Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung
Heft 2/2016
Call for Papers

Alternative Konsum- und Geschäftsmodelle – Chancen, Risiken und Gestaltungsbedarfe

Herausgeberinnen: Kornelia Hagen, Jana Rückert-John

In Deutschland wie in allen entwickelten Volkswirtschaften und Wachstumsökonomien führen die Konsum- und Produktionsmodelle zu gravierenden unübersehbaren Schieflagen : Wegwerfmentalität, Massenproduktion, in Teilen unmündige und abhängige Verbraucherinnen und Verbraucher, Anonymität und Entfremdung von Produktionsprozessen, Energie-, Ernährungs-und Ressourcenverschwendung, ungleiche Einkommens- und Vermögensverteilung. In Reaktion darauf entstehen seit einiger Zeit vermehrt alternative Konsum- und Geschäftsmodelle und -initiativen in Konsumfeldern wie Mobilität, Energie, Wohnen, Ernährung und Freizeit. Mit ihnen soll das individuelle und gewinnmaximierende Kaufen und Besitzen durch solidarisches, gemeinschaftliches und suffizientes Wirtschaften ersetzt oder ergänzt werden. Durch tauschen und teilen, verschenken und leihen, nutzen und weitergeben, selber machen, wieder aufwerten oder reparieren werden neue Möglichkeiten der Wertschöpfung (z. B. Prosuming, Crowdinvesting) geschaffen. In Politik und Wissenschaft wird die Etablierung alternativen Konsum- und Produktionsverhältnisse insbesondere unter den Stichworten soziale Innovationen, Sharing Economy, kollaborativer oder auch Ko-Konsum beobachtet und diskutiert.

Zwar gibt es bislang keine umfassend belastbaren Daten und Analysen zur Entwicklung derartiger Ansätze. Potenzialabschätzungen legen aber einen anhaltenden Trend zu neuen Konsumformen und Geschäftsmodellen nahe. Langfristig werden diesen neuen Formen erhebliche Potenziale zugesprochen, sie werden als „Vorboten einer neuen Wirtschaftsform“ gedeutet (beispielsweise VDI/Fraunhofer ISI 2014), die einen Beitrag zur Entkopplung von Wohlstand und Umweltverbrauch, einer fairen Wohlstandsverteilung bis hin zu einem Gemeinwohlstand leisten können (Enquete-Kommission 2013). Alternative Konsum- und Geschäftsmodelle werden auch als Ansätze einer Postwachstumsgesellschaft und somit als Gegenentwurf zur Wachstumsökonomie diskutiert. Erwartet wird von sozialen Innovationen der Sharing Economy auch, dass sich durch das Teilen und Tauschen insbesondere über digitale Plattformen und Netzwerke eine gegenüber dem heutigen Konsumverhalten effizientere oder gar suffizientere und damit nachhaltigere Konsumkultur entwickeln kann. Aber es werden auch negative Auswirkungen für die Marktpotenziale wie auch auf Gesellschaft und Ökologie befürchtet und es wird auf neue Risiken und nicht-intendierte Nebenfolgen und negative Auswirkungen verwiesen. So könnten durch digitale Netzwerke und Smartphone-Apps die Grenzen zwischen professionellen und amateurhaften Leistungen verwischt werden (Beispiele Uber, Airbnb, Amazon Mechanical Turk). Damit verbunden sein könnte ein Aufweichen oder Aushebeln arbeitsmarkt-, lohn-, steuer-, verbraucher- und/oder wettbewerbspolitischer Regelungen und Standards. Soziale Innovationen des Konsums würden dann nur wenig oder gar nicht zu einem effizienten oder suffizienten Konsum beitragen.

In Anbetracht der möglichen weitreichenden gesellschaftlichen und ökonomischen Auswirkungen der Konsum- und Produktionskultur sollen in einem „Vierteljahrsheft zur Wirtschaftsforschung“ Chancen, Risiken und Herausforderungen alternativer Konsum- und Geschäftsmodelle beleuchtet werden. Willkommen sind für das Heft auf Deutschland bezogene sowie international vergleichende wissenschaftliche Beiträge in deutscher Sprache, die sich mit der alternativen Konsumwelt insgesamt oder mit Teilen der neuen Konsumkultur, u. a. zu folgenden Fragen des Themas auseinandersetzen:

- Was sind die Charakteristika kollaborativen Konsums, sozialer Innovationen des Konsums und alternativer Konsummodelle in einer Sharing Economy?
- Welche empirischen Quellen und Befunde gibt es für wirtschaftliche und soziale Wirkungenbzw. Effekte alternativer Konsummodelle?
- Wie lässt sich Erfolg und Scheitern neuer Konsummodelle konzeptionell fassen?
- Welche Auswirkungen haben die neuen Konsummodelle auf Verbraucherinnen und Verbraucher, Anbieterinnen und Anbiete, Arbeitsmarkt und/oder Wirtschaftswachstum?
- Welche Verhaltensmuster bzw. Praktiken lassen sich im Kontext neuer Konsummodelle für private Haushalte und für Anbieter identifizieren?
- Handelt es sich bei den neuen Konsum- und Geschäftsmodellen um Nischen- oder Marktlösungen? Welche Chancen einer gesellschaftlichen Verbreiterung haben sie?
- Wie reagiert die Politik auf die neue Konsumwelt? Welche Politikstrategien greifen bereits, welche sind gefordert?

Interessierte Autorinnen und Autoren schicken bitte einen Abstrakt zu ihrem geplanten Beitrag (1–2 Seiten) *bis zum 15. November 2015* an Kornelia Hagen (khagen@diw.de). Eine Mitteilung über die Annahme der Beiträge erfolgt bis Anfang Dezember 2015. Abgabefrist der Manuskripte ist *Mitte März 2016.* Im Kontext des Vierteljahrshefts ist die Durchführung eines Workshops vorgesehen.

Weitere Hinweise für Autoren finden Sie im Internet unter:
www.diw.de/de/diw_02.c.238042.de/publikationen_veranstaltungen/publikationen/vierteljahrshefte/hinweise_fuer_autoren/hinweise_fuer_autoren.html