

# «Äussere Ordnung schafft innere Ordnung»

*Andreas Amstutz hat sich vom vorherrschenden Konsumdenken losgesagt, die klassische Karriere an den Nagel gehängt und verfolgt mit Sharely sein neues Ideal der Shared Economy: Nachhaltigkeit, Sharing und umweltbewusster Verzicht auf Eigentum.*

VON THOMAS BERNER

Gerade in der jetzigen Krise boomen die Sharing-Communities – in den realen und virtuellen Nachbarschaften. Mit-tendrin die Online-Plattform Sharely. Das Unternehmen hat sich dem Credo der Shared Economy verschrieben und stellt im Kern eine Miet- und Vermiet-plattform für Gegenstände dar, die nicht alltäglich gebraucht werden und teils teuer in der Anschaffung sind. Wir sprachen mit Andreas Amstutz über seine Ideale als Unternehmer und die Zukunft von Sharing-Plattformen.

**Herr Amstutz, wir sitzen hier im «Foifi», einem «Zero-Waste-Ladencafé» in Zürich. Das entspricht wohl ganz Ihrer Philosophie von Nachhaltigkeit?**

**Andreas Amstutz:** Kreislaufwirtschaft ist ein grosses Thema. Dabei geht es darum, Abfälle zu vermeiden – eben «Zero Waste». Wie das «Foifi» hier ist auch Sharely für viele eine Inspiration; man muss ja nicht gleich das ganze Leben auf den Kopf stellen, sondern kann sich von einzelnen Dingen inspirieren lassen. In diesem Sinne sehen wir Sharely als Teil der Kreislaufwirtschaft. Wir sorgen nicht dafür, dass Objekte besser reparierfähig werden, sondern dass sie gar nicht erst in den – noch nicht geschlos-senen – Kreislauf geraten.

**Sie wenden sich damit gegen das überbordende Konsumden-ken. Gab es für Sie ein spezielles Erlebnis, das Sie dazu bewogen hat, mehr für die Kreislaufwirt-schaft zu tun?**

Nein. Ich war schon immer jemand, der nur mit wenig auskommt. Ich habe schon früh gemerkt, dass ich nur Dinge besitzen möchte, die ich wirklich brau-che. Zu viel zu besitzen, ist Ballast. Ich sage immer: Äussere Ordnung schafft auch innere Ordnung. Wenn man also Dinge, die man selten benötigt, nicht

kauft, sondern mietet, behält man ei-nen besseren Überblick über sein Ei-gentum. Das finde ich für mich wichtig.

**Wie viel benötigen Sie denn zum Leben?**

Ein Minimalist bin ich nicht, das würde im Zusammenleben mit meinen näch-sten Mitmenschen auch gar nicht funk-tionieren. Mir sind viel mehr die Res-sourcen wichtig.

**In welcher Hinsicht?**

Es ist verrückt, wie heute damit umge-gangen wird, wie viel Wertvolles in bil-ligste Produkte verbaut wird, die sich nicht mehr auftrennen lassen und dann als Abfall enden. Ich glaube, in 30 bis 40 Jahren wird man über unser jetziges Verhalten sehr hart urteilen. Aber eine Verhaltensänderung in Richtung «Zero Waste» zu erreichen, ist unheimlich schwer. Das kennt man ja auch von den Neujahrs-Vorsätzen... Mit Sharely wol-len wir deshalb nahe an bestehenden Angeboten sein. Das heisst, es soll so be-quem sein wie ein Online-Shop. Das ist mein Ziel. Ich möchte nicht, dass Leute nur aus Mitleid oder Opferbereitschaft bei uns mitmachen. Vielmehr soll Sharely eine zusätzliche Option bieten, um mal was auszuprobieren, ohne da-für viel zu bezahlen. Das schlägt sich auch nieder auf unsere Kommunikati-on. Da erheben wir keinen Moralfinger.

**Shared Economy erlebt derzeit einen neuen Boom; in der Krise werde mehr geteilt, heisst es. Inwiefern ist dies allein auf die Corona-Krise zurückzuführen?**

Schon vorher ist Sharely jedes Jahr ge-wachsen. Aber man darf sicher sagen, dass wir zu jenen Unternehmen gehö-ren, die wegen Corona nicht auf der Verliererseite stehen werden. Unser Wachstum führe ich auf den Trend hin zu mehr lokalem Konsum zurück. Das Jahr 2020 wird wahrscheinlich als Jahr der Inlandferien und des lokalen Kon-sums in die Geschichte eingehen. Unser

Vorteil war: Dort, wo die Läden wegen Corona geschlossen waren, waren un-sere Vermieter da, um ihre Gegenstän-de zur Verfügung zu halten. Da konnten wir auftrumpfen. Aber es ist nicht so, dass allein wegen Corona alle nun plötzlich «sharing-affin» geworden wä-ren. Die Kunden schauen, was passt, und wenn es passt, nutzen sie es.

**Mieten statt besitzen: Inwiefern braucht der Mensch einen ge-wissen «Leidensdruck», um sich für neue Denkmodelle begeis-tern zu können?**

Einen gewissen Leidensdruck braucht es sicher. Ferner muss eine Alternative auch bequem sein. Wenn etwas einfach zu verstehen ist, wird es auch genutzt. Ich glaube, Sharing war früher etwas Spezielles, wird aber heute immer mehr zur Normalität. Gerade die jüngere Ge-neration bringt ein neues Verständnis für das Sharing mit – für sie ist es nichts Ungewöhnliches mehr. Kommt hinzu, dass man sich früher eher über Besitz definiert hat. Gerade die Minimalisten zeigen: Ich besitze wenig, und ich brau-che nur wenig zum Leben. Es gibt auch ein Zitat von Niko Paech, dem «Kreis-laufwirtschafts-Papst»: «Souverän ist nicht der, der viel hat, sondern der, der wenig verbraucht». Das halte ich für ein gutes Motto für die Zukunft, gerade wenn man die ganze Klimakrise an-schaut. Ich glaube, vielen ist inzwischen klar geworden, dass man so nicht mehr weiter wirtschaften kann. Und das hat nichts mit Ideologie zu tun.

**Wie funktioniert denn das Geschäftsmodell von Sharely genau? Womit verdient die Plattform ihr Geld?**

Wir betreiben die Plattform. Darauf können Personen Gegenstände anbie-ten, und andere können diese aufTages-basis mieten. Wir nehmen einen fixen Anteil von 20 Prozent der Miete. Das heisst, der Mieter zahlt den fälligen Be-



Bilder: Raoul Stöhlker

*«Es ist nicht so, dass allein  
wegen Corona nun alle *«sharing-affin»*  
geworden wären.»*

**Andreas Amstutz, Gründer und CEO von Sharely, über den wachsenden Stellenwert der Sharing Economy.**



### ANDREAS AMSTUTZ UND SHARELY

Andreas Amstutz hätte eigentlich im Bank- und Versicherungswesen Karriere machen können. Doch ihm war anderes wichtiger: Er wollte einen Gegentrend zum klassischen Konsumdenken setzen. Die Idee: Eine Miet- und Vermietplattform für Alltagsgegenstände, die unregelmässig genutzt werden und deshalb nicht zwingend angeschafft werden müssen. So gründete Andreas Amstutz im Jahr 2014 die Plattform Sharely. Dort teilen mittlerweile über 31 000 Schweizerinnen und Schweizer rund 22 000 Objekte – ganz gemäss dem Trend «nutzen statt besitzen». Hinzu kommt ein nicht zu vernachlässigender ökologischer Aspekt: Durch das Teilen über Sharely können jährlich rund 270 Tonnen CO<sub>2</sub> gespart werden. Das Unternehmen wurde bereits mit diversen Preisen ausgezeichnet, z.B. dem SwissUpStart-Challenge oder dem Publikumspreis «Die Höhle der Löwen».

[www.sharely.ch](http://www.sharely.ch)

trag an uns ein, 80 Prozent davon geht dann an den Vermieter. Wir fungieren quasi als «Matchmaker» zwischen zwei Parteien, die sich nicht kennen. Wir müssen also Vertrauen schaffen; das ist eine unserer zentralsten Aufgaben. Dieses Vertrauen schaffen wir etwa, indem wir eine Versicherung anbieten.

#### **Das scheint mir eine elementare Voraussetzung zu sein.**

Ja. Wir starteten zunächst ohne. Doch die am meisten gestellte Frage war dann: Was passiert, wenn etwas kaputt geht? Auch wenn wenig passiert: Wichtig ist, dass es etwas gibt, was einen absichert. Ein zweiter Punkt, der viel Vertrauen schafft, ist ein guter Kundensupport. Jede E-Mail erhält schnell eine Antwort.

#### **Wie viele Personen arbeiten derzeit für Sharely?**

Sharely ist ein Paradebeispiel eines fast vollständig digitalisierten Geschäftsmodells, dessen Skalierbarkeit praktisch unbegrenzt ist. Zurzeit sind wir zu viert, verteilt auf 2,7 Vollzeitstellen. Eine normale Transaktion verläuft ohne unser Zutun. Auch die Zahlungen laufen über uns, das heisst, der Vermieter erhält garantiert sein Geld. Das bedeutet aber auch, dass das Ausfallrisiko bei uns liegt. Ferner gibt es ein Ratingsystem. Das funktioniert erstaunlich gut. Die Ratings für die Nutzer liegen im Schnitt bei 4,9 von 5 und bei den Objekten bei 4,8.

#### **Das zeugt doch von sehr viel Vertrauen.**

Wir wussten ja zunächst nicht, wie zwei einander völlig fremde Parteien miteinander umgehen. So gesehen ist Sharely auch ein gesellschaftliches Experiment. Vertrauen ist die Grundlage allen Teilens und damit auch die Grundlage unseres Erfolgs. Dieses Vertrauen ermöglicht uns eine Wachstumsstrategie, die

in Zukunft auf noch hochwertigere Produkte setzen darf.

#### **Welche Gegenstände werden derzeit am meisten geteilt und wo besteht ein «Nachfrage-Überhang»?**

Es gibt Personen, die über 100 Objekte anbieten. Die Abdeckung von Angebot und Nachfrage ist aber nicht zu 100 Prozent perfekt. Da gibt es z.B. die Multifunktionsgeräte «Dremel». Die waren in den 1990er-Jahren ein Renner auf Tele-shopping-Kanälen. Von denen haben wir Dutzende im Angebot, aber niemand will sie. Zuerst auf der Hitliste stehen derzeit Fahrzeuganhänger. Das zeigt uns, dass immer mehr Leute unserer Plattform vertrauen und deshalb auch teurere Gegenstände anbieten. Weitere Topobjekte sind Beamer, Hochdruckreiniger, Heckenscheren und anderes Werkzeug.

#### **Sharely ist im Wesentlichen eine Plattform für Privatpersonen. Inwiefern glauben Sie, dass die Shared Economy ein Zukunftsmodell ist – sowohl für den B2C- als auch für den B2B-Bereich?**

Wir sehen einfach, dass wir immer mehr Nutzer haben. Unser Bekanntheitsgrad steigt. Wer einmal etwas über uns gemietet hat und damit positive Erfahrungen gemacht hat, wird es immer wieder tun. Sharing Economy hat aber auch viel damit zu tun, dass man Produkte eigentlich «dematerialisiert» und nur die Dienstleistung verkauft. Das heisst, statt einer Bohrmaschine, kaufe ich mir das Loch in der Wand. Das entspricht durchaus einem Trend. Dies zeigt sich etwa an Bikesharing, Car-sharing usw., wo es um Dinge geht, die man heute lieber mietet als kauft.

#### **Also der menschliche Egoismus resp. der Anspruch, alles «besitzen» zu wollen, steht da nicht mehr im Weg?**

Es wird weiterhin Objekte geben, die ich für mich allein haben möchte. In unserer Community zeigt sich aber, dass mit steigendem Vertrauen auch die Bereitschaft wächst, immer mehr Gegenstände zu teilen, die sowohl für Mieter als auch Vermieter eine emotionale Bedeutung haben – sei dies ein Velo, eine teure Uhr, Kunst oder ein akustisches Instrument. Viele Leute, die heute etwa eine Drohne kaufen, brauchen diese vielleicht am Anfang während ein paar Wochen intensiv, und nachher immer seltener.

#### **Was sind nun Ihre nächsten Pläne mit Sharely?**

In diesem Augenblick sind wir dabei, unseren Programmkernel neu zu schreiben. Sobald wir dies abgeschlossen haben, werden wir neue Features realisieren, die wir schon länger in der Pipeline haben, z.B. die Möglichkeit, dass man sich Gegenstände auch per Post zuschicken kann, oder auch die Erweiterung auf andere Sprachen. Auch erhalten wir immer mehr Anfragen aus dem Ausland. Wir haben Sharely gegründet aus Überzeugung, dass es funktioniert. Und wir sind ja immer gewachsen. Mit jedem vermieteten Objekt wird unsere Plattform attraktiver, und darauf bauen wir. Die Vernetzung soll noch dichter werden, Sharing soll noch intuitiver werden. Das dynamische Wachstum unserer Communities insbesondere in den Schweizer Städten zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Zudem sind wir derzeit in der Planung für den nächsten grossen unternehmerischen Schritt, wo wir mit neuen Produktkategorien einen qualitativen Sprung machen werden.