

IM BLICKPUNKT: Kulturen des Teilens



Woher?

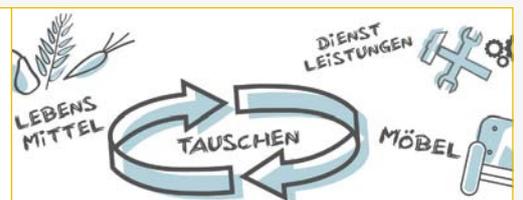
Warum?

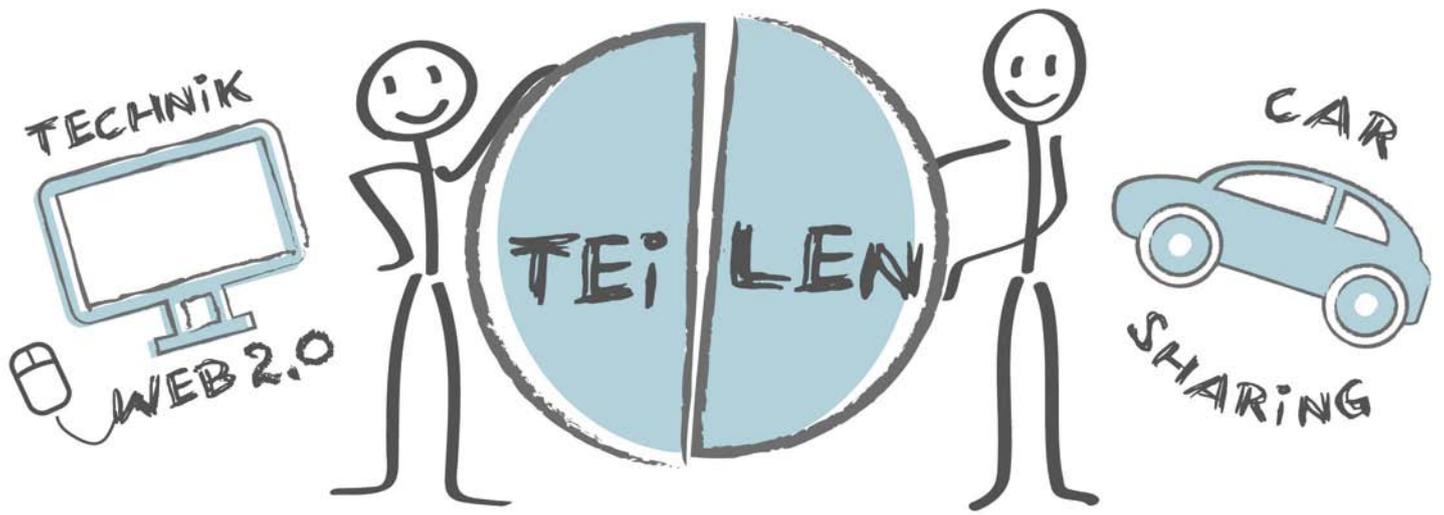
Was?

Wie?



Willkommen in der Shareconomy: Dank Internet, Cloud und Smartphone ist es so einfach wie nie, digitale Inhalte und materielle Dinge zu teilen – und sich zu beteiligen. So teilt Deutschland:





Kulturen des Teilens

Geteilt werden heutzutage Fortbewegungsmittel aller Art, Unterkünfte, technische Infrastrukturen wie WLAN-Netze, Werkzeuge und Kleidung. Selbst vor Spielzeugen und Essen macht der Trend keinen Halt. Während Privatpersonen, aber zunehmend auch professionelle Musiker, Fotografen und Literaten – Künstler – ihre Werke mit Hilfe spezieller Lizenzmodelle der Öffentlichkeit kostenfrei zur Verfügung stellen, wird in Forschung und Lehre immer häufiger darüber debattiert, dass öffentlich finanzierte Forschung und Wissensproduktion auch öffentlich zugänglich sein sollten, ohne dass jemand hierfür extra bezahlen muss.

Dabei realisieren Menschen schon seit längerem Formen des gemeinschaftlichen Wirtschaftens oder etablieren regelrechte Schenkökonomien, die neuerdings in urbanen Gärten adaptiert und/oder anderen Formen des gemeinschaftlichen Handelns weiterentwickelt werden. „Teilen ist das neue Haben“ macht als Motto die Runde, der Abschied vom individuellen Besitz zugunsten der zeitlich begrenzten Nutzung. Was steckt dahinter?

IM BLICKPUNKT: Kulturen des Teilens will hinter den Trend blicken, historische Bezüge herstellen, Motivlagen klären, Beispiele vorstellen und diskutieren – vor dem Hintergrund zu Überlegungen zur Nachhaltigkeit in der digitalen Gesellschaft. Neue Kulturen des Teilens haben sich etabliert, die zwischen analog und digital, zwischen kommerziell und nichtkommerziell funktionieren – mal eher der einen Seite, mal eher der anderen Seite zugeneigt, manchmal sogar beides vereinigend. Um sie soll es hier gehen.

Woher? Warum? Was? Wie? Diese Fragen zu den neuen Kulturen des Teilens bilden die Struktur des Textes.

Woher?

Der Anthropologe und Occupy Wallstreet-Aktivist David Graeber beschreibt in seinem Bestseller „Schulden: Die ersten 5000 Jahre“, wie sich aus der ursprüng-

lichen Tauschökonomie der Menschen eine Geldökonomie entwickelte und wie im Zuge der Verrechtlichung und Industrialisierung seit dem Mittelalter unsere heutige Wirtschaftsform entstanden ist. Da diese Wirtschaftsform seiner Meinung nach zunehmend an ihre Grenzen kommt, müssen innovative(re) Formen entstehen. Die Rückkehr zur ursprünglichen Form, verknüpft mit modernen Elementen?

Zur Jahrtausendwende stellte der US-Ökonom Jeremy Rifkin in seinem Buch „Access“ bereits fest: „Die Ära des Eigentums geht zu Ende, das Zeitalter des Zugangs beginnt.“ Nicht mehr das Haben sei entscheidend, sondern die Möglichkeit, etwas nutzen zu können, der Zugang (engl. „Access“). Vor dem Hintergrund der in der Einleitung geschilderten Beispiele kann man dieser Diagnose durchaus folgen, was zur Prognose des Gründers vom Wired Magazine (ein populäres US-amerikanisches Computermagazin), Kevin Kelly, überleitet: „Alles, was geteilt werden kann, wird geteilt werden.“ Und, so Kelly: „Wir stehen erst am Anfang dieser Entwicklung.“

2013 machte die Computermesse CeBit die „Ökonomie des Teilens“ (engl. die „Shareconomy“) zum Thema, welche Wirtschaft und Gesellschaft revolutioniert.

Warum?

Das Teilen ist sicher nicht neu, Menschen haben immer schon geteilt. Als soziale, „mitteilende“ Wesen sind wir mehr oder weniger zum Teilen geboren. Mit der Digitalisierung sind aber nicht nur digitale Güter entstanden, die teils aus analogen Gütern erwachsen sind – weil sie sich beispielsweise von ihren Trägermedien emanzipiert haben. Mit der Digitalisierung und der Allverfügbarkeit von Informationsnetzen ist das Teilen auch deutlich einfacher geworden, denn Zugänge und Kommunikationsmöglichkeiten sind von Zeit und Raum unabhängig(er).

Aber was kann geteilt werden und was nicht? Das Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) hat dies in einer repräsentativen Umfrage („Sharify – die Zukunft des Teilens“) unter 1.121 Personen in Deutschland und der Schweiz

erhoben, deren Ergebnisse in der „Digitaltrends“ (2/2013) veröffentlicht wurden:

- Unproblematisch wird geteilt („kein Problem“ bis „schon okay“), was dadurch materiell nicht weniger wird (Erfahrungen, Wissen, Ideen, Fotos, Musik) und/oder nur von geringem Wert (kleine Geldbeträge oder Mahlzeiten, Küchengeräte) ist.
- Nicht so gerne („wenn es denn sein muss“) wird geteilt, was einen höheren materiellen oder immateriellen Wert hat (Auto, Wohnung, Haus, Kleider, Bettdecken, größere Geldbeträge, Schmuck und Uhren, mobile Endgeräte, Geschäftsideen), wobei weniger der Produktwert im Vordergrund steht, sondern eher das mit dem Teilen einhergehende Verlustrisiko; auch Hygiene und Sauberkeit spielen eine Rolle.
- Für das Teilen kommen Dinge aus dem Intimbereich nicht in Frage („sehr ungerne“), also alle die Dinge, die eng an der Haut getragen werden oder zur Intimpflege zählen (Unterwäsche und Zahnbürste) sowie Dinge von existentielltem Zugang (Passwörter und Bankkonto).

Also: Je intimer und wertvoller, desto geringer die Motivation zum Teilen. Nun ist die Studie sicher (nur) eine Momentaufnahme, Intimitäts- und Wertvorstellungen befinden sich im steten Wandel. War gemeinsamer Medienkonsum früher eher die Regel – Stichwort „Lagerfeuer“ –, wird er heutzutage mehr und mehr zur Ausnahme. Familien schauen in der Regel nicht mehr gemeinsam fern, das „Public Viewing“ bei großen Fußballspielen fällt zahlenmäßig nicht so ins Gewicht. Die erschwinglicher werdende Technik erlaubt eine größere Zahl an Geräten pro Haushalt. Und außerdem müssen sich so die Familienmitglieder nicht mehr über die Auswahl des „Programms“ streiten ... Demgegenüber avancieren mobile Endgeräte zum täglichen Lebensbegleiter, weshalb sie uns immer persönlicher erscheinen, und werden dementsprechend nur noch ungerne mit anderen geteilt.

Aber warum teilen Menschen überhaupt? Auch hierauf gibt die Umfrage des Gottlieb Duttweiler Institut Antworten (ebenda, S. 8f.): Es ist etwas Besonderes, das man bewusst tut, als Ausdruck eines Lebensstils, und

dabei vielfach auch noch Spaß macht. Hedonistische Motive spielen eine Rolle, man grenzt sich sozial ab. Die (digitale) Technik macht es in immer mehr Fällen möglich oder zumindest immer einfacher. Die materielle Knappheit wächst und damit die Bereitschaft zum Teilen. Ideelle, technische und ökonomische Motive kommen also zusammen.

Und das lässt sich mit Zahlen belegen: Laut einer Umfrage des Bitkom (vom März 2013) teilen 83 Prozent aller Internetnutzer in Deutschland online digitale Inhalte, die sie selbst erstellt oder im Web gefunden haben. 17 Prozent geben an, dass sie hin und wieder auch Dinge wie Autos, Werkzeuge oder ihre Wohnung mit Hilfe des Internets teilen, also materielle Güter. Das entspricht rund neun Millionen Menschen (siehe Grafik).

Dabei sollte klar sein, dass diese viel einfacher zu teilen sind als andere: Zwar können privat erstellte digitale Inhalte oder Güter – das gelungene Urlaubsfoto oder ähnliches – durchaus geteilt werden, kommerziell produzierte und dann erworbene digitale Güter – Audiofiles oder etwa digitale Spiele – dürfen in der Regel nur unter bestimmten Auflagen oder gar nicht geteilt werden; sie sind an den persönlichen Account gebunden und vielfach gegen das Teilen und Tauschen regelrecht gesichert. Vergleiche hierzu ausführlicher IM BLICKPUNKT: Digitale Güter.

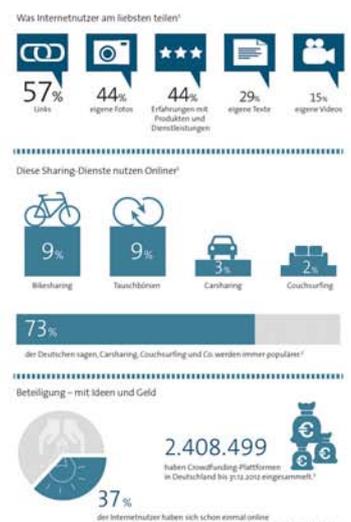
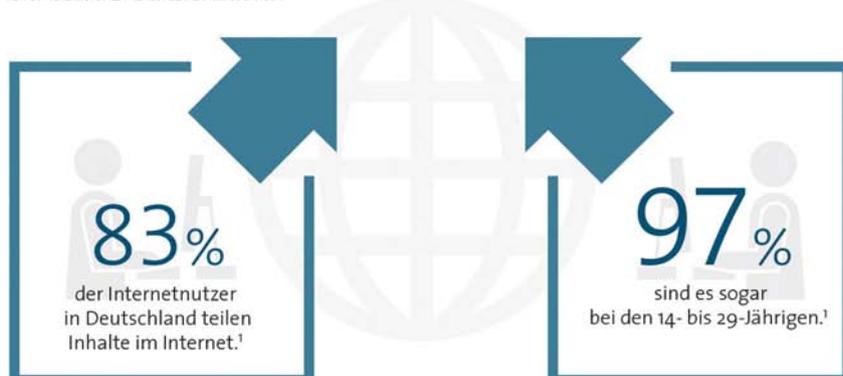
Was?

Das Teilen erlebt einen regelrechten Boom. Kulturen des Teilens sind entstanden, die ein sehr vielfältiges Erscheinungsbild haben. Einige Beispiele sollen dieses illustrieren:

Für das Teilen (allgemein): Ouishare ist ein offenes, globales Netzwerk von Menschen, das den Übergang zur kollaborativen Ökonomie unterstützen soll (<http://ouishare.net/de>). Die im Januar 2012 gegründete Non Profit-Organisation hat die Mission, Ideen und Projekte zu verbinden und zu fördern, die sich für den gesellschaftlichen Nutzen des Teilens, der Zusammenarbeit und Offenheit einsetzen.

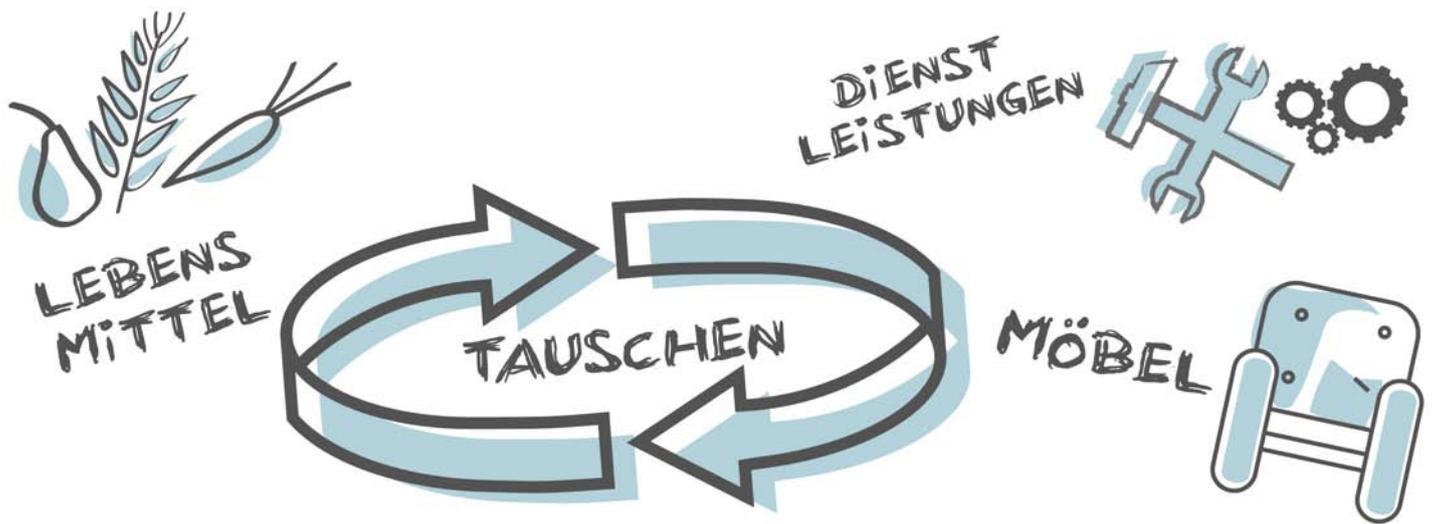
Kultur des Teilens

Willkommen in der Shareconomy: Dank Internet, Cloud und Smartphone ist es so einfach wie nie, digitale Inhalte und materielle Dinge zu teilen – und sich zu beteiligen. So teilt Deutschland:



¹ Daten im Auftrag von BITKOM, November 2012
² Statista, Oktober 2013 (<http://www.statista.com>)
³ Statista, November 2012 (<http://www.statista.com>)
⁴ Statista, Oktober 2013 (<http://www.statista.com>)
⁵ Statista, Oktober 2013 (<http://www.statista.com>)
⁶ Statista, Oktober 2013 (<http://www.statista.com>)





Für Modebewusste: Das Secondhand-Prinzip ist erfolgreich im Internet angekommen. Hier ist der Übergang in die Online-Verkaufsplattform allerdings fließend, Teilen ist nicht „sooo angesagt“. Eher geht es um Tauschen und teilweise einfach ums Handeln. Ein Beispiel hierfür ist das Netzwerk Kleiderkreisel (www.kleiderkreisel.de).

Für Mobile: Autohersteller verwandeln sich in Mobilitätsdienstleister. Dank Handy-App ist der Standort des nächstparkenden Fahrzeugs zu orten und das Fortbewegungsmittel medienbruchfrei zu reservieren. Und nach der Fahrt wird es einfach am Zielort abgestellt und der Fahrweg entsprechend abgerechnet. Teilweise ist dann sogar das Parken umsonst. Angebote heißen DriveNow (www.drive-now.com), Car2Go (www.car2go.com) oder Tamyca (www.tamyca.de). Eigentlich geht es dabei um das alte Prinzip des Autoverleihs, wobei die Verleihphase radikal reduziert wird, von früher wochen- oder tageweise auf stundenweise. Kommuniziert wird es als allerdings als Teilen. Eine Gemeinschaft „drum herum“, die sich etwa bei einem regelmäßigen Stammtisch über das Für und Wider der autogetriebenen Mobilität austauscht, existiert nicht. Der Popularität scheint das nicht zu schaden – ein klares Dienstleistungsverhältnis und ein hohes Maß an Komfort sind für viele ein Qualitätsvorteil.

Stärker communitygetrieben, basierend auf der Idee des „peer to peer“, ist „Nachbarschaftsauto“ (www.nachbarschaftsauto.de). Die Online-Plattform bringt Menschen zusammen, die sich untereinander private Autos ausleihen. Verleiher können ihr Auto kostenlos einstellen und selbst die Leihgebühr festlegen, Leihinteressierte können ein Auto in der Nähe finden und direkt den Verleiher kontaktieren, um das Auto zu buchen. Nach Komforteinbußen klingt das nicht, allerdings dürfte es dem einen oder anderen widerstreben, „einfach“ in ein fremdes Auto einzusteigen. In Zusammenarbeit mit einem Versicherungsunternehmen hat Nachbarschaftsauto sogar eine Versicherung entwickelt, die den Verleiher vor einer Höherstufung seiner Versicherung im Schadensfall schützt.

Für Geschwindigkeitsbewusste: Der Datenverkehr in den Mobilfunknetzen wächst unaufhörlich, für man-

che sogar exponentiell. Telekommunikationsanbieter machen „dagegen“ ein spezielles Angebot: Mit Hilfe spezieller Router(software) lässt sich der persönliche Internetzugang in einen privat genutzten und in einen öffentlich zur Verfügung gestellten Bereich teilen. Für teilnehmende „Surfer“ gestaltet sich dann die Nutzung anderer WLAN-Netze im Netzwerk kostenlos, so dass man unterwegs nicht die oft teuren und meist weniger leistungsfähigen Internetzugänge über Mobilfunk strapazieren muss. Kann das Wachstum des Datenverkehrs in den Mobilfunknetzen so aufgehalten werden?

Die Mitglieder der Initiative Freifunk richten seit etwa zehn Jahren ebenfalls offene WLAN-Netze ein und verbinden diese miteinander. Aus einem kleinen Funknetzwerk entsteht so ein großes Freifunknetzwerk, kostenlos für die Mitglieder der Community, sieht man von den Betriebskosten des eigenen Netzwerks einmal ab. Die Telekommunikationsindustrie ist hier außen vor. Man versteht sich „als öffentlich zugänglich, nicht kommerziell, im Besitz der Gemeinschaft und unzensuriert“ (Selbstbeschreibung). Der Nutzerhaftung wird durch eine Umlenkung begegnet, die eine spezielle Software ermöglicht.

Für Verspielte: Mit meinespielzeugkiste.de hält das Teilen Einzug in die Kinderzimmer. Für zwanzig Euro können interessierte Eltern hier eine altersgerecht zusammengestellte Spielzeugkiste abonnieren, der Neukauf entfällt. Alle zwei Monate kommt eine Kiste und die zuvor ausgeliehene geht zurück. Ihr Inhalt wird in einer Behindertenwerkstatt gereinigt – womit der Hygiene Genüge getan wird –, geprüft, bei Bedarf ausgebessert und eingelagert. Tauschen ist jederzeit umsonst.

Für Sicherheitsliebende: Mittels (s)eines Freundesnetzwerks kann man sich über „friendsurance“ versichern, wodurch größere Schäden abgedeckt sind. Das bietet eine gewisse Sicherheit von Betrug und macht sich im Preis bemerkbar.

Für Reisende: Wer kurzzeitig eine private Unterkunft sucht, weil ihm oder ihr Hotels zu unpersönlich sind, und das zu einem guten Preis, dem helfen Airbnb, 9flats und Wimdu weiter. Sie sind eine kommerzielle Alternative zu anderen kommerziellen Angeboten –

Links

- Der Blog des Projekts „NRW denkt nach(haltig)“ diskutiert das Für und Wider der Shareconomy (und andere Themen) aus der Nachhaltigkeitsperspektive, er ist die Grundlage dieser Veröffentlichung aus der Reihe IM BLICKPUNKT.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/916179
- David Graeber (2012): *Schulden. Die ersten 5000 Jahre.* Klett-Cotta: Stuttgart.
- Jeremy Rifkin (2007): *Access – Das Verschwinden des Eigentums: Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden.* Campus: Frankfurt/ New York.
- Kevin Kelly „Alles, was...“ zit. nach: Klaus Goldhammer (2013): „Teilen, tauschen, leihen: Wie Shareconomy dank Smartphone und mobilem Internet immer weiter um sich greift“, S. 4, in: *Digitaltrends 2/2013*, S. 4-7.
- Zur neuen Kultur und Ökonomie des Teilens hat die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) eine Ausgabe des Magazins „Digitaltrends LfM“ herausgegeben. Ihr Titel „Teilen in der digitalen Welt“ (2/2013). Darin: Detlef Gürtler: *Teilen ist uralte und gleichzeitig hochaktuelle*, S. 8-11.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/559524
- Bitkom (2013): *Shareconomy.*
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/434160
- Silke Helfrich: *Commons fallen nicht vom Himmel*, OYA 20/2013.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/101768
- Silke Helfrich und Heinrich Böll Stiftung (Hrsg.) (2012): *Commons. Für eine neue Politik jenseits von Markt und Staat.* Bielefeld: Transcript.
- Obsthain Grüner Weg (2012): *Design Quartier Ehrenfeld DQE.*
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/453793
- IM BLICKPUNKT: *Digitale Güter* (2013).
IM BLICKPUNKT: *Open Content* (2013).
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/783049

individueller als das Nächtigen in einem anonymen Kettenhotel, verknüpft mit dem Komfort vieler kommerzieller Angebote. Treffend ist die Charakterisierung des bekanntesten Anbieters: „Airbnb: Ferienwohnungen, Häuser & Zimmer zur Miete“.

Stärker communitygetrieben, basierend auf der Idee des „peer to peer“ ist hier „Couchsurfing“. Couchsurfer finden (oder bieten) einen Schlafplatz auf dem Sofa (an) und sicher die eine oder andere nette Bekanntschaft – für viele dürfte das zu intim sein, für viele genau richtig. Es geht (auch) um Kontakt und das soziale Miteinander, der ökonomische Vorteil einer kostengünstigen Unterkunft steht nicht so im Vordergrund.

Für Hungrige: Seit Ende letzten Jahres ist die durch Crowdfunding finanzierte Plattform Foodsharing online, über die Privatpersonen, Händler und Produzenten nach der Devise „Verwenden statt Verschenden“ Lebensmittel spenden und verschenken können.

Konsum und gutes Gewissen scheinen bei diesen Beispielen Hand in Hand zu gehen, dabei sind einige vor allem eines: ein gutes Geschäft! Das klärt die Verhältnisse. Teilen verursacht ein anderes Mitei-

inander, etabliert eine Kultur. Einhergehende „Intimitäten“ sind nicht für alle tragbar. Treffender geht es vielfach um gemeinschaftlichen Konsum (engl. „Collaborative Consumption“), also die kollektive Nutzung von Gebrauchs- und Alltagsgegenständen, die mal getauscht, mal geteilt, mal verliehen oder auch verschenkt werden können.

Statt vieles – in den meisten Fällen viel zu vieles – zu besitzen und in letzter Konsequenz wegzuwerfen, nutzt man lieber die vorhandenen Ressourcen effizienter und senkt dadurch die Kosten. Wenn der Ressourcenverbrauch sinkt, sollten die Motive egal sein. Oder nicht?

Sicher: Teures wird durch den gemeinschaftlichen Konsum vielfach bezahlbar. Und: Während einige damit einen bewussten und aktiven Beitrag zu mehr sozialer und ökonomischer Nachhaltigkeit leisten wollen, dürfte es den meisten in erster Linie ums „liebe Geld“, soziale Abgrenzung oder einen flexibleren Lebensstil gehen, der Ressourcenschonung eher als Mitnahmeeffekt billigend in Kauf nimmt: Denn wenn nur eine/-r kauft und dafür viele andere tauschen, teilen oder leihen, dann spart das vornehmlich jene Energie und Ressourcen, die in Herstellung, Transport, Lagerung, Verkauf und vor allem Entsorgung neuer Produkte fließen. Dabei sollte jedoch nicht übersehen werden, dass beispielsweise das Versenden von Tausch- und Leihgegenständen aus dem Internet wiederum Ressourcen verbraucht – ein Rebound-Effekt.

Wie?

Oder besser noch: wie anders? Welche Alternativen finden sich zu den eben beschriebenen, eher ökonomisch geprägten Kulturen des Teilens? Die Commons-Bewegung setzt sich bewusst von der kommerziellen Shareconomy ab – und auch von der Vorstellung des Teilens als gemeinschaftlichem Konsum. Es geht um eine andere Kultur. Den Anhängern der Commons-Bewegung – den Commonern – geht es um Nachhaltigkeit, den Schutz vor Übernutzung, den Erhalt natürlicher, kultureller und digitaler Güter im Dienste einer Gemeinschaft.

Commons werden in Deutschland übersetzt mit Begriffen wie Gemeingut oder dem mittelalterlichen Begriff Allmende. Expert(inn)en zu diesem Thema, wie beispielsweise Silke Helfrich, haben damit so ihre Schwierigkeiten, schließlich ist für sie die Idee der Commons etwas radikal Heutiges, das vielleicht sogar in die Zukunft weist. Sie betont das Prozesshafte und versucht Commons jenseits der Objekte und Dinge zu denken:

„Die Kategorisierung in natürliche, kulturelle, digitale und sonstige Gemeingüter ist eine Krücke, die wir aus schierer Gewohnheit nutzen, weil wir bei Commons immer an Objekte denken, statt an den Umgang miteinander. Wir sollten die Güterkrücke an den berühmten Nagel hängen, denn der Fokus liegt auf dem ‚uns Gemeinen‘, nicht auf dem Gut. Deshalb spreche ich nur noch von Gemeingütern, wenn ich

tatsächlich gemeinschaftlich zu nutzende Ressourcen bezeichne. Selbst der offenere Begriff Commons ist nicht ideal, denn ‚das Eigentliche ist ein Verb und kein Substantiv‘, wie der US-amerikanische Historiker Peter Linebaugh sagt. Daher ist selbst in deutschen Texten immer häufiger von ‚Commoning‘ die Rede – dem Gemeinschaften. Denn jedes Commons ist ein sozialer Prozess – Commons fallen nicht vom Himmel. Sie sind nicht, sie werden gemacht“ (Silke Helfrich: Commons fallen nicht vom Himmel, OYA 20/2013).

Commons werden also gemacht! Gemeinschaften sind daher als Träger von großer Bedeutung. Beispiele für digitale Gemeingüter – nach Commons-Art – sind die gemeinsam erstellten Inhalte der Online-Enzyklopädie Wikipedia. Nun muss klar sein, dass die Wikipedia auf denselben ressourcen- und energieverbrauchenden Infrastrukturen wie Google beruht, weshalb nicht jedes Commons-Projekt automatisch nachhaltig im ökologischen Sinn ist. Aber die Chance ist deutlich höher, „weil es unabhängig von den strukturellen Fallstricken kapitalistischer Marktlogik gedacht werden kann“ (Helfrich 2013).

Ohne ein gewisses Maß an Schutz sind Commons allerdings nicht zu haben: Zwar sind alle Inhalte der im Januar 2001 gegründeten Online-Enzyklopädie frei; sie stehen jedoch unter dem Schutz der GNU-Lizenz für freie Dokumentation und seit 2009 auch unter der Creative Commons-Lizenz. Dies bedeutet: Sie dürfen kopiert, zitiert und bearbeitet werden, hierfür muss allerdings der Name des Autors oder Rechteinhabers genannt werden, und das neu entstandene/bearbeitete Werk darf nur unter den gleichen Bedingungen (Lizenzen) weitergegeben werden – aus dem Copyright wird das Copyleft. Siehe hierzu ausführlicher IM BLICKPUNKT: Open Content.

Und im analogen Bereich? Schon seit längerem werden Formen des gemeinschaftlichen Wirtschaftens umgesetzt beziehungsweise regelrechte Schenkökonomien etabliert, die neuerdings in urbanen Gärten adaptiert und/oder weiter entwickelt werden, zum Beispiel bei NeuLand (www.neuland-koeln.de) oder im Obsthain Grüner Weg (<http://d-q-e.net/obsthain.html>), beide in Köln. Hier stehen das gemeinsame Tun und die Mög-

lichkeit zur Begegnung im Vordergrund – das Errichten einer Community im urbanen Raum –, die „Schöpfung von Commons durch Gleichgesinnte“ oder, wie Silke Helfrich es nennt, „Commons Creating Peer Production“ (Helfrich 2013)?

Fazit

Die grenzenlosen Möglichkeiten des Tauschens und Teilens im World Wide Web propagieren zwar ein Weniger an Besitz, aber kein Mehr an Verzicht. Gemeinschaftlicher Konsum bedeutet, alles verfügbar zu haben, ohne es kaufen zu müssen. Es wird nicht weniger konsumiert, sondern lediglich anders. Die Commons stehen hier als Gegenentwurf – eine Idee mit Zukunft? Gleichzeitig bedeutet das „neue Teilen“ aber auch, dass mehr organisiert werden muss. Der Zeitaufwand, der damit verbunden sein kann, und Fragen der Bequemlichkeit können also durchaus auch eine Rolle spielen in der Entscheidung zwischen herkömmlichen Formen des Besitzes und der neuen Kultur des Teilens.

Impressum

Die Erstellung dieser Broschüre wurde von der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert. Sie kann kostenlos unter www.grimme-institut.de/imblickpunkt heruntergeladen werden.

Grimme-Institut
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH
Eduard-Weitsch-Weg 25 • D-45768 Marl
Tel: +49 (0) 2365 9189-0 • Fax: +49 (0) 2365 9189-89
E-Mail: info@grimme-institut.de
Internet: www.grimme-institut.de

Text: Lars Gräßer und Maria Roca Lizarazu
Redaktion: Annette Schneider
Gestaltung und Layout: Georg Jorczyk
Bildquellen: M.studio (S. 1), Trueffelpix (S. 1, 2 u. 4) alle fotolia.com; BITKOM (S. 1 u. 3).

Redaktionsschluss: November 2013



ClimatePartner
klimateutral

Druck | ID: 10956-1311-1005