dauer wird hier auf den Median zurückgegriffen, der sich nur auf die digital ausgefüllten Fragebögen bezieht.

Regressionsanalysen durchgeführt. Aussagen sind sowohl für die gesamte Stichprobe der 485 Fälle als auch auf der Ebene der drei Quartiere möglich, für die jeweils über 100 Fälle vorliegen.

Die Stichprobe weicht hinsichtlich soziodemografischer Merkmale mehr oder weniger stark von den Daten ab, die für die drei Quartiere im Rahmen kommunaler Statistik oder anderer Umfragen vorliegen. Im Folgenden werden kurz soziodemografische Charakteristika der Stichprobe beschrieben. Mit 59,4 % haben mehr Frauen als Männer am Survey teilgenommen, hier liegt ein deutliches Bias der Stichprobe vor, da kommunale Daten auf eine Gleichverteilung der Geschlechter respektive eine leichte Mehrheit von männlichen Bewohnern in den Quartieren verweisen.⁴ Diverse Menschen sind in den drei Quartieren mit insgesamt 2,4 % in der Stichprobe vertreten, wozu keine Vergleichsdaten vorliegen. Im Durchschnitt sind die Befragten 43,2 Jahre alt, wobei in Kassel (35,4 Jahre) das Durchschnittsalter der Teilnehmenden um zehn Jahre unter dem in Stuttgart (45,1 Jahre) und Berlin (47,3 Jahre) liegt. Dies spiegelt nur annäherungsweise die Altersstruktur der Quartiere: Tatsächlich ist Nord-Holland in Kassel laut kommunaler Daten mit einem Durchschnittsalter von 35 Jahren das jüngste Quartier, in der Südlichen Luisenstadt von Berlin (38,4 Jahre) und Stuttgart-Mitte (39,2 Jahre) haben beim Survey jedoch mehr Ältere als im Quartiersdurchschnitt teilgenommen. Ein Viertel der Befragten hat keine deutsche Staatsbürgerschaft. Auf der Ebene der Quartiere gibt es deutliche Unterschiede: In Berlin haben ein knappes Drittel, in Stuttgart ein knappes Viertel und in Kassel nur 12 % der Befragten keine deutsche Staatsbürgerschaft. Trotz gezielter Ansprache sind damit insbesondere in Kassel Personen ohne deutsche Staatsbürgerschaft untererfasst worden. Die kommunale Statistik weist für das Quartier in Kassel einen Wert von 46,4 % Personen ohne deutsche Staatsbürgerschaft aus, für Stuttgart 31,9 % und Berlin 32,6 %.

Bezüglich der Bildungsabschlüsse liegen lediglich für Berlin grobe Vergleichsdaten vor, die im Rahmen einer Untersuchung zum Erhaltungsgebiet der Luisenstadt im Jahr 2016 erhoben wurden. Erhoben wurden hier Berufsabschlüsse, wobei die Stichprobe (917 Haushalte) bei 48 % der Personen ab 15 Jahren einen Hochschulabschluss, bei 10 % einen Fachhochschulabschluss, bei 18 % einen qualifizierten beruflichen und bei 24 % (noch) keinen Abschluss ausweist. Ein durchschnittlich hoher formaler Bildungsstand der Bewohner*innen innerstädtischer Quartiere spiegelt sich auch in unserer Stichprobe, bei der nach dem höchsten Bildungsabschluss gefragt wurde. Insgesamt hat nur ein knappes Drittel der Befragten keinen Abschluss, der sie zu einem (Fach-)Hochschulstudium berechtigt, das heißt Real-, Hauptschul- oder Grundschul- oder (noch) keinen Abschluss. Ein weiteres Viertel der Befragten hat (Fach-)Abitur und 44 % einen (Fach-)Hochschulabschluss erworben. Dieser hohe Akademisierungsgrad deckt sich mit den Daten zu den Berufsabschlüssen bei der Umfrage zur Luisenstadt. Dennoch ist von einer Überrepräsentation höher Gebildeter in der Stichprobe auszugehen. Im Quartiersvergleich weist die Stichprobe in Stuttgart die höchsten Bildungsabschlüsse auf, wo nur ein gutes Viertel der Befragten keine (Fach-)Hochschulreife erworben hat, und in Kassel sind mehr Personen mit Real- schulabschluss und etwas weniger Hochschulabsolvent*innen als in Berlin und Stuttgart vertreten.

Die sich in den Bildungsabschlüssen abzeichnenden Unterschiede zwischen den drei Quartieren zeigen sich akzentuierter in den Angaben zu Berufsabschlüssen und Einkommen. Insgesamt dominieren bei der Berufstätigkeit Angestellte (40,2 %), gefolgt von Selbständigen (13,1 %) und Studierenden (12,4 %). Arbeiter*innen bilden nur knapp 5 % der gültigen Werte. Im Vergleich sind in Stuttgart die meisten Angestellten (58,3 %) und wenigsten Studierenden (3,7 %) sowie Arbeiter*innen (0,9 %) vertreten, in Kassel dagegen die meisten Studierenden (30,2 %) und Arbeiter*innen (10,5 %), aber die wenigsten Angestellten (27,9 %). Auffällig ist ein hoher Anteil an Selbständigen (21,4 %) in der Berliner Stichprobe. Die Einkommen in der Stichprobe sind von

4 Sofern nicht anders angegeben, entnehmen wir die kommunalen Vergleichsdaten für Kassel und Stuttgart aus: *Statistikatlas Kassel* (2023) und *Datenkompass Stuttgart Mitte* (2023). Die Vergleichsdaten beziehen sich, sofern nicht anders angegeben, auf das Jahr 2021 – dem Erhebungsjahr des Surveys. Für Berlin kommen die Daten aus dem *Bezirksregionenprofil »Südliche Luisenstadt«* (2020), dessen Werte aus 2018 stammen. Im Unterschied zum Survey, der Personen ab 17 Jahren befragt hat, werden bei den kommunalen Daten Angaben zur Gesamtpopulation der Quartiere gemacht, die auch Personen unter 17 Jahren einbezieht, wodurch sich leichte Abweichungen ergeben können.

niedrigen bis zu hohen Einkommensgruppen relativ breit gestreut. Die häufigste Einkommensgruppe⁵ (18,1 % der gültigen Prozentwerte⁶) bildet die Kategorie »500-1.000 €«, die seltenste »mehr als 4.000 €« (5,4 %) individuelles Nettoeinkommen im Monat. Zwischen den Quartieren bestehen deutliche Unterschiede: In Kassel befindet sich über die Hälfte der Fälle in den zwei untersten Einkommensgruppen (»weniger als 500 €« und »500 €-1.000 €«), in Berlin liegt der Schwerpunkt der Einkommen in der Spanne von 500 bis 2.000 €. In Stuttgart wiederum befindet sich beinahe die Hälfte (48 %) der Befragten in den obersten drei Einkommensgruppen ab 2.500 €. Damit ist die Stichprobe in Stuttgart deutlich einkommensstärker als in Berlin und Kassel, dem einkommensschwächsten Quartier.

Auf eine Gewichtung der Stichproben entlang bestehender soziodemografischer Daten zu den drei Quartieren wurde verzichtet, insbesondere aufgrund der unzureichenden Datenlage zu den Statusmerkmalen Bildung, Beruf und Einkommen. Der Vergleich der Stichprobe(n) mit den kommunalen Daten und der Umfrage zur Luisenstadt zeigt, dass sie die soziale Komposition der Quartiere und ihrer Unterschiede im Survey insgesamt recht gut abbilden. Die größte Abweichung besteht in einer Überrepräsentation von Frauen. Auf der Ebene der Quartiere sind Personen ohne deutsche Staatsbürgerschaft in Kassel und jüngere Personen in Berlin und Stuttgart im Verhältnis zum Quartiersdurchschnitt unterrepräsentiert. Aussagen, die sich bei einem Vergleich der Quartiere auf diese Merkmale beziehen, müssen mit besonderer Vorsicht gerätigt werden.

3. Ergebnisse

Die Ergebnisse des Surveys verdeutlichen, dass nichtkommerzielle Praktiken des Teilens sich in vielerlei Hinsicht von denen der kommerziell ausgerichteten Sharing Economy unterscheiden. Diese Unterschiede reichen von der Organisation des Teilens, die bei nichtkommerziellen Praktiken weniger über digitale Medien als persönliche Kontakte erfolgt, über die Motive der Teilnehmenden bis hin zur sozialen Zusammensetzung der Netzwerke des Teilens. Außerdem deuten die Ergebnisse auf eine hohe Bedeutung der Nachbarschaft für nichtkommerzielles Teilen hin, bei dem das eigene Wohnhaus als ein Knotenpunkt für Netzwerke des Teilens erscheint und die Nutzung und Identifikation mit der Nachbarschaft das Teilen fördert. Im Folgenden stellen wir zentrale Ergebnisse dar, die sich sowohl auf die gesamte Stichprobe als auch auf eine vergleichende Analyse der Quartiere beziehen. Damit sind zum einen Aussagen über allgemeine Charakteristika von Praktiken des Teilens in innerstädtischen, sozial heterogenen Quartieren möglich, zum anderen über ortsspezifische Besonderheiten und Unterschiede.

3.1 Formen und Beziehungen des nichtkommerziellen Teilens

Bezüglich der Inhalte und der Häufigkeit des nichtkommerziellen Teilens zeigt sich, dass am häufigsten Tätigkeiten, Dienste und Wissen geteilt werden (Tab. 6.2). Fast ein Drittel der Befragten gibt an, diese mindestens monatlich zu teilen, und ein Viertel der Befragten teilt auch mindestens monatlich Gegenstände. Private Räume werden am seltensten geteilt in dem Sinne, dass sie für andere oder von anderen bereitgestellt werden. Allerdings werden von einem guten Viertel der Befragten Räume regelmäßig gemeinsam genutzt.

5 Das Einkommen wurde in acht Kategorien abgefragt, die von »weniger als 500 €« bis »mehr als 4.000 €« reichen. Die Zwischenwerte ergeben sich aus 500-€-Schritten (z.B. 1.000-1.500€).

6 Gültige Prozent beziehen sich auf die Gesamtzahl der Fälle, die einen Wert für das Einkommen angegeben haben – Prozente und gültige Prozentwerte unterscheiden sich hier deutlich, da beinahe die Hälfte der Befragten keine Antwort für diese Frage eingetragen hat.

Tabelle 6.2: Inhalte und Häufigkeiten des Teilens

Inhalte und Häufigkeiten des Teilens	N	1 – Nie	2 – Seltener als einmal im Jahr	3 – Mehrmals im Jahr	4 – Mehrmals im Monat	5 – Mehrmals pro Woche
Ich teile Räume, indem ...						
... ich sie für andere bereitstelle.	364	51,7 %	13,7 %	19,0 %	7,9 %	7,7 %
... andere sie mir bereitstellen.	353	43,6 %	19,0 %	24,0 %	7,0 %	6,2 %
... ich sie gemeinschaftlich nutze.	378	42,9 %	14,0 %	16,4 %	9,5 %	17,2 %
Ich teile Gegenstände, indem ich sie ...						
... für andere bereitstelle.	383	22,5 %	13,1 %	38,6 %	16,7 %	9,1 %
... von anderen bekomme.	366	21,3 %	20,2 %	37,4 %	13,7 %	7,4 %
... gemeinschaftlich nutze.	362	36,7 %	19,9 %	19,6 %	11,1 %	12,7 %
Ich teile Tätigkeiten, Dienstleistungen und Wissen, indem ich sie ...						
... anderen bereitstelle.	378	30,2 %	13,2 %	25,9 %	19,8 %	10,9 %
... von anderen bekomme.	369	31,4 %	16,3 %	27,6 %	16,0 %	8,7 %
... gemeinschaftlich organisiere.	367	43,9 %	16,9 %	18,9 %	11,4 %	9,0 %

Insgesamt sind nichtkommerzielle Praktiken des Teilens eine durchaus verbreitete Praxis in der Stichprobe, die auch die Nutzung kommerzieller Angebote übertrifft. Die Nutzung kommerzieller Angebote geben ein knappes Viertel der Befragten an, darunter insbesondere Mobilitätsangebote und das Teilen von Wohnungen.⁷ Bemerkenswert ist, wie eine Korrelationsanalyse zeigt, dass zwischen den kommerziellen und nichtkommerziellen Formen des Teilens *kein* Zusammenhang besteht (Spearman's Rho: -0,048, Sig.: 0,349).⁸ Wenn eine Person bezahlte Angebote der Sharing Economy wie Car- oder Home-Sharing nutzt, erlaubt dies mithin keinerlei Schlüsse auf Praktiken, bei denen Personen Aktivitäten, Gegenstände oder Räume ohne Bezahlung teilen.

Organisation und Motive des Teilens: Die Relevanz sozialer Beziehungen

Bei der Frage nach der Organisation des nichtkommerziellen Teilens wird vor allem die Relevanz persönlicher Kontakte herausgestellt (Tab. 6.3). Knapp drei Viertel der Befragten bezeichnen diese für die Organisation des Teilens als sehr oder äußerst wichtig. Demgegenüber spielen digitale Medien und Tools wie das Internet oder Chat-Gruppen eine untergeordnete Rolle: Sie werden von gut einem Drittel als sehr oder äußerst wichtig für die Organisation des Teilens angegeben, in etwa demselben Ausmaß wie die Nachbarschaft. Klassischere Medien wie Zeitungen oder schwarze Bretter spielen bei der Organisation des Teilens demgegenüber eine geringe Rolle.

7 Die Nutzung kommerzieller Angebote wurde mit einer Frage im Survey adressiert, der ansonsten explizit nach Praktiken des Teilens fragt, bei denen Geld keine beziehungsweise so gut wie keine Rolle spielt.

8 Spearman's Rho ist ein Zusammenhangsmaß für ordinale Variablen und verfügt über einen Wertebereich von 1 bis -1, wobei ein Wert zwischen 0,2 und -0,2 für keinen oder einen extrem schwachen Zusammenhang steht.

Tabelle 6.3: Mittel der Organisation des Teilens

Welche der folgenden Kontaktmöglichkeiten sind für Sie wichtig, ...						
... um die von Ihnen angegebenen Formen des Teilens zu organisieren?	N	1 – Gar nicht wichtig	2 – Etwas wichtig	3 – Relativ wichtig	4 – Sehr wichtig	5 – Äußerst wichtig
Internetforen und -gruppen, Apps	337	23,4 %	17,5 %	24,0 %	19,0 %	16,0 %
Persönliche Kontakte	346	3,8 %	7,20 %	15,9 %	44,2 %	28,9 %
Zeitungen, Zeitschriften und Werbung	324	58,3 %	21,9 %	9,3 %	7,4 %	3,1 %
Nachbarschaftliche Kontakte (z.B. Feste, Tauschregale, Nachbar*innen)	334	24,0 %	22,5 %	23,7 %	18,9 %	11,1 %
Andere Antwort	122	65,6 %	10,7 %	10,7 %	4,9 %	8,2 %

Soziale Kontakte haben aber nicht nur die größte Bedeutung bei der Organisation, sondern sie sind zugleich ein zentrales Motiv für das Teilen. Bei der Frage nach den Gründen des Teilens erweisen sich Pflege und Erweiterung sozialer Kontakte, moralische Werte der Verpflichtung und Nachhaltigkeit sowie die Erweiterung von Nutzungsoptionen als die wichtigsten Motive (Tab. 6.4a). Auf die Frage *Wenn ich mit anderen teile, tue ich es...* stimmen vier Fünftel den Motiven *weil ich die Personen mag* und die Hälfte *um andere Menschen zu treffen und kennen zu lernen* (eher) zu. Die wertbezogenen Motive: *weil es richtig ist* und *um nachhaltiger und umweltfreundlicher zu leben* erhalten annähernd 70 % Zustimmung. An vierter Stelle steht mit 53,3 % die Antwort *um Dinge zu nutzen oder zu tun, die ich sonst nicht nutzen oder tun könnte*. Dass diese Aussage auf das intrinsische Motiv einer Erweiterung von Handlungs- und Nutzungsoptionen und nicht auf ökonomische Zwänge hinweist, wird dadurch nahegelegt, dass unter den (insgesamt elf) Antwortmöglichkeiten Gründe des Geldes (31,9 %) oder des Angewiesenseins auf Teilen (14,2 %) mit auf den untersten Plätzen rangieren.

Tabelle 6.4(a): Motive des Teilens

Wenn ich mit anderen teile, tue ich es, ...	N	1 – Stimme nicht zu	2 – Stimme eher nicht zu	3 – Teils-Teils	4 – Stimme eher zu	5 – Stimme zu
... um Geld zu sparen.	276	23,2 %	19,2 %	25,7 %	18,1 %	13,8 %
... weil ich die Personen mag.	290	4,1 %	4,1 %	12,4 %	40,0 %	39,3 %
... um Dinge zu nutzen oder zu tun, die ich sonst nicht nutzen oder tun könnte.	274	10,2 %	9,5 %	27,0 %	31,8 %	21,5 %
... um nachhaltiger und umweltfreundlicher zu leben.	282	7,1 %	5,0 %	20,6 %	35,1 %	32,3 %
... weil es richtig ist.	268	6,3 %	6,3 %	17,5 %	36,9 %	32,8 %
... weil ich darauf angewiesen bin.	254	33,9 %	28,7 %	23,2 %	10,2 %	3,9 %
... weil ich denke, öffentlicher Raum ist knapp.	265	15,5 %	21,5 %	27,2 %	20,0 %	15,8 %
... weil ich denke, Wohnraum ist knapp	269	13,4 %	17,8 %	24,2 %	21,9 %	22,7 %
... um ein Zeichen gegen den Kapitalismus zu setzen.	263	28,5 %	14,1 %	20,5 %	17,5 %	19,4 %
... um andere Menschen zu treffen und kennen zu lernen.	273	10,3 %	12,1 %	27,8 %	27,1 %	22,7 %
... aus einem anderen Grund.	137	44,5 %	6,6 %	25,5 %	10,2 %	13,1 %

Die Motivlagen zum nichtkommerziellen Teilen lassen sich zusätzlich aus der Perspektive beleuchten, welche Motive von Personen angegeben werden, die besonders häufig teilen. Anders formuliert: Welche Motive führen zu einer höheren und welche zu einer geringeren Aktivität des Teilens? Um dies zu untersuchen, wird ein Indexwert herangezogen, der die Häufigkeit des Teilens unter den Befragten misst.⁹ Mittels Korrelationen lässt sich prüfen, welches der Motive stärker oder schwächer mit dem Index der Häufigkeit des Teilens der Befragten zusammenhängt. Die Ergebnisse hierzu zeigen einerseits, dass die generell als am wichtigsten herausgestellten Motive sozialer Kontakte und moralischer Werte alle tatsächlich in einer ähnlichen und nur leicht unterschiedlichen Stärke mit der Häufigkeit des Teilens korrelieren (Tab. 6.4b). Andererseits rücken aber drei weitere Motive in das Blickfeld, die neben anderen die stärksten Zusammenhänge mit der Häufigkeit des Teilens aufweisen: Teilen wegen einer Knappheit des Wohnraums, als Zeichen gegen Kapitalismus und weil man darauf angewiesen ist.¹⁰ Während Teilen als Zeichen gegen den Kapitalismus ein weiteres moralisches Motiv darstellt, wenn gleich mit einer stärker politischen Einfärbung als die Motive Nachhaltigkeit und Verpflichtung, verweisen die Motive Knappheit des Wohnraums und Angewiesensein auf Erfahrungen eines Ressourcenmangels. Ergänzend lässt sich zu den Motiven deshalb sagen, dass die Praxis des nichtkommerziellen Teilens mit Erfahrungen von Ressourcenknappheit gerade bei den Personen zu tun hat, die häufiger teilen. Dabei handelt es sich aber aus Sicht der Befragten nicht primär um eine Knappheit monetärer Ressourcen: Zumindest steht das Motiv Geld zu sparen in keinem Zusammenhang mit der Häufigkeit des Teilens (insignifikanter Wert von 0,12).

Tabelle 6.4(b): Korrelation der Motive mit Teilenhäufigkeit

Wenn ich mit anderen teile, tue ich es, ...				
... weil ich denke Wohnraum ist knapp.	... um nachhaltiger und umwelt-freundlicher zu leben.	... weil ich darauf angewiesen bin.	... um ein Zeichen gegen Kapitalismus zu setzen.	... um andere Menschen zu treffen und kennenzulernen.
0,250**	0,240**	0,238**	0,237**	0,235**
... weil ich die Personen mag.	... weil es richtig ist.	... weil ich denke, öffentlicher Raum ist knapp.	... um Dinge zu nutzen oder zu tun die ich sonst nicht [...] könnte.	... um Geld zu sparen.
0,209**	0,204**	0,135*	0,131*	0,117

Spearman's Rho; *Signifikanz <0,05; **Signifikanz <0,01

Dies deckt sich mit den Befunden hinsichtlich des Zusammenhangs der Häufigkeit des Teilens mit der individuellen Verfügbarkeit von Ressourcen (Tab. 6.5). Hier wird erneut deutlich, dass die Einschätzung, ob man ausreichend Geld zum Teilen zur Verfügung hat, in keinem messbaren Zusammenhang mit der praktizierten Häufigkeit des Teilens steht. Dies trifft auch für die Ressource Zeit zu. Am deutlichsten hängt die individuelle Verfügbarkeit von Räumen (Rho: 0,343**) und sozialen Kontakten (Rho: 0,304**) mit der Häufigkeit des Teilens zusammen.

9 Die Häufigkeit des Teilens (Teilhäufigkeit) wird als Mittelwertindex von neun Variablen der Aktivitäten des Teilens gebildet, die jeweils auf einer 5-Punkte-Skala (1 – nie, 2 – seltener als einmal im Jahr, 3 – mehrmals im Jahr, 4 – mehrmals im Monat, 5 – mehrmals in der Woche) erfasst wurden. Jeweils drei Variablen decken die unterschiedlichen Inhalte des Teilens ab (Räume, Gegenstände oder Aktivitäten).

10 Die stärkste Korrelation (0,34**) liegt für *andere Gründe* vor. Diese stellen wir hier nicht dar, weil unter *andere Gründe* in einem vorhandenen Textfeld in aller Regel spezifische Ausführungen zu den in der Tabelle vorhandenen Motiven gemacht, jedoch keine neuen Motive angegeben wurden. Es erscheint verständlich, dass diese Variable die stärkste Korrelation mit der Teilenhäufigkeit aufweist, da Befragte, die konkrete Erläuterungen zu Motiven machen, Teilen auch eher praktizieren.

Tabelle 6.5: Korrelation verfügbare Ressourcen mit Teilhäufigkeit

Bitte geben Sie an, ob Sie genug von den folgenden Ressourcen haben, um mit anderen zu teilen.				
Zeit	Geld	Gegenstände	Raum	Kontakt mit anderen
0,106	0,042	0,162**	0,343**	0,304**

Spearman's Rho; *Signifikanz <0,05; **Signifikanz <0,01

Zur Qualität sozialer Beziehungen: Bezugspersonen und Netzwerke des Teilens

Zu den Personen, mit denen geteilt wird, wurde im Survey die Frage gestellt, in welcher Häufigkeit es sich dabei um Verwandte, Freund*innen, Bekannte oder weitgehend unbekannte Personen handelt (Tab. 6.6). Nichtkommerzielles Teilen findet demnach am häufigsten mit Freund*innen statt (60,8 % antworten *oft* oder *immer*), gefolgt von Verwandten (36,6 %) und Bekannten (32,9 %). Unbekannte Personen spielen eine nur geringe Rolle (8,4 %). Interessant ist im Vergleich, dass in Quartieren mit einer höheren Aktivität des Teilens unter den Befragten (siehe dazu 3.2) auch der Anteil an Bekannten und unbekannten Personen in den Netzwerken des Teilens höher ist. Dies führt uns zu der Hypothese, dass in Nachbarschaften mit ausgeprägteren Praktiken des Teilens der Anteil an Bekannten und Unbekannten in den Netzwerken steigt. Darüber hinaus zeigt sich im Vergleich der Quartiere, dass der Anteil an Verwandten, mit denen die Bewohner*innen teilen, nahezu konstant ist. Die unterschiedliche Häufigkeit von Praktiken des Teilens in Nachbarschaften steht also offenbar in keinem Zusammenhang mit dem Anteil an Verwandten in den Netzwerken des Teilens, während sich aber das Verhältnis von Freund*innen zu Bekannten und unbekannten Personen verändert.

Tabelle 6.6: Bezugspersonen des Teilens

Menschen mit denen ich teile, sind ...	N	1 – Nie	2 – Selten	3 – Manchmal	4 – Oft	5 – Immer
... Verwandte von mir.	350	14,3 %	16,0 %	33,1 %	27,7 %	8,9 %
... Freunde von mir.	352	3,7 %	5,7 %	29,8 %	48,6 %	12,2 %
... Bekannte von mir.	347	8,4 %	19,3 %	39,5 %	27,7 %	5,2 %
... Personen, die ich nicht kenne.	344	29,4 %	44,2 %	18,0 %	6,1 %	2,3 %

Im Survey wurden die Proband*innen gefragt, ob Personen, mit denen sie teilen, ihnen ähneln hinsichtlich soziodemografischer Merkmale wie Alter, Gender, Bildung, Einkommen, Nationalität und bestimmter Interessen und Tätigkeiten. Außerdem wurden soziodemografische Merkmale der Proband*innen selbst erhoben, so dass geprüft werden kann, ob Eigenschaften wie Alter, Bildung und Nationalität Einfluss auf deren Aktivitäten des Teilens haben. Überraschend ist bei dieser letzteren Analyse, dass die Statusmerkmale Bildung, Einkommen und Beruf im Sample keinen Einfluss auf die Häufigkeit des Teilens der Proband*innen nehmen. Ebenfalls keinen Einfluss haben die Merkmale Nationalität und Religion. Lediglich Gender und Alter zeigen einen schwachen Effekt: Frauen und jüngere Personen weisen eine leicht höhere durchschnittliche Aktivität des Teilens auf.

Die Proband*innen selbst stufen bei der Frage nach Ähnlichkeiten von Teilpartner*innen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale und Interessen ebenfalls Bildung, Einkommen und Beruf als unwichtig ein (Tab. 6.7). Auch Nationalität, Religion und Gender spielt ihnen zufolge keine Rolle. Am häufigsten benennen die Befragten Alter (43,7 %), Sprache (49,9 %) und kulturellen Hintergrund (45,5 %) als Ähnlichkeit zwischen ihnen und ihren Teilpartner*innen, darüber hinaus politische Interessen (48,2 %) und Hobbys (36,6 %). Nach der Selbsteinschätzung der Proband*innen weisen deren Netzwerke des Teilens also eine gewisse Selektivität

hinsichtlich des Alters, der Sprache, des kulturellen Hintergrunds und politischer sowie kultureller Interessen auf. Insgesamt verweisen die Ergebnisse jedoch auf eine eher geringe soziale Selektivität der Netzwerke des nichtkommerziellen Teilens.

*Tabelle 6.7: Soziale Ähnlichkeiten von Teilpartner*innen (Selbsteinschätzung)*

Menschen mit denen ich teile, ...	N	1 – Stimme nicht zu	2 – Stimme eher nicht zu	3 – Teils-Teils	4 – Stimme eher zu	5 – Stimme zu
... sind in meinem Alter.	279	11,1 %	10,4 %	34,8 %	24,0 %	19,7 %
... haben den gleichen kulturellen Hintergrund wie ich.	277	12,6 %	11,2 %	30,7 %	28,5 %	17,0 %
... haben die gleiche (nationale) Herkunft wie ich.	273	23,8 %	14,3 %	34,1 %	15,8 %	12,1 %
... haben ähnliche politische Einstellungen wie ich.	249	12,4 %	12,0 %	27,3 %	33,3 %	14,9 %
... haben das gleiche Geschlecht wie ich.	255	31,4 %	19,2 %	34,9 %	9,8 %	4,7 %
... haben ein ähnliches Einkommen wie ich.	250	26,4 %	29,2 %	26,0 %	15,2 %	3,2 %
... haben ähnliche Interessen und Hobbys wie ich.	246	13,8 %	13,0 %	36,6 %	25,6 %	11,0 %
... haben den gleichen Glauben wie ich.	239	36,8 %	18,0 %	28,5 %	11,7 %	5,0 %
... sprechen dieselbe Sprache wie ich.	271	15,9 %	10,3 %	24,0 %	29,2 %	20,7 %
... haben eine ähnliche Bildung wie ich.	249	18,9 %	13,3 %	32,9 %	24,9 %	10,0 %

3.2 Die Nachbarschaft als Knotenpunkt nichtkommerziellen Teilens

Dass die Nachbarschaft eine herausgehobene Bedeutung für Praktiken des nichtkommerziellen Teilens hat, wird anhand der Antworten auf die Frage deutlich, wo Personen leben, mit denen geteilt wird. Mit Abstand werden Personen aus dem eigenen Wohnhaus – die nicht im eigenen Haushalt leben – an erster Stelle genannt, gefolgt von der weiteren Nachbarschaft und der Stadt (Tab. 6.8).

Tabelle 6.8: Orte des Teilens

Ich teile mit Menschen, die ...	N	1 – Nie	2 – Selten	3 – Manchmal	4 – Oft	5 – Immer
... in meinem Haus leben.	325	16,3 %	19,4 %	21,5 %	21,5 %	21,2 %
... in meiner Nachbarschaft leben.	347	26,8 %	24,8 %	28,2 %	15,0 %	5,2 %
... in meinem Bezirk / Stadtteil leben.	339	31,6 %	25,1 %	25,1 %	14,5 %	3,8 %
... in meiner Stadt leben.	339	25,1 %	26,8 %	30,4 %	13,3 %	4,4 %
... weiter weg wohnen.	336	36,6 %	33,3 %	18,5 %	9,5 %	2,1 %

Die hohe Bedeutung der Nachbar*innen im eigenen Wohngebäude zeigt sich auch bei der Frage, wie man Personen, mit denen man innerhalb der Nachbarschaft teilt, kennengelernt hat. Auch hier rangiert das eigene Wohnhaus an erster Stelle (Tab. 6.12). Allerdings werden Kontakte auch im öffentlichen Raum des Quartiers, bei Veranstaltungen oder in Geschäften geknüpft, wobei diese Gelegenheiten im Vergleich der drei Quartiere eine unterschiedliche Rolle spielen, wie noch gezeigt wird.

Im Survey wurde mit mehreren Fragen nach der Nutzung von Infrastrukturen in der Nachbarschaft gefragt. Hier zeigen sich zum einen Unterschiede zwischen den Untersuchungsgebieten im Ausmaß der Nutzung, die in Berlin am ausgeprägtesten ist (Tab. 6.9). Zum anderen steht in allen Quartieren die Nutzung des öffentlichen Raums deutlich an erster Stelle. Auch die Identifikation mit der Nachbarschaft, die im Survey mit sieben unterschiedlichen Aussagen erhoben wurde, unterscheidet sich graduell zwischen den Gebieten. Das Gefühl der Zugehörigkeit zum Quartier und den Bewohner*innen ist wie bei der Nutzung in Berlin am stärksten (Durchschnittswert 3,7), gefolgt von Stuttgart (3,5) und Kassel (3,2). Dies deutet darauf hin, dass das Ausmaß der Nutzung der Infrastrukturen Quartiere in einem Zusammenhang mit dem Gefühl der Verbundenheit beziehungsweise der Identifikation steht.¹¹

Tabelle 6.9: Nutzung nachbarschaftlicher Infrastrukturen

Nutzen Sie Räume außerhalb Ihres Hauses in der Nachbarschaft? Dazu zählen zum Beispiel Gärten, Nachbarschaftstreffpunkte.							
Fallstädte/ Quartiere	N	Gemeinschaftsgärten	Treffpunkte im Bezirk	Öffentlicher Raum	Vereinsräume	Religiöse Einrichtungen	Andere
– Berlin	125	2,3	2,5	3,8	2,4	2	2,1
– Kassel	92	1,8	1,4	3	1,7	1,6	1,6
– Stuttgart	119	1,6	1,7	3,2	2,1	1,7	1,5

Mittelwert innerhalb einer Skala von 1 (nie) bis 5 (mehrmals pro Woche)¹²

Da Praktiken des nichtkommerziellen Teilens einen Schwerpunkt im Bereich der Nachbarschaft haben, ist zu fragen, ob die Nutzung von Infrastrukturen und die Identifikation mit der Nachbarschaft durch Bewohner*innen in einer Wechselwirkung mit deren Aktivitäten des Teilens steht. Dies wurde durch Korrelationsanalysen geprüft. Es zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Nutzung von Infrastrukturen und der Häufigkeit des Teilens unter Bewohner*innen (Tab. 6.10). Je stärker Bewohner*innen ihre Nachbarschaften nutzen, desto stärker sind ihre Aktivitäten des Teilens (von Aktivitäten, Gegenständen und Räumen) ausgeprägt, die auch über die Nachbarschaft hinausreichen können. Am einflussreichsten ist dabei die Nutzung von Treffpunkten im Bezirk, gefolgt von Gemeinschaftsgärten und Vereinsräumen. Zugleich fallen bei einer Betrachtung der Untersuchungsgebiete Unterschiede auf: So ist für das Quartier in Kassel die Korrelation der Häufigkeit des Teilens mit der Nutzung des öffentlichen Raums besonders ausgeprägt, während in Stuttgart der öffentliche Raum und auch Gemeinschaftsgärten weniger relevant sind. Ein ebenfalls signifikanter Zusammenhang besteht zwischen der Identifikation mit der Nachbarschaft und der Häufigkeit

11 Der Index für die Identifikation wird aus sieben Items zur Einstellung zur Nachbarschaft gebildet. Der Wertebereich des Index liegt zwischen 1 – *Stimme nicht zu* und 5 – *Stimme zu*. Eine Korrelationsanalyse zeigt, dass für die Nutzung aller nachbarschaftlichen Infrastrukturen ein signifikant positiver Zusammenhang mit dem Identifikationsindex besteht. Am stärksten ist dieser Zusammenhang für Treffpunkte im Bezirk (0,335**) und am schwächsten für religiöse Einrichtungen (0,124*).

12 Die Häufigkeit der Nutzung wurde auf einer 6er-Skala abgefragt. Zwei *Nie*-Items (*Nie, weil nicht vorhanden* und *Nie, andere Gründe*) wurden für die Mittelwertsbildung zusammengefügt. Die Skala reicht entsprechend von 1 bis 5, wobei 1 *Nie* und 5 *Mehrmals pro Woche* abbildet.

des Teilens, wobei diese Korrelation schwächer ist als zwischen Nutzung von Infrastrukturen und Häufigkeit des Teilens.¹³

Tabelle 6.10: Korrelation Nutzung Infrastruktur mit Häufigkeit des Teilens

Nutzen Sie Räume außerhalb Ihres Hauses in der Nachbarschaft? Dazu zählen zum Beispiel Gärten, Nachbarschaftstreffpunkte.												
Fallstädte/ Quartiere	Gemeinschafts- gärten		Treffpunkte im Bezirk		Öffentlicher Raum		Vereinsräume		Religiöse Ein- richtungen		Andere	
	N	Rho	N	Rho	N	Rho	N	Rho	N	Rho	N	Rho
– Berlin	125	0,487**	121	0,497**	122	0,256**	121	0,456**	122	0,233**	90	0,550**
– Kassel	91	0,330**	90	0,334**	92	0,345**	88	0,265*	89	0,124	61	0,108
– Stuttgart	119	0,275**	122	0,435**	123	0,204*	122	0,390**	123	0,126	73	0,388**
Gesamt	335	0,396**	333	0,431**	337	0,277**	331	0,385**	334	0,168**	224	0,428**

Spearman's Rho; * Signifikanz <0,05; **Signifikanz <0,01

Im Vergleich der drei Untersuchungsgebiete ist die durchschnittliche Häufigkeit des Teilens der befragten Bewohner*innen unterschiedlich. Das erlaubt den Schluss, dass nichtkommerzielles Teilen in den Quartieren in verschiedenem Ausmaß praktiziert wird. Der Mittelwert der Teilen-Häufigkeit liegt – innerhalb einer Skala von 1 bis 5 – in Berlin bei 2,8, in Kassel bei 2,6 und in Stuttgart bei 2,2. Diese Rangfolge der Quartiere spiegelt sich auf fast allen räumlichen Ebenen des Teilens – vom Wohnhaus bis außerhalb der Stadt – wider, allerdings sind die Abstände am deutlichsten bei den kleineren räumlichen Reichweiten des Wohnhauses, der Nachbarschaft und des Bezirks (Tab. 6.11).

Tabelle 6.11: Häufigkeit des Teilens nach räumlicher Reichweite

Ich teile mit Menschen, die ...										
Fallstädte/ Quartiere	... in meinem Haus leben.		... in meiner Nachbarschaft leben.		... in meinem Stadtteil/ Bezirk leben.		... in meiner Stadt leben.		... weiter weg wohnen.	
	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	124	Mittelwert
– Berlin	117	3,5	130	2,9	131	2,7	127	2,6	91	2,1
– Kassel	84	3,0	91	2,3	88	2,2	91	2,5	121	2,2
– Stuttgart	124	2,8	126	2,2	120	2,0	121	2,3	336	1,9
Gesamt	325	3,1	347	2,5	339	2,3	339	2,5	334	2,0

Mittelwert innerhalb einer Skala von 1 (nie) bis 5 (immer)

¹³ Die Korrelation zwischen der Identifikation mit der Nachbarschaft und Teilenhäufigkeit liegt über alle Quartiere hinweg bei einem signifikanten Rho von 0,286**, mit einer nur leichten Abweichung davon zwischen den einzelnen Beobachtungsgebieten.

Vor dem Hintergrund der qualitativen Forschungen hat uns die ausgeprägtere Aktivität des Teilens in der Südlichen Luisenstadt von Berlin nicht überrascht, allerdings schon, dass in Nord-Holland nichtkommerzielles Teilen häufiger als in Stuttgart-Mitte stattfindet. Auch die dargestellten Befunde zum Einfluss der Nutzung und Identifikation mit den Nachbarschaften auf das Teilen hätten zwischen diesen Quartieren eine andere Rangfolge nahegelegt. Zur Erklärung dieser Unterschiede ist es angesichts der Größe und Zusammensetzung der Stichprobe des Surveys nur eingeschränkt möglich, komplexere Analyseverfahren wie Regressionsmodelle heranzuziehen, weshalb wir auf eine statistische Aufklärung der Unterschiede an dieser Stelle verzichten. Abschließend sollen jedoch Ergebnisse vorgestellt werden, die Unterschiede zwischen den Quartieren hinsichtlich der insbesondere auf der Ebene der Nachbarschaft deutlich intensiveren Aktivität des Teilens in Berlin gegenüber Kassel und Stuttgart plausibilisieren.

Kontaktpunkte im öffentlichen Raum und Einstellungen von Bewohner*innen als Motor von Praktiken des Teilens

So zeigt sich, dass in der südlichen Luisenstadt Kontakte mit Personen, mit denen man in der Nachbarschaft teilt, an unterschiedlichen Stellen des Quartiers geknüpft werden. Zwar werden auch in Kassel und Stuttgart Kontakte außerhalb des eigenen Wohnhauses im Kontext von Geschäften, Schulen, öffentlichen Märkten oder Parks geknüpft (Tab. 6.12). Im Vergleich sind jedoch in Berlin die Werte in fast allen Bereichen deutlich ausgeprägter. Neben der intensiveren Nutzung der öffentlichen Infrastruktur des Quartiers bieten sich für die Bewohner*innen in Berlin mithin deutlich mehr Anknüpfungspunkte für Bekanntschaften zum Teilen.

Tabelle 6.12: Orte des Kennenlernens zum Teilen in der Nachbarschaft

Wenn Sie an das Teilen von Gütern, Dienstleistungen und Räumen mit Menschen in Ihrer Nachbarschaft denken, ...												
... wie haben Sie diese Menschen kennengelernt?	Alle Fallstädte			Berlin			Kassel			Stuttgart		
	N	Nicht ausgewählt	Ja	N	Nicht ausgewählt	Ja	N	Nicht ausgewählt	Ja	N	Nicht ausgewählt	Ja
Ich kenne niemanden.	313	90,7 %	9,3 %	120	93,8 %	6,3 %	80	82,5 %	17,5 %	113	94,2 %	5,8 %
In dem Haus in dem Sie leben.	125	36,2 %	63,8 %	38	29,7 %	70,3 %	42	43,3 %	56,7 %	45	37,5 %	62,5 %
Über Werbung (z.B. Zeitungsanzeigen).	339	98,3 %	1,7 %	125	97,7 %	2,3 %	95	97,9 %	2,1 %	119	99,2 %	0,8 %
In Geschäften.	269	78,0 %	22,0 %	82	64,1 %	35,9 %	81	83,5 %	16,5 %	106	88,3 %	11,7 %
In Institutionen (z.B. Schulen).	254	73,6 %	26,4 %	93	72,7 %	27,3 %	79	81,4 %	18,6 %	82	68,3 %	31,7 %
Auf Veranstaltungen oder Märkten.	250	72,5 %	27,5 %	74	57,8 %	42,2 %	82	84,5 %	15,5 %	94	78,3 %	21,7 %
In der Öffentlichkeit (z.B. Parks, Straßen, Spielplätze).	211	61,2 %	38,8 %	64	50,0 %	50,0 %	67	69,1 %	30,9 %	80	66,7 %	33,3 %
In sozialen Medien.	291	84,3 %	15,7 %	104	81,3 %	18,8 %	84	86,6 %	13,4 %	103	85,8 %	14,2 %

Weiterhin reicht im Berliner Untersuchungsgebiet eine gemeinschaftliche Nutzung der Nachbarschaft offenbar stärker über das räumliche Umfeld des eigenen Wohnhauses hinaus, als dies in Kassel und Stuttgart der Fall ist. Bei der im Survey gestellten Frage nach der gemeinsamen Nutzung von Gemeinschaftsräumen, Höfen, Küchen oder Werkstätten im unmittelbaren Kontext des eigenen Wohnhauses wird deutlich, dass deren Ausmaß in den drei Quartieren recht nah beieinanderliegt (Tab. 6.13). Unterschiede zeigen sich nur darin, dass in Kassel und Stuttgart Gemeinschaftsräume, in Berlin dagegen die Nutzung von Orten wie Hinterhöfen und Dächern eine größere Bedeutung haben. Vergleicht man diese Werte mit denen zur Nutzung von öffentlichen Infrastrukturen der Quartiere (Tab. 6.9), so zeigt sich, dass in Berlin eine gemeinschaftliche Nutzung im Umfeld des Wohnhauses nur selten über den Werten der Nutzung öffentlicher Infrastrukturen liegt. In Kassel und Stuttgart stellt sich dies deutlich anders dar, was auf eine stärkere räumliche Dispersion gemeinschaftlicher Nutzungen gegenüber dem eigenen Wohnhaus im Berliner Untersuchungsgebiet schließen lässt.

Tabelle 6.13: Gemeinschaftliche Nutzung von Infrastruktur im Wohnhaus

Wie oft nutzen Sie Räume in Ihrem Gebäude oder daran angrenzende Orte gemeinschaftlich mit Nachbar*innen?										
Fallstädte/ Quartiere	Gemeinschaftsräume (Keller, Garagen)		Gemeinschafts-orte (Dach, Hinterhof)		Gemeinschaftsküchen		Werkstätten		Andere	
	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	124	Mittelwert
– Berlin	117	1,76	117	2,33	114	1,25	113	1,19	80	1,41
– Kassel	87	2,32	87	2,1	85	1,14	86	1,06	58	1,36
– Stuttgart	115	2,65	111	2,03	108	1,08	108	1,11	63	1,33

Mittelwert innerhalb einer Skala von 1 (Nie) bis 5 (Mehr als pro Woche)

Die stärkere Nutzung öffentlicher Infrastrukturen und die größere Bandbreite an Orten jenseits des eigenen Wohnhauses, an denen Kontakte zum Teilen geknüpft und die gemeinschaftlich genutzt werden, plausibilisiert, dass in der Südlichen Luisenstadt nichtkommerzielles Teilen besonders ausgeprägt ist. Wie schon für die gesamte Stichprobe ergeben unsere Analysen keine Anhaltspunkte dafür, dass soziodemografische Eigenschaften der Bewohner*innen wie Alter, Gender, Migrationshintergrund oder sozialer Status eine Rolle für die unterschiedlichen Häufigkeiten des Teilens in den drei Quartieren spielen. Es finden sich aber Anhaltspunkte dafür, dass Einstellungen der Bewohner*innen ein weiterer Grund für die höhere Aktivität des Teilens in Berlin bilden. Zwar sind die angegebenen Motive für nichtkommerzielles Teilen im Vergleich der drei Quartiere sehr ähnlich und entsprechen weitgehend der Rangfolge der gesamten Stichprobe (vgl. Tab. 4a). Motivlagen, die mit der Häufigkeit des Teilens korrelieren, also mit einer stärkeren Praxis des Teilens einhergehen, unterscheiden sich in den Quartieren jedoch voneinander. Hier fällt insbesondere auf, dass in Berlin die moralisch-politischen Motive der Nachhaltigkeit und eines Zeichens gegen den Kapitalismus weit vorne rangieren und das Motiv, auf Teilen angewiesen zu sein, im Unterschied zu Stuttgart und Kassel nicht relevant ist.¹⁴ Es lässt sich interpretieren, dass im Berliner Untersuchungsgebiet die genannten moralisch-politischen Einstellungen verbreiteter sind und nichtkommerzielles Teilen öfter als Praxis zu deren Umsetzung gewählt wird.

14 Interessant ist auch, dass in Stuttgart das Motiv einer Wohnraumknappheit am stärksten mit der Häufigkeit des Teilens zusammenhängt, was wiederum in Kassel nicht signifikant ist (keine Abbildung).

Für die Bedeutung von Einstellungen der Bewohner*innen sprechen auch die Befunde zu der Frage, aus welchen Gründen man Teilen *nicht* praktiziert. Am häufigsten wird in allen Quartieren geantwortet, weil *es zu privat ist*. Dabei liegt die Zustimmung (*stimme eher zu* und *stimme zu*) in Berlin zu dieser Antwort nur bei 30,3 % im Unterschied zu 39,5 % in Kassel und 52,6 % in Stuttgart. Auch bei den Fragen im Survey, die den Wunsch nach mehr geteilten Räumen im Wohngebäude und in der Nachbarschaft erheben sowie die Bereitschaft, dafür auf bestimmte Dinge wie Wohnraum zu verzichten oder Geld auszugeben, heben sich die Befragten in Berlin stets mehr oder weniger deutlich von denen in Kassel und Stuttgart ab. So liegt der Durchschnittswert in Berlin bezüglich der Bereitschaft, mehr Geld für Gemeinschaftsorte im Wohngebäude und in der Nachbarschaft auszugeben, bei 3,1 im Unterschied zu 2,6 in Kassel und 2,7 in Stuttgart (auf einer Skala von 1 bis 5). Diese Befunde legen nahe, dass neben der Art und Intensität der Nutzung der Quartiere sowie der Bandbreite an Gelegenheiten, Personen aus der Nachbarschaft kennenzulernen, auch Einstellungen von Bewohner*innen eine Rolle für das Ausmaß von Praktiken des Teilens in den Nachbarschaften spielen. Im Vergleich sind im Berliner Untersuchungsgebiet nicht nur eine stärkere Nutzung öffentlicher Infrastrukturen und größere Vielfalt an Orten über das eigene Wohnhaus hinaus beim Kennenlernen von Personen aus der Nachbarschaft erkennbar. Es haben auch moralisch-politische Motive eine etwas höhere Bedeutung für die Praktiken des Teilens und Einstellungen hinsichtlich der Privatheit lassen sich als offener für gemeinschaftliche Nutzungen charakterisieren, für die man auch eher bereit ist, auf eigenen Wohnraum zu verzichten oder Geld auszugeben.

4. Fazit

Die dargestellten Ergebnisse zu Formen nichtkommerziellen Teilens lassen deutliche Unterschiede zu den bereits besser erforschten Praktiken im Rahmen der kommerziellen Sharing Economy erkennen. So zeigt sich zunächst, dass Teilen ohne Geld häufiger stattfindet als die Nutzung der Sharing Economy und einen anderen inhaltlichen Schwerpunkt hat, der auf Tätigkeiten, Diensten und Wissen im Unterschied zu Car- und Home-Sharing bei bezahlten Angeboten liegt. Während bei der Sharing Economy soziale Medien und Internetplattformen als zentrales Merkmal für deren Verbreitung und Organisation herausgestellt werden, zeigt sich, dass für nichtkommerzielle Formen des Teilens digitale Medien gegenüber persönlichen Kontakten eine deutlich untergeordnete Stellung einnehmen. Unter den persönlichen Kontakten sind Freundschaften am wichtigsten, aber je mehr Praktiken des Teilens in den untersuchten Nachbarschaften existieren, desto mehr Bekannte und Fremde werden auch in diese Netzwerke einbezogen.

Weiter sind die Motive des nichtkommerziellen Teilens weniger auf ökonomische und pragmatische Gründe wie Kosteneinsparungen und Bequemlichkeit ausgerichtet, die in Umfragen zur Sharing Economy wiederholt herausgestellt werden (Andreotti et al., 2017; Böcker & Meelen, 2017; Grohs-Müller & Dürer, 2021). Stattdessen sind soziale und wertbezogene Motive wie die Pflege und das Knüpfen von Kontakten sowie Nachhaltigkeit und eine moralische Verpflichtung bestimmende Gründe des Teilens von Aktivitäten, Gegenständen oder Räumen. Allerdings zeigt die Analyse auch, dass eine empfundene Knappheit von Wohnraum und das Angewiesensein auf Teilen gerade bei denjenigen Personen wichtige Motive darstellen, die häufig teilen. Während schließlich bei der Nutzung der Sharing Economy die besondere Affinität jüngerer und gebildeter Gruppen betont wird (unter anderem Bärö et al., 2022; Brieger et al., 2019; Cansoy & Schor, 2016; Konrad & Wittowsky, 2018; Ranzini et al., 2017; Smith, 2016) können wir für nichtkommerzielles Teilen eine größere Offenheit insbesondere hinsichtlich des sozialen Status konstatieren. Laut Selbsteinschätzung der Befragten liegen Ähnlichkeiten bei den Personen, mit denen man teilt, am ehesten bei der Sprache, dem kulturellen Hintergrund, Alter und politischen wie kulturellen Interessen vor.

Die Daten stützen die Hypothese, dass die Nachbarschaft eine Art Keimzelle für nichtkommerzielle Praktiken des Teilens von Aktivitäten, Wissen, Gegenständen und Räumen ist. Dabei stehen insbesondere die Nutzung von Einrichtungen und Aktivitäten in der Nachbarschaft, aber auch das Gefühl der Zugehörigkeit zur Nachbarschaft in Zusammenhang mit Praktiken des Teilens der Befragten. Die wichtigste räumliche Ebene, auf der Kontakte zum nichtkommerziellen Teilen geknüpft werden, ist das eigene Wohnhaus. Im Vergleich der Untersuchungsgebiete wird aber auch deutlich, dass Teilen dort häufiger praktiziert wird, wo Kontaktmöglichkeiten auch jenseits des eigenen Wohnhauses bestehen, in Geschäften, auf Märkten oder Festen, in Institutionen wie Schulen oder öffentlichen Räumen wie Parks. Auch Einstellungen zur Privatheit von Gegenständen, Räumen und Aktivitäten, die Befürwortung gemeinschaftlicher Räume und Motive der Nachhaltigkeit und Kritik am Kapitalismus sind unter den Bewohner*innen der Untersuchungsgebiete unterschiedlich akzentuiert und tragen zum verschiedenen Ausmaß der Praktiken des Teilens bei.

Literatur

- Akin, D., Jakobsen, K. C., Floch, J. & Hoff, E. (2021) »Sharing with neighbours: Insights from local practices of the sharing economy«, *Technology in Society*, Vol. 64, No. 101481 [Online]. DOI: 10.1016/j.techsoc.2020.101481.
- Andreotti, A., Anselmi, G., Eichhorn, T., Hoffmann, C. P. & Micheli, M. (2017) »Participation in the haring economy«, *SSRN Electronic Journal*.
- Bäro, A., Toepler, F., Meynhardt, T. & Velamuri, V. K. (2022) »Participating in the sharing economy: The role of individual characteristics«, *Managerial and Decision Economics*, Vol. 43, No. 8, S. 3715-3735.
- Böcker, L. & Meelen, T. (2017) »Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation«, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, Vol. 23, S. 28-39.
- Brieger, S. A., Terjesen, S. A., Hechavarria, D. M. & Welzel, C. (2019) »Prosociality in business: A human empowerment framework«, *Journal of Business Ethics*, Vol. 159, No. 2, S. 361-380.
- Cansoy, M. & Schor, J. B. (2016) »Who gets to share in the » sharing economy «: Understanding the patterns of participation and exchange in Airbnb«.
- Dillahunt, T. R. & Malone, A. R. (2015) »The promise of the sharing economy among disadvantaged communities«, in *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, Seoul, Republic of Korea, Association for Computing Machinery, S. 2285-2294.
- Grohs-Müller, S. & Dürer, A. (2021) *Sharing is Caring‘–oder etwa nicht? Ergebnisse einer empirischen Vorstudie zu den Beweggründen der Generation Y für die in Inanspruchnahme von Sharing ...* [Online]. Verfügbar unter http://ffhoarep.fh-hagenberg.at/bitstream/123456789/1402/1/ffh2021_198.pdf. (Abgerufen am 25. Juni 2023).
- Heinrichs, H. (2013) »Sharing economy: A potential new pathway to sustainability«, *GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society*, Vol. 22, No. 4, S. 228-231.
- Konrad, K. & Wittowsky, D. (2018) »Virtual mobility and travel behavior of young people – Connections of two dimensions of mobility«, *Research in Transportation Economics*, Vol. 68, S. 11-17.
- Maurer, I. & Oberg, A. (2020) *Formen, Steuerung und Verbreitung der Sharing Economy in Deutschland. i-share Report (Vol. I)*. Verfügbar unter <https://www.i-share-economy.org/de> (Abgerufen am 25. Juni 2023).
- Raab-Steiner, E. & Benesch, M. (2018) *Der Fragebogen: Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung* [Online], 5. Aufl., Wien, facultas. Verfügbar unter <https://elibrary.utb.de/doi/book/10.36198/9783838587271> (Abgerufen am 25. Juni 2023).
- Ranzini, G., Etter, M., Lutz, C. & Vermeulen, I. E. (2017) *Privacy in the sharing economy*, Report from the EU H2020 Research Project Ps2Share: Participation, Privacy, and Power in the Sharing Economy.

- Smith, A. (2016) »Shared, collaborative and on demand: The new digital economy«, Pew Research Center [Online] Verfügbar unter <https://www.pewresearch.org/internet/2016/05/19/the-new-digital-economy> (Abgerufen am 25. Juni 2023).
- Szymańska, A. I. (2021) »The importance of the sharing economy in improving the quality of life and social integration of local communities on the example of virtual groups«, *Land*, Vol. 10, No. 7, S. 754.
- Vaskelainen, T. & Piscicelli, L. (2018) »Online and offline communities in the sharing economy«, *Sustainability*, Vol. 10, No. 8, S. 2927.