

Collaborative Consumption, Sozialkapital und Quartier. Eine Annäherung

Olaf Schnur · Henning Günter

Eingegangen: 20. Oktober 2013 / Angenommen: 2. Juli 2014 / Online publiziert: 5. August 2014
© The Editors 2014

Zusammenfassung Sowohl das sozialräumliche Wohnumfeld als Nukleus von Stadtentwicklungsstrategien als auch internetbasierte *Collaborative-Consumption*-Ansätze (teilweise auch als *Sharing Economy* oder in Deutschland als Ko-Konsum bezeichnet) sind in Wissenschaft und Politik viel diskutierte Themen, die sich im Spannungsfeld zwischen Globalität und Lokalität bewegen. In diesem Beitrag werden erstmals die Konzepte des Quartiers bzw. der Quartiersentwicklung und der *Collaborative Consumption* auf mögliche prozessuale Zusammenhänge überprüft. Um zu explorieren, inwieweit alternative, communitybasierte Konsummodelle zu einer Stärkung der Quartiersentwicklung im Sinne eines *Local Shifts* beitragen können, stellen wir eine Typologie verschiedener *Collaborative-Consumption*-Arten vor, die sich konzeptionell am Sozialkapital und dessen Verwertbarkeit im Quartierskontext orientiert. Aus dieser Systematisierung folgt, dass viele der Angebote – trotz des erklärten Ziels einer „Nachbarschaftsstärkung“ – nicht notwendigerweise zu einer Akkumulation von lokalem Sozialkapital im Quartier führen müssen. Lediglich ein bestimmter, von uns definierter „autotelisch orientierter *Collaborative-Consumption*-Typ“, hat das Potenzial,

Quartiersentwicklung positiv zu beeinflussen. Dieser Typ könnte insofern für die Quartiersforschung von weiterem Interesse sein und auch für die Stadtentwicklungspraxis im Sinne eines durch webbasierte Vernetzung gestärkten „Quartiers 2.0“ fruchtbar gemacht werden.

Schlüsselwörter Collaborative consumption · Quartier · Sozialkapital · Local Shift

Collaborative Consumption, Social Capital and the Neighbourhood. An Approximation

Abstract Both, neighbourhoods and *Collaborative Consumption* (sometimes also referred to as *Sharing Economy* or *New Economy*), are the loci of interest in current scientific and political discussions that oscillate between the global and the local. This article aims to link the concepts' potential procedural similarities more closely than has been done so far. Both of these concepts consider societal problems and potentials to be affecting the micro level; they form a part of the currently undergoing *local shift*. In order to explore this potential in more detail, we will present a typology of different platforms of *Collaborative Consumption* that takes into consideration both, social capital and relevant characteristics of a neighbourhood. Based on this analysis, we will argue that many of these platforms, despite their emphasis on neighbourly relationships, don't necessarily foster an accumulation of social capital within neighbourhoods. However, there is one distinguished type, we define it as “the autotelic-oriented one”, which can potentially have a positive impact on neighbourhood development. Only this type enables the accumulation of social capital, attempts to overcome socio-economic barriers and provides reciprocity mechanisms for the exchange of fa-

PD Dr. O. Schnur (✉)
Hochschule für Soziale Arbeit, Institut Sozialplanung und
Stadtentwicklung,
Thiersteinallee 57,
4053 Basel, Schweiz
E-Mail: olaf.schnur@fhnw.ch

H. Günter, B.A.
Eberhard Karls Universität Tübingen, Geographisches Institut,
Rümelinstraße 19-23,
72070 Tübingen, Deutschland
E-Mail: henning.guenter@uni-tuebingen.de

vours. This type could be fruitful for neighbourhoods and should be taken into account more seriously by researchers and professionals in this field. We will argue that *Collaborative Consumption* can hence result in a “neighbourhood 2.0” – a community that is complementarily strengthened through web-based services.

Keywords Collaborative consumption · Neighbourhoods · Social capital · Local shift

1 Zivilgesellschaft vor Ort und Web 2.0

1.1 Einleitung

Dass innerhalb von Nachbarschaften vielfältige kooperative oder auch konflikthafte Interaktionen entstehen, ist nichts Neues. Jedoch hat sich die Qualität dieser Aushandlungsformen im Übergang zu einer spät- oder postmodernen, global orientierten Gesellschaft verändert. Unter anderem spielen neue, webbasierte Interaktionsplattformen und darauf beruhende Formen von *Collaborative Consumption* bei ‚urbanen‘ bzw. ‚alternativen‘ Lebensstilen oder in prekären Lebenslagen eine zunehmende Rolle. Gleichzeitig ist die Verortung sozialer Gruppen in kreativen, anregenden oder mit spezifischen, auch sozialen Ressourcen ausgestatteten Nahräumen Gegenstand verschiedener Debatten in der Quartiersforschung, wie etwa in den Diskursen um Skalierung, Kommunitarismus, „Soziale Stadt“ oder *Gentrification*. So treten an die Stelle moderner Wohnumilieus (z. B. „Arbeitermilieus“) marginalisierte Milieus sowie neue Wahlmilieus, die sich zum Teil auch in wohnräumlichen Umfeldern konzentrieren – manchmal temporär, manchmal auch dauerhaft (vgl. Albrow 2007).

Sowohl das Konzept „Quartier“ als auch *Collaborative Consumption* haben in diesem Zusammenhang in jüngster Zeit besondere Aufmerksamkeit erlangt. *Collaborative Consumption* wird von uns als Modell des alternativen Wirtschaftens konzipiert, welches statt des Besitzes den geteilten Zugang zu sowohl immateriellen wie materiellen Ressourcen betont und hierbei Gebrauch von webbasierten Interaktionsplattformen macht. Erst durch Botsman/Rogers (2010) wurde dieses Modell einem größeren Publikum bekannt gemacht. Eine zunehmende Orientierung am kleinräumigen Kontext des ‚Quartiers‘ ist unter anderem im politisch-planerischen Bereich und in der Wohnungswirtschaft spürbar. Dabei wird Quartier selten definiert und häufig unscharf oder als Modewort, als *Buzzword*, gebraucht. In der Quartiersforschung wird Quartier in einem erweiterten sozialgeographischen Sinn als „ein kontextuell eingebetteter, durch externe und interne Handlungen sozial konstruierter, jedoch unscharf konturierter Mittelpunkt-Ort alltäglicher Lebenswelten und individueller sozialer Sphä-

ren [verstanden], deren Schnittmengen sich im räumlich-identifikatorischen Zusammenhang eines überschaubaren Wohnumfelds abbilden“ (Schnur 2008: 40). Beide Konzepte orientieren sich primär an einer Verortung von gesellschaftlichen Problemen und Potenzialen auf der Mikroebene, sind damit also Bestandteil eines gegenwärtigen *Local Shifts*: Im Lokalen werden Lösungsmöglichkeiten für makrostrukturelle Problemlagen wie z. B. Klimawandel oder Ineffizienz einer ausbeuterischen Überproduktionsweise (vgl. Grimm/Kunze 2011: 22, auch Robertson 1998) gesehen. Beide Konzepte diskutieren mitunter Potenziale wie „Gemeinschaftsgefühl“ oder „Kooperation“ (vgl. Botsman/Rogers 2010: 169 ff.). Aufgrund ihrer Möglichkeiten für den Aufbau von bedeutungsvollen Nachbarschaftsbeziehungen hat das TIME Magazin *Collaborative Consumption* deshalb zu einer der zehn derzeitigen „großen Ideen“ erkoren, die die Welt verändern sollen: “It’s a perfect fit for an urban lifestyle in which you have lots of neighbors and little storage. But the real benefit of Collaborative Consumption turns out to be social. In an era when families are scattered and we may not know the people down the street, sharing things – even with strangers we’ve just met online – allows us to make meaningful connections” (Walsh 2011).

In aktuellen wissenschaftlichen Debatten spiegelt sich dieses Interesse wider: So findet man diverse Fallstudien zu verschiedenen *Collaborative-Consumption*-Anbietern (am Beispiel *Couchsurfing*: Rosen/Lafontaine/Hendrickson 2011; Molz 2012). Der Fokus liegt hierbei oft auf den Motiven der Nutzer und Anbieter sowie der Frage, wie die Vertrauensbildung in solchen Konstellationen organisiert werden kann (vgl. Schrader 2001; Prothero/Dobscha/Freund et al. 2011).

Das Forschungsfeld „Quartier“ hingegen blickt auf eine lange Tradition zurück, die von der Chicagoer Schule der Sozialökologie etwa über *Community Studies* oder Aktionsraumforschung bis hin zu politisch-ökonomischen und poststrukturalistischen Interpretationen reicht (vgl. Schnur 2008). Die Frage der *Community* bzw. der Nachbarschaft spielte in diesem Kontext mitunter eine große Rolle, sowohl aus der Perspektive von Machtverhältnissen und kleinräumigen, reskalierten neoliberalen *Governance*-Formen (vgl. Kamleithner 2009) als auch aus der Akteursperspektive etwa im Zusammenhang mit bürgerschaftlichem Engagement und lokalem Sozialkapital (vgl. Schnur 2003a) oder mit lebensweltlicher Raumproduktion (vgl. Schnur 2012).

Obwohl die gemeinsame inhaltliche Schnittmenge groß zu sein scheint, fehlen bislang noch systematische Studien, welche die Einflüsse von *Collaborative Consumption* auf Quartierszusammenhänge aufgreifen. Im Folgenden diskutieren wir deshalb – auf der Basis einer exemplarischen Auswahl von Online-Plattformen – die Potenziale von *Collaborative Consumption* zur Quartiersentwicklung. Die Grundannahme besteht darin, dass die Entwicklung

von Quartieren – verstanden als sozialräumliche, nachbarschaftliche Kontexte – dann flexibel und ausgleichend verlaufen kann, wenn vor Ort Interaktionen stattfinden und unterschiedliche Gruppen miteinander in einen vielfältigen Kontakt treten. Wenn sich eine emanzipierte Zivilgesellschaft von unten nach oben herausbildet (*Bottom Up*), wachsen die Chancen, dass diese ihre Interessen beispielsweise auch gegenüber kommunalen oder immobilienwirtschaftlichen Akteuren mit differierenden Handlungslogiken besser artikulieren kann. Vor diesem Hintergrund möchten wir explorieren, ob es bestimmte Typen von *Collaborative Consumption* gibt, die in diesem Sinne einen größeren Beitrag zur Quartiersentwicklung leisten können als andere. Dies soll schließlich in einer ersten Typisierung von *Collaborative-Consumption*-Ansätzen münden. Nach begrifflichen Vorabklärungen wird deshalb die Varianz an *Collaborative-Consumption*-Modellen etwas detaillierter dargelegt, um diese so in einem weiteren Schritt anhand ihrer Leitorientierungen ordnen zu können. Als Rahmenkonzept dient uns das Sozialkapital-Konzept, welches wir auf seine lokale Komponente auf der Quartiersebene fokussieren. Nachdem diese Vorüberlegungen mit *Collaborative Consumption* verknüpft worden sind, folgt in einem letzten Schritt dann die Bewertung der jeweiligen Quartiersentwicklungschancen in Bezug auf die von uns identifizierten *Collaborative-Consumption*-Typen.

1.2 Was ist Collaborative Consumption?¹

Unter dem Begriff lassen sich unterschiedliche Modelle subsumieren, die ihre Gemeinsamkeit darin haben, dass Gegenstände geteilt werden, statt diese für sich zu besitzen bzw. zu erwerben. Bezeichnend hierfür ist der vielzitierte Mentalitätswandel weg vom Modell des *Individual Ownership* hin zur Idee des *Shared Access* (vgl. Goodman 2010; Walsh 2011). Die folgenden Beispiele wurden exemplarisch ausgewählt, um das Phänomen *Collaborative Consumption* zunächst zu umranden. Hierbei folgen wir der Kategorisierung von Botsman/Rogers (2010) in Produkt-Dienstleistungssysteme, Redistributionsmärkte und Kollaborative Lebensstile. Zum einen geht es also um solche kommerzielle Anbieter wie *Velib* oder *Car2Go*, die in Städten eine Flotte von Verleihfahrrädern bzw. -autos gegen eine entsprechende Gebühr zur Nutzung bereitstellen. Unter diese Kategorie der Produkt-Dienstleistungssysteme fällt ebenfalls *AirBnB* als vielleicht erfolgreichste *Collaborative-Consumption*-Plattform, über welche Reisende gegen eine entsprechende Geldsumme private Unterkünfte mieten können. Zum anderen gibt es Angebote, die genutzt werden können, um

Gegenstände wie Werkzeuge, Kleidungsstücke oder Autoteile zu verschenken oder zu verkaufen (z. B. *Ebay*). Diese Beispiele lassen sich als Redistributionsmärkte verstehen. Schließlich gibt es tatsächlich geteilten Konsum wie Nachbarschaftsautos, Obstallmenden oder sogar Versicherungen (z. B. *Friendsurance*). Diese Seiten lassen sich als Beispiele Kollaborativen Lebensstils bezeichnen. All diese webbasierten Anbieter haben gemein, dass Privates (zu einem entsprechenden Preis) für Andere angeboten und zur Nutzung freigestellt wird.

Diese Art von Konsumptionsstil findet man bereits in Tauschringen (vgl. für eine Übersicht Finkeldey 1999), in traditionellen Tauschgesellschaften oder in anderen kontemporären Gesellschaftsbereichen vor.² Was jedoch neu ist, und insofern die Idiosynkrasie von *Collaborative Consumption* ausmacht, ist die Relevanz des Internets und sozialer Netzwerke für diese Art von kooperativem Konsum. Diese bieten, relativ unabhängig von Zeit und Raum, die Möglichkeit, Personen mit gleichartigen Interessen oder Anliegen unverbindlich zusammenzubringen. Einer der ersten Anbieter, der diese Idee für sich genutzt hat, ist der Online-Markt *Ebay*, mit dem auf simple Art und Weise Gebrauchtes er- und versteigert bzw. ge- und verkauft werden kann (vgl. Botsman/Rogers 2010: 127). Diese und andere Verkaufsplattformen, soziale Medien wie *Facebook*, aber auch neuere Technologien wie *Smartphones* und mobile GPS-Systeme trugen dazu bei, eine Umgebung zu schaffen, innerhalb derer das Modell beste Entwicklungsbedingungen hatte (vgl. Schulist 2012: 7). Die Fremdheit der potenziellen Interaktionspartner, die freilich durch das Internet auch nicht beigelegt werden kann, wird bei den meisten Plattformen anhand bestimmter Vertrauensmechanismen gelöst. *Rating*-Systeme und Evaluationsmöglichkeiten sind funktional äquivalent zu Luhmanns für kleinere Gemeinschaften diagnostiziertem „Gesetz des Wiedersehens“ (Luhmann 1973: 37). Dies bedeutet im übertragenen Sinne, dass statt alltäglicher sozialer Interaktionen Vertrauen durch die *Internet-Community* generiert wird. Schulist (2012: 8) resümiert insofern: „This combination of technologies has filled the gap that had grown between neighbors that once lived in a sharing economy, and now allows the old form of trade to happen in a broader environment. Proponents say that this new development of the old system and its embrace of the new technologies is the main thing that is helping *Collaborative Consumption* thrive“ (eigene Hervorhebung).

¹Für den zeitlichen Entstehungsablauf von *Collaborative Consumption* vgl. die sehr übersichtliche Graphik auf <http://awesome.good.is/transparency/web/1009/sharing-is-contagious/flat.html> (16.05.2014).

²Hierbei wäre an solche Kooperativen wie *La Via Campesina* oder *Mondragon* (<http://viacampesina.org/en>; <http://www.mondragon-corporation.com/eng>; 23.06.2014) zu denken, die im Wesentlichen auf dem Genossenschaftsgedanken beruhen.

1.3 Collaborative-Consumption-Plattformen mit Nachbarschaftsanspruch? Autotelische und heterotelische Orientierung von Collaborative Consumption

Für den Quartierskontext konzentrieren wir uns hier nur auf den Teil der *Collaborative-Consumption*-Plattformen, die in ihrer Selbstbeschreibung das Ziel formulieren, eine vor Ort existierende *Community* zu stärken. Leitunterscheidung wird also nicht die weiter oben genannte von Botsman und Rogers sein, die ihr Hauptaugenmerk auf die Art des Teilens bzw. der Nutzung legt. Stattdessen fragen wir danach, ob eine Plattform den Aufbau bzw. die Stärkung von Nachbarschaften (*Communities*) vor Ort in ihren Zielen betont – also auf einen Beitrag zur Quartiersentwicklung ausgelegt ist.³ Allen von uns analysierten Plattformen ist dann gemein, dass sie einerseits als Kontaktbörsen bzw. Orte des Kennenlernens digital existieren, dieser Kontakt jedoch andererseits nicht nur digital weitergeführt wird, sondern Auswirkungen auf die in einem Quartier existierenden, alltäglich-lebensweltlichen Nachbarschaftsstrukturen hat bzw. haben soll. Letztlich geht es hierbei also um den Aufbau von real existierenden lokalen sozialen Beziehungen und Netzwerken (vgl. Holzer 2006).⁴

In Deutschland stechen vor allem die Anbieter *Foodsharing* und *AlleNachbarn* als Modelle mit Nachbarschaftsanspruch hervor. *Foodsharing* (Slogan: „Lebensmittel

teilen statt wegwerfen“) hat etwa 40.000 registrierte Nutzer und wird vom Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen unterstützt (vgl. *Foodsharing*⁵), *AlleNachbarn* (Slogan: „Informieren – Teilen – Engagieren“) zeigt etwa 500 angemeldete Nachbarschaften⁶. Die Funktionsweise dieser beiden Seiten lässt sich so verstehen, dass entweder ein gemeinsames Interesse (z. B. bessere Informiertheit in einer Nachbarschaft über anstehende Termine) zum Interesse an einer kollektiven *Collaborative-Consumption*-Plattform-Teilnahme führt (*AlleNachbarn*) oder ein allgemeines Interesse an einem bestimmten Thema (z. B. nachhaltigere oder verantwortungsvollere Verwertung von Lebensmitteln) zur Initiierung von Nachbarschaft beitragen soll (*Foodsharing*).

Die beiden Beispiele unterscheiden sich dahingehend, dass reale Nachbarschaft entweder bereits existiert oder noch geformt werden soll. Im konkreten Fall von *AlleNachbarn* können beispielsweise Hausverwalter Informationen über ein Haus veröffentlichen („Achtung Marder unterwegs“), sich Interessensgruppen bilden („Gemeinsam Tatort gucken“) oder dringende Notfälle („Papagei entflohen“) gemeldet werden. Die Frage nach der Nutzung hängt ganz davon ab, inwiefern sich Nachbarn dafür entscheiden, diese *Websites* als Kommunikationsgrundlage zu benutzen und für welche Zwecke. Dabei können im Sinne eines im Anfangsstadium befindlichen, expansiven und kontaktabhängigen Diffusionsprozesses (vgl. Hägerstrand 1967) bestimmte Personen (meist mit höherem Bildungsgrad und spezifischen Lebensstilen) als Erst-Anwender (*Early Adopters*) auftreten, die jedoch infolge der Plattform-Nutzung auch mittels konkreter Interaktionen vor Ort das Angebot weiter verbreiten. Dadurch können *offline* auch andere Zielgruppen erreicht oder zur *online*-Teilhabe mobilisiert werden.

Wir werden nun eine erste Unterscheidung treffen, die den *raison d'être* der von uns ausgewählten Plattformen betrifft.⁷ Einerseits handelt es sich dabei um Plattformen, die aus einem spezifischen Anlass soziale Beziehungen vor Ort stärken wollen (heterotelische Orientierung), andererseits gibt es solche, die primär um der Nachbarschaft willen soziale Beziehungen betonen (autotelische Orientierung).

³Die verschiedenen Begriffe wie *Community*, Nachbarschaft oder *Neighbourhood* werden in der Praxis häufig undifferenziert oder synonym verwendet. Während das angelsächsische *Community* eine eher ‚raumarme‘ Kategorie für eine Gruppe mit gemeinsamen Interessen oder Merkmalen darstellt, entspricht die Nachbarschaft im Deutschen der soziologischen Perspektive von „Nachbarn vor Ort“ (vgl. Hamm 1973; Schnur 2012). Der englische Begriff *Neighbourhood* (amerik.: *Neighborhood*) dagegen bezeichnet am stärksten die Kombination der sozialen und räumlichen Aspekte, weswegen sich als deutschsprachiges Pendant hierfür das „Quartier“ anbietet (Schnur 2008: 40).

⁴An dieser Stelle sollte darauf hingewiesen werden, dass sich alle im Folgenden beschriebenen *Websites* noch in der Pionierphase befinden. Insofern lassen sich keine Evaluationen über Nutzerzahlen (bzw. ähnliche Erfolgsfaktoren) finden oder Zukunftsprognosen abgeben. Eine der wenigen vorliegenden Untersuchungen zum Thema *Collaborative Consumption* ist eine 2013 erschienene Evaluationsstudie des Instituts für Kommunikation in sozialen Medien (ikosom), die sich jedoch nicht auf die von uns genannten Beispiele bezieht (vgl. ikosom 2013). Im angelsächsischen Raum, wo *Collaborative Consumption* seinen Ursprung hat, ist die Verfügbarkeit von Daten etwas fortgeschrittener; auch hier lässt sich jedoch nichts Konkretes zu den von uns genannten Beispielen finden (vgl. http://www.slideshare.net/jeremiah_owyang/sharingnewbuying (16.05.2014)). Dies liegt unseres Erachtens vor allem daran, dass diese Art von *Collaborative-Consumption*-Plattformen mit Nachbarschaftsanspruch eine Nischenfunktion einnimmt und im Gegensatz zu *Ebay* oder *AirBnB* keinen größeren kommerziellen Erfolg nachweist. Ebenfalls hat sich auf diesem Gebiet, wiederum im Gegensatz zu *Ebay* und *AirBnB*, bislang kein ‚Marktführer‘ etabliert. Bevor *Best-practice*-Beispiele identifiziert werden können, müssen diese Projekte zunächst die Pionierphase überwinden und daran anschließend intensivere Studien folgen.

⁵Vgl. <http://www.foodsharing.de> (16.05.2014).

⁶Vgl. <http://www.allenachbarn.de> (16.05.2014).

⁷Die Kategorien sind dabei im Stile Max Webers idealtypisch gebildet, sind also zielgerichtet zu heuristischen Zwecken konstruiert (vgl. Weber 1988). Die *Collaborative-Consumption*-Plattformen lassen sich in der Realität eher einem Kontinuum denn einer dichotomen Gegensätzlichkeit zuordnen, wurden jedoch nach Gesichtspunkten der autotelischen bzw. heterotelischen *Community*-Orientierung verabsolutiert. Hier geht es also vorwiegend um die wissenschaftliche Reduktion von Komplexität und um die Gewinnung trennscharfer Begriffe als um die individuell-adäquate Beschreibung der einzelnen Plattformen.

Unter erstere Kategorie fallen beispielsweise solche Plattformen wie *Foodsharing*, *Sharedearth* oder *Gardenshareconwy*,⁸ bei denen es darum geht, bestimmte Gegenstände (z. B. Lebensmittel, Gärten, Werkzeuge) untereinander in der Nachbarschaft zu tauschen. Zwar wird die Stärkung der Nachbarschaft als Ziel formuliert, jedoch orientieren sich diese *Websites* primär an einem bestimmten Thema oder einem Wert, welcher/s dafür sorgen soll, dass Nachbarn zusammenkommen. Diese erste Kategorie lässt sich anhand eines weiteren Begriffs unterteilen in auf monetären oder nicht-monetären Beziehungen basierend. Häufig handelt es sich also auch um Plattformen, bei denen nachbarschaftliche Beziehungen von Beginn an monetär aufgeladen sind, da ein Preis für den jeweiligen Gegenstand gefordert wird. Beispiele hierfür wären die Plattformen *Sharesomesugar* oder *Brightneighbor*,⁹ bei denen es primär darum geht, eine Leistung zu erwerben bzw. ein Produkt gegen Geld innerhalb eines nachbarschaftlichen Kontexts anzubieten.

Autotelisch orientierte Plattformen wie etwa *Streetbank*, *ToolzDo* oder *Thesharehood* sind im Gegensatz dazu primär daran interessiert, Nachbarn im Quartier zusammenzubringen und nennen hierfür eine ganze Bandbreite an Möglichkeiten, auf welche Art und Weise dies geschehen kann. Für diese Seiten gilt vor allem, dass die „digitale *Community*“ zu dem Zweck gegründet wurde, um den Kontakt vor Ort zu erleichtern. Hier steht also die Initialisierung von persönlichen Bekanntschaften, relativ unabhängig von den letztlich Motiven, im Vordergrund. Diese Plattformen stabilisieren sich nicht anhand des Anreizmechanismus Geld, da es primär um den Aufbau einer *Community* im Quartier geht und nicht um das Austauschen von Gegenständen oder Wissen.

In der weiteren Analyse soll gezeigt werden, welche Konsequenzen sich aus dieser Unterscheidung von autotelischer und heterotelischer Orientierung der Plattformen ergeben. Zunächst soll jedoch der Ansatz des „lokalen Sozialkapitals“ als weitere konzeptionelle Dimension in die Diskussion einbezogen werden. Mit dem Sozialkapital-Konzept können unter anderem die Entstehungsbedingungen und der Nutzen von Netzwerkbeziehungen vor Ort (z. B. infolge von *Collaborative Consumption*) erklärt werden.

2 Theoretische Basis: Lokales Sozialkapital

2.1 Sozialkapital: Vorüberlegungen

Eine Vielzahl von Forschern hat sich aus der Perspektive zum Teil stark auseinandergehender Paradigmen mit

Kapitalartenkonzepten beschäftigt (vgl. die Übersichten in Haug 1997; Schnur 2003a; Franzen/Freitag 2007). Die einflussreichsten Vertreter sind sicherlich der französische Soziologe Pierre Bourdieu, der aus einer strukturalistischen Ungleichheitsperspektive heraus argumentiert (Bourdieu 1983), der US-amerikanische Politologe Robert Putnam, der sich vor allem auf gesamtgesellschaftliche Diagnosen konzentriert (Putnam 1995) sowie sein Landsmann, der Soziologe James Coleman, der – wie Putnam ein Vertreter des *Rational Choice*-Paradigmas – die funktionale Akteursebene stärker in den Mittelpunkt rückt (Coleman 1991). Um die Zusammenhänge von *Collaborative Consumption* und Vernetzungsprozessen im Quartierskontext besser verstehen zu können, sind akteurszentrierte Ansätze wie diejenigen von Bourdieu und Coleman, die Sozialkapital als individuell handhabbare Ressource verstehen, besonders geeignet.¹⁰

Ähnlich wie Bourdieu sieht auch Coleman Sozialkapital als eine „sozialstrukturelle Ressource“ an, welche die Individuen (als Konstituenten der zugrundeliegenden Sozialstruktur) wie ein „Kapitalvermögen“ nutzen können (Coleman 1991: 392; vgl. Bourdieu 1983: 190 f.). Sozialkapital kann erstens anhand seiner Funktion und zweitens anhand seiner Beziehungshaftigkeit charakterisiert werden: „Social capital is defined by its function. It is not a single entity, but a variety of different entities, with two elements in common: they all consist of some aspect of social structures, and they facilitate certain actions of actors ... within the structure. Like other forms of capital, social capital is productive, making possible the achievement of certain ends that in its absence would not be possible. ... Unlike other forms of capital, social capital inheres in the structure of relations between actors and among actors. It is not lodged either in the actors themselves or in physical implements of production“ (Coleman 1988: 98).

Sozialkapital lässt sich also nicht anhand von solitären Subjekten einfangen, sondern ergibt sich erst durch bestimmte relationale Kontexte (Beziehungshaftigkeit). Die Qualität der zugrundeliegenden Beziehungen lässt sich unter anderem durch die Unterscheidung in *Bonding* und *Bridging Social Capital* charakterisieren (Putnam 2000: 22 ff.): Ersteres Modell beschreibt die Stärkung eines Gruppenzugehörigkeitsgefühls in einer bestimmten Gruppe, letzteres steht für die Verbindungen zwischen verschiedenen Gruppen – also die Herstellung von Beziehungen zu anderen sozialen Bereichen. Mit Hilfe von Sozialkapital bzw. dessen möglicher Umwandlung in andere Kapitalarten kön-

⁸ Vgl. <http://www.foodsharing.de/>; <http://sharedearth.com/>; <http://gardenshareconwy.org.uk/> (16.05.2014).

⁹ Vgl. <http://sharesomesugar.blogspot.de/>; <http://brightneighbor.com> (16.05.2014).

¹⁰ Wir konzentrieren uns damit im Zusammenhang mit *Collaborative Consumption* auf das Verstehen individueller Handlungen und deren Konsequenzen im Quartier, ohne damit jedoch die Existenz struktureller Probleme, die sich durch die räumlich ungleiche Akkumulation verschiedener Kapitalarten ergeben, oder die Kritik an gemeinschaftlichen Steuerungsformen in Abrede stellen zu wollen.

nen bestimmte Ziele erreicht werden, die zu erreichen ohne dieses nicht möglich gewesen wäre (Funktionalität).

In diesem Zusammenhang ist Vertrauen zentral, da dieses die Basis für das Entstehen von Netzwerkbeziehungen darstellt. Netzwerke können lediglich dann emergieren, wenn für ein gewisses Maß an generalisiertem Vertrauen zwischen verschiedenen Akteuren gesorgt ist. Vertrauen entsteht automatisch (oder eben auch nicht), sobald die Akteure in Interaktion treten, reproduziert sich dann durch „positive Rückkoppelungen“ (Schnur 2003a: 62) und bestärkt damit letztlich, in Analogie zum Schneeballsystem, das Vertrauensverhältnis. Vertrauen und Netzwerk stabilisieren sich anhand von Erwartungen, die durch Gefälligkeiten aufgebaut werden. Verpflichtungen und Erwartungen bedingen sich also gegenseitig und führen dazu, dass sich ein Reziprozitätsnetzwerk herstellt (vgl. Stegbauer 2002: 14 ff.).

Coleman betont weiterhin, dass Sozialkapital in unterschiedlichsten Formen auftritt. Neben seiner Ausprägung als generalisiertes Vertrauen zeigt es sich demnach als Informationsgehalt (z. B. über Stellenangebote), als organisationaler Nutzen (z. B. als *Community Based Organizations* oder als Bürgerinitiativen), als Normen und Sanktionen (z. B. hinsichtlich bestimmter Verhaltensweisen im Haus oder auf dem Spielplatz) sowie als Machtpotenzial (z. B. im Falle eines *Gatekeepers* zu besonders lohnenden, aber geschlossenen Netzwerken) (vgl. Schnur 2003a: 52 ff.).¹¹

2.2 Lokales Sozialkapital: Räumliche Spezifizierung

Bezieht man das Sozialkapital-Konzept auf Sozialkapitalressourcen im Wohnquartier, geht es um lokalisiertes, lokal verankertes oder „lokales Sozialkapital“ (im Folgenden basierend auf Schnur 2003a: 73 ff.). Dieses lokale Sozialkapital basiert zum einen auf den Beziehungen innerhalb der Sozialstrukturen in einem Quartier, das damit als ‚Matrix‘ sozialer Interaktionen einen Ressourcencharakter aufweist.

¹¹ Coleman, aber auch andere Vertreter des Sozialkapitalansatzes werden kritisiert, weil hier zum Teil Tautologien auftreten, d. h. Ursachen und Wirkungen von Sozialkapital vermengt werden. Alejandro Portes, der im wissenschaftlichen Diskurs auch immer wieder auf mögliche Negativeffekte von Sozialkapital hinweist (z. B. Portes/Landolt 1996), schlägt deshalb eine systematischere Trennung zwischen den Quellen von Sozialkapital und den Ressourcen vor. So nennt er als Quellen „*Value Introjection*“ und „*Bounded Solidarity*“ (Werte, Solidarität: jeweils eher altruistisch motiviert) sowie „*Reciprocity Exchanges*“ und „*Enforceable Trust*“ (Reziprozität, erzwingbares Vertrauen: eher instrumentell motiviert). Aus diesen Motivationslagen resultieren Effekte aufgrund möglicher Ressourcentransfers (allein die Tatsache des Vorhandenseins einer Ressource bedeutet demnach noch nicht, dass auch wirklich ein Transfer stattfindet). So kann sich eine Ressource aufgrund von Moralvorstellungen, aufgrund sozialer Identifikation, als ‚Deal‘ mit einer erwarteten Gegenleistung oder in der Hoffnung auf einen Statuszuwachs innerhalb einer Gemeinschaft als „Sozialkapital“ aktivieren (Portes 1998: 7 ff., vgl. auch Haug 1997: 8) und dann zu positiven (oder auch negativen) Konsequenzen für das Individuum oder die Gruppe bzw. in unserem Fall das Quartier führen.

Lokales Sozialkapital wird somit also zu einer potenziellen, individuell verfügbaren Ressource für die Bewohner, die – zusätzlich zum translokalen Sozialkapital – deren Handlungsspielraum erweitern und eine lokale Identifikation bzw. soziale Ortsbindung ermöglichen kann.

Sowohl altruistisch als auch instrumentell motivierte Quellen von Sozialkapital und deren potenziellen Effekte (z. B. Informationsnutzen, Machtzuwachs, soziale Kontrolle) treten in einer spezifisch „lokalen“ Variante auf (Schnur 2003a: 76 ff.), die sich an entsprechenden, lokal verankerten Entstehungs-„Orten“ vorfinden lassen. Dazu gehören beispielsweise die dort lebende Familie, weitere lokal verankerte Primärgruppen (Verwandte, Freundeskreis), lokale Organisationen (z. B. Kulturverein, Bürgerinitiative) und die unmittelbare Nachbarschaft (Haus- oder Wohnblockebene), aus der im Einzelfall ein beachtlicher Nutzen entstehen kann (Absicherung, Unterstützung, Rückhalt, ‚Wohngefühl‘). Sämtliche dieser Initialsphären besitzen auch eine lokale Adresse, sind also ‚ver-ortet‘: die Adresse eines Moscheevereins, die Wohnung eines Nachbarn, die Vorort-Präsenz eines Quartiersmanagers, das Büro eines Tauschrings oder die Orte, an denen die Tauschleistungen erbracht werden.

Es stellt sich weiterhin die Frage, welche Voraussetzungen für die Bildung und Nutzung lokalen Sozialkapitals günstig sind (Schnur 2003a: 82). Dabei kann man zwischen individuellen Faktoren und begünstigenden Gebiets- und Sozialstrukturvoraussetzungen unterscheiden. Zwar sind keine besonderen individuellen Voraussetzungen notwendig, jedoch verhindern bzw. begünstigen Kommunikations- und Sprachkompetenz sowie die individuelle Fähigkeit zur Mobilität die Akkumulation und Nutzung von Sozialkapital. Gleichzeitig kann ein Quartiersumfeld für die Entwicklung der individuellen Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten als Grundlage für die Sozialkapitalbildung und -nutzung mehr oder weniger förderlich sein (z. B. durch mehr oder weniger einladende Platzsituationen, Stadtmöblierung, Infrastrukturen, aber auch durch eine emanzipatorische, offene und mit einem gewissen ‚Vertrauensvorschuss‘ ausgestattete Sozialstruktur).

Lokales Sozialkapital hat dabei nicht nur einen individuellen, sondern auch einen kollektiven Nutzen: Je mehr lokales Sozialkapital (Nachbarn) in einem Quartier auftritt, desto eher sind Bewohner in der Lage, gemeinsame Artikulationsmöglichkeiten und organisationale Kapazitäten aufzubauen, um selbstbestimmt (kollektive) Ressourcen aus dem Wohnquartier zu akquirieren (z. B. Problemlösung über Nachbarschaftskontakte) bzw. in irgendeiner Form politisch zu handeln (Schnur 2003a: 74 f.). Je ‚kommunikativer‘ und ‚interaktiver‘ also der sozialräumliche Quartierszusammenhang ist, desto mehr Sozialkapital wird im Quartier aufgebaut. Bei einem derart erweiterten Handlungsspielraum der Bewohner vergrößert sich auch der Handlungsspielraum

stadtentwicklungspolitischer Akteure, sofern sie sich einer aktiven, emanzipierten Zivilgesellschaft öffnen wollen (Schnur 2003a: 74 f.; vgl. Putnam 1995; Putnam 2000).

In diesem Zusammenhang soll im Folgenden der Beitrag von *Collaborative Consumption* als ein möglicher Nukleus für lokales Sozialkapital exploriert werden.

3 Collaborative Consumption: Sozialkapital Reloaded

3.1 Neue Mechanismen der Sozialkapitalakkumulation

Eine auf einer emanzipierten Zivilgesellschaft beruhende Perspektive auf das Quartier ist auch in verschiedenen *Collaborative-Consumption*-Modellen vorzufinden. Während die *Community*- und sozialkapitalbasierte Quartiersentwicklung in ihrer institutionalisierten Form (z. B. im Rahmen des Programms „Soziale Stadt“) mitunter auch als neoliberale Stadtpolitik in sozialem Gewand kritisiert wird (vgl. Mayer 2003; Lanz 2009; Kamleithner 2009), entspringt die *Collaborative-Consumption*-Aktivität oft tatsächlich einem ‚*Grassroots-Level*‘. Je nach Kontext treten hier auch Schnittstellen zu urbanen sozialen Bewegungen zu Tage, die sich gegen Formen der unternehmerischen Stadt und die Durchkapitalisierung der Privatsphäre wenden. Zunächst soll jedoch die Frage geklärt werden, ob es bei den verschiedenen *Collaborative-Consumption*-Modellen zum Aufbau von Sozialkapital und der Ermöglichung von *Social Bonding/Bridging* kommt.

Gemäß unserer Leitunterscheidung ermöglichen monetäre, heterotelisch orientierte *Collaborative Consumption*-Modelle aufgrund der Geld-/Leistungsorientierung keinen Aufbau von Sozialkapital. Folgende Entstehungsgeschichte der Plattform *Sharesomesugar* kann dies verdeutlichen: “Four years ago I moved from a small apartment in Manhattan to one of these starter homes in Cincinnati. When I moved into my house I needed a lot of house things like power tools, gardening tools and lots of other items that would help me take care of my house. ... Every once in a while there was something random like a tall ladder that I needed and no one that I knew had it. The idea of spending \$100 dollars on something that I would probably only use once or twice made my stomach turn. I thought to myself, “There must be someone in my neighborhood who has a ladder”, but I didn’t know who that was. ... As I was going from house to house, I realized a few things. First, I was meeting all of these new neighbors that I hadn’t previously met. Borrowing things was actually a great way to meet new neighbors! Second, wow, why is it so difficult to find out who has what in my neighborhood? ... And so I created Share Some Sugar, an online service that finds someone in

your neighborhood who is willing to lend you something that you need.”¹²

Ein relationaler Kontext ist hier nicht festzustellen, außer dass, in Analogie etwa zu *Ebay*, Verkäufer-Käufer-Kontakte entstehen, die im Weiteren jedoch nicht unbedingt relevant sind oder als Kontakte genutzt werden. Zwar wird hier letztlich die Möglichkeit betont, den Anderen kennenzulernen, jedoch ist durch das primäre Interesse, Gegenstände gegen einen Preis anzubieten bzw. für einen gewissen Zeitraum zu erwerben oder zu entleihen, die Beziehung *a priori* funktional aufgeladen und somit in den meisten Fällen auf den Akt des temporären Kaufs beschränkt.¹³

Anders verhält es sich mit dem zweiten Typ, demjenigen der nicht-monetären, heterotelisch orientierten *Collaborative-Consumption*-Modelle. Hier ist der Zweck des Zusammentreffens zwar wie bei den monetären Modellen durch einen Erwerb determiniert, jedoch liegt der Fokus auf der langfristigen Etablierung von Kontakten (und bleibt somit nicht lediglich auf den Akt des temporären Erwerbs beschränkt). Sozialkapital wird somit durch die Perpetuierung des Kontaktes aufgebaut, eine Beziehungshaftigkeit ist eindeutig gegeben. Die Motivation für die Entstehung eines Kontaktes ist hier jedoch immer noch sachlich konkretisiert (Interessensspezifikation). Veranschaulicht werden kann dies anhand der Seite *Gardenshareconwy*, auf der Gartenbesitzer und Hobbygärtner aus Conwy als Nachbarn, also im Quartier, zusammengebracht werden sollen – im Wortsinne eine ‚Erdung‘ virtueller Kontakte vor Ort: “The scheme is a vehicle to help people who want to grow their own food but have nowhere to do it and linking them to people who have garden space that is under-used. The benefits for both parties are having a share of the fresh food produce, enjoying seeing the garden/plot develop and flourish whilst gaining a greater sense of community.”¹⁴

Tendenziell entstehen hier Kontakte, die ein *Social Bonding* bewirken können. Eine Beziehung bzw. daraus resultierende größere (lokale) *Community* wird um ein Thema herum gebildet und durch die Perpetuierung des Kontaktes zusammengeschweißt. Durch die relative Sachbestimmtheit ist ebenfalls das *Social Bridging* möglich, da nicht die soziale Schichtzugehörigkeit im Vordergrund steht, sondern das Verfolgen eines bestimmten Interesses. Hierdurch kann also eine gewisse Egalisierung möglicher Unterschiede erreicht werden.

¹² <http://sharesomesugar.blogspot.de/2009/12/shareablenet-article-why-i-started.html> (19.05.2014).

¹³ Eine generelle Chance der Kontaktintensivierung soll freilich nicht geleugnet werden. Es ist jedoch wichtig, den Unterschied im Vergleich zu anderen Typen deutlich zu machen: Die Betonung des Anbieters liegt primär auf dem Nutzenaspekt von getauschten statt gekauften Waren (durch geringere Kosten, Kritik an überflüssigem Konsum etc.).

¹⁴ <http://www.gardenshareconwy.org.uk/gardenShare/index.php?lng=en&trg=howgsworks&mapstate=00> (19.05.2014).

Zuletzt soll auf die autotelisch orientierten *Collaborative-Consumption*-Plattformen eingegangen werden. Hier verhält es sich zunächst ähnlich wie bei den nicht-monetären Modellen. Es geht um die Initiierung von Gemeinschaften bzw. Kontakten. Konträr zum zweiten Typ sind diese jedoch nicht weiter inhaltlich festgelegt und somit offen für relativ viele gesellschaftliche Gruppen. Sozialkapital ist insofern das konstituierende Element dieses dritten Typus: Es geht primär um die Etablierung von Gemeinschaftlichkeit im Quartier und deren potenziellen Nutzen. Dass diese Anbieter am stärksten den Kriterien für die Bildung lokalen Sozialkapitals im Quartierskontext nahekommen (vgl. Schnur 2003a: 73 f.), kann anhand der folgenden Aussagen von *ToolzDo* verdeutlicht werden: “ToolzDO is a social platform for connecting neighbors to each other and to their local community to strengthen community life. It is a fully hosted web service that is rich in community building tools that provide a myriad of opportunities for neighbors to connect and stay connected; see and get to know neighbors or small local businesses or non-profits near you; see who’s also doing what you’re doing or has done it; rent your stuff out to earn; borrow, swap, barter, or get free stuff to save; discuss, share, ask, and inspire.”¹⁵

Weil Nachbarschaft die einzige Bedingung ist, die von der Seite als Motivation genannt wird, kommen hier recht unterschiedliche Akteure im Quartier zusammen, denen sowohl *Social Bonding* gelingen kann als auch, aufgrund der Diversität, ein besonders großes Potenzial zum *Social Bridging* aufweisen.

Je nach Ausrichtung der Plattformen werden also die oben genannten begünstigenden Rahmenbedingungen für den Aufbau von lokalem Sozialkapital im Quartier erweitert.

3.2 Zwischen virtueller und realer Welt: Aufbau von Vertrauen und Reziprozität

Ein weiterer wichtiger Punkt, auf den expliziter eingegangen werden sollte und in dem sich die von uns gebildeten Typen stark unterscheiden, besteht in der Möglichkeit zur Bildung von Reziprozitätsnetzwerken, die im Kontext der Quartiersentwicklung eine wichtige Rolle spielen (vgl. etwa Schnur 2003b). Im Falle der monetären *Collaborative-Consumption*-Modelle muss lediglich für das Vertrauen in die Funktionstüchtigkeit bzw. Reliabilität des Besitzers/Käufers gesorgt werden. Dies geschieht, wiederum in Analogie zu *Ebay*, anhand eines Evaluationssystems. Bewertungen können nach dem Transfer des Gegenstandes von Käufer und Anbieter für den jeweils anderen abgegeben werden. Hierdurch wird eine digitale Reputation der Akteure hergestellt, die für alle sichtbar ist. Da hier insgesamt jedoch Angebot und Nachfrage als Motivation fungieren, muss

nicht für eine weitere Reziprozität der Beziehung gesorgt werden. Von Gefälligkeiten und Gegengefälligkeiten kann hier nicht die Rede sein, da eine etwaige Bringschuld durch den Geldtransfer direkt getilgt wird.¹⁶

Anders verhält sich die Frage der Vertrauensbildung für den Typus der autotelisch orientierten *Collaborative-Consumption*-Plattformen. Da hier „eine freiwillige Investition in eine stabile Gemeinschaft“ (Schnur 2003a: 72) unvermeidbar ist, müssen Richtlinien geschaffen bzw. Maßnahmen getroffen werden, wodurch garantiert ist, dass sich diese freiwilligen Investitionen zu einem gewissen Zeitpunkt amortisieren. Schwierig wird hier die Sanktionierung von Trittbrettfahrern, wenn nicht davon ausgegangen werden kann, dass Luhmanns „Gesetz des Wiedersehens“ zum Tragen kommt. Die Frage lautet also, wie bei aller Offenheit der Plattformen dafür gesorgt werden kann, dass freiwillige Investitionen langfristig belohnt und Trittbrettfahrer bestraft werden, letztlich also das Gesetz der Reziprozität von Gefälligkeiten und Gegengefälligkeiten greift.

Es muss, so lässt sich schlussfolgern, geklärt sein, wie der Nutzer relativ themenunspezifisch engagierte von nicht-engagierten Mitgliedern einer *Community* auseinanderhalten kann. Die Lösung dieser Frage besteht, in Analogie zu *Facebook*, in der Konzentration auf Persönlichkeitsprofile. Hierdurch wird eine gewisse Transparenz der Person erreicht, die dazu befähigt, vertrauenswürdige von vertrauensunwürdigen Mitgliedern einer *Community* zu distinguieren. Vertrauen wird hiermit generalisiert und resultiert dann in einer Art Reputation. Generell scheint dies ein praktikabler Mechanismus zu sein, der dazu führt, dass Vertrauen bzw. Leistung nicht bloß in einer Beziehung eine Rolle spielt, sondern sich über mehrere Kontexte streuen kann. Es kommt dann zur Transzendierung von ansonsten eventuell sozial oder thematisch limitierten Reziprozitätsnetzwerken. In Anlehnung an den Begriff der Multiplex-Beziehungen (vgl. Schnur 2003a: 62), der beschreibt, wie bei Polykontextualität einer Beziehung Ressourcen der einen Beziehung auch für andere Kontexte genutzt werden können, könnte dann hier von einer „Polykontextualität des Vertrauens“ gesprochen werden. Botsman/Rogers (2010: 219) nennen dieses System „reputation capital“. *Reputation Capital* meint genau diese Form des Vertrauens, die anhand von digitalen Plattformen von einem Kontext in den anderen konvertierbar gemacht wird: „It is only a matter of time before there is some form of network that aggregates your reputation capital across multiple forms of Collabora-

¹⁶ Auch hier muss wiederum auf die Relativität des Typus hingewiesen werden, da neben dem Tausch für Geld auch die Möglichkeit eingeräumt wird, Gegenstände kostenlos anzubieten. Insofern können sich diese Plattformen eher dem zweiten Typus annähern. Hierfür muss dann jedoch genug Vertrauen zwischen den Tauschenden aufgebaut sein, um so den Vertrauensmechanismus Geld funktional äquivalent abzulösen.

¹⁵ http://www.toolzdo.com/about_toolzdo_features (19.05.2014).

tive Consumption. We'll be able to perform a Google-like search to see a complete picture of how people behave and the degree to which they can be trusted“ (Botsman/Rogers 2010: 219).

Diese Form des Kapitals weist eindeutig Ähnlichkeiten zum Sozialkapital auf, erfährt jedoch durch die Möglichkeiten des Internets eine Konvertierbarkeit, welche die Grenzen des Sozialkapitals aufgrund der relationalen Gebundenheit sprengt. Die Seite *Thesharehood* zeigt, wie auf sehr kreative Weise das Reziprozitätsproblem gelöst werden kann. Hier wurde die digitale Komplementärwährung Samaras eingeführt, um so dem unliebsamen Phänomen der Trittbrettfahrerei vorzubeugen: „Unfortunately we don't live in utopia yet, and there are people out there who might use a welcoming community to take advantage of individuals. In order to counter this, ... we have created a local currency, called Samaras, for use in trading goods and time. This is largely there for the bigger trades, and ensured that people are able to get back from the community as much as they give.“¹⁷

Das System funktioniert dergestalt, dass jedes *Community*-Mitglied zu Beginn 250 Samaras erhält und diese nach Belieben auf bis zu 0 Einheiten reduzieren bzw. 500 erhöhen kann. Gewöhnliche nachbarschaftliche Dienste kosten pro Stunde beispielsweise 20 Samaras (z. B. Gartenarbeit, Babysitting). Durch diese Limitierung sowohl nach oben als auch nach unten wird ein langfristiges Ungleichgewicht verhindert und dem Gesetz der Reziprozität auf pragmatische Art und Weise nachgekommen.

Für nicht-monetäre, heterotelisch orientierte Plattformen gilt, dass diese ihrer Logik nach ambivalent strukturiert sind. Entweder folgen sie dann einerseits dem Mechanismus von heterotelisch orientierten Plattformen und funktionieren anhand von Profilen, auf denen die Möglichkeit zur Evaluation der Person gegeben ist. Hier geht es dann um themenspezifische Vertrauenswürdigkeit. An der Seite *Foodsharing* festgemacht bedeutet dies beispielsweise: „Kann ich darauf vertrauen, dass mein Tauschpartner nicht schon seit Jahren verdorbenes Essen anbietet?“ „Melde Verstöße! Wir haben das Mindesthaltbarkeitsdatum, aber auch ein gutes Auge, eine feine Nase und das gute Gewissen keine verschimmelten, verdorbenen Lebensmittel anzubieten. Also bitte nicht nur das Kreuz bei ‚Lebensmittelrecht gelesen‘ machen, sondern den Ratgeber sorgsam durchlesen. Denn wer will schon aus der Foodsharing/Community rausgeworfen werden?“¹⁸

Obwohl dies natürlich erwünscht ist, stellt sich letztlich bei dieser Art von Angebot immer die Frage, ob eine generelle Reziprozität tatsächlich herbeigeführt werden kann. Um noch einmal das Beispiel *Foodsharing* zu bemühen:

„Wie kann Sorge dafür getragen werden, dass mein Tauschpartner nicht seit Jahren bloß Picknickkörbe einstreicht, selbst aber der Gemeinschaft partout nichts anbietet?“ Adäquate Mechanismen, die dieses überprüfen könnten, wie beispielsweise ein Zählersystem oder (wie weiter oben exemplifiziert) eine lokale Währung, sind jedoch nicht immer existent. Letztlich wird dann häufig an das ethische Gewissen appelliert, dass man selbst ja auch kein Essen wegwerfen möchte/sollte: „Sei verantwortungsvoll! 30 % aller Lebensmittel landen im Müll. Damit soll nun endlich SCHLUSS sein. Wir möchten nichts mehr wegwerfen! Wir wollen verantwortungsvoll mit Lebensmittel umgehen und freuen uns, dass Du mitmachst.“¹⁹

Andererseits folgen nicht-monetäre, heterotelisch orientierte Plattformen, in Analogie zu monetären Anbietern, nicht dem Reziprozitätsprinzip und bedürfen insofern auch keiner geeigneter Mechanismen. In diesem Fall sind es dann lediglich bestimmte Filter, die als Vertrauens- bzw. Selektionsmechanismen implementiert sind und das Zusammenreffen zweier Akteure mit gleichen Interessen vereinfachen sollen. Hierfür kann die Seite *Sharedearth* herangezogen werden: „We encourage you to start with a simple map of the land, and share your goals. Discuss what can and cannot be grown there, consider different seasons and how things will grow and change, determine the divisions of labor, cost, and actual yield (yum!), and write everything down, so there's no miss-communication or ambiguity later on. Once you get going, a good rule of (green) thumb ... is to respect others, act in kindness, and be mindful of others' space and knowledge. Gardeners, be mindful of time and space as you enter another person's home. Land owners, be respectful of the experience and passion of those who are willing to give their time and skill to enrich your life and landscape.“²⁰

4 Collaborative Consumption und Quartier: Eine Systematisierung

In den vorhergehenden Ausführungen wurde bereits angedeutet, welche Rolle verschiedene *Collaborative-Consumption*-Modelle im Zusammenhang mit der Quartiersentwicklung einnehmen könnten.²¹ Es wurde erkennbar, dass bestimmte *Collaborative-Consumption*-Typen wahrscheinlich förderlicher sind als andere.

Dabei tritt immer wieder die Frage auf, inwieweit sich das Prinzip des *Collaborative Consumption* ‚räumlich‘ nie-

¹⁷ <http://www.thesharehood.org/content/givers-and-takers> (19.05.2014).

¹⁸ <http://foodsharing.de/lebensmittelrecht> (19.05.2014).

¹⁹ <http://foodsharing.de/lebensmittelrecht> (19.05.2014).

²⁰ <http://www.sharedearth.com/planning> (19.05.2014).

²¹ Generell ist festzuhalten, dass hier keine Vollerhebung durchgeführt wurde, die Aussagen sich insofern an den Idealtypen orientiert. Es wäre wünschenswert, in weiteren Forschungen zu überprüfen, inwieweit diese weiter zu differenzieren wären.

derschlagen wird. Während Quartiere *per definitionem* eine Räumlichkeit aufweisen, transzendieren die zunächst virtuellen Modelle des *Collaborative Consumption* die Grenzen des Raums. Dies bedeutet: Während Quartiere – bei aller Problematisierung der sozialen Konstruiertheit der Grenzziehung (vgl. Franke 2008; Nagel 2012) – immer auf einen sozialräumlichen Bezug verweisen, überlassen die *Collaborative-Consumption*-Modelle die Möglichkeit zur Verortung dem einzelnen Nutzer. Aufgrund der primären Bildung der *Communities* in der entgrenzten Sphäre des Internets kann es insofern auch zur Bildung von Gruppen kommen, die eventuell keine Nachbarn sind und damit nicht in einem Quartierszusammenhang leben, sodass eine neue Form virtueller ‚Nachbarschaft‘ entsteht (vgl. Schroer 2001: 361). Diese Diagnose der Raumtranszendierung verhält sich analog zu Stichwehs Beschreibungen der Netzwerkidee: „Meinem Eindruck nach hat der Aufstieg der Netzwerkidee entscheidend damit zu tun, daß sie die Herauslösung von Zusammenhängen mittlerer Reichweite aus jeder Anwesenheitsbedingung beschreibt. ... Der Raumbegriff, den die Netzwerkidee benutzt, ist fast nur noch metaphorisch. Er verrät das Entbehrlichwerden nahezu aller physischer Markierungen“ (Stichweh 2000: 194).

Für die *Collaborative-Consumption*-Typen stellt sich dann die Frage, inwiefern die tatsächliche, lokale Anwesenheit wirklich für die Realisierung von Nachbarschaft konstituierend ist und welche Chancen sich letztlich für die Quartiersentwicklung ergeben.

Im ersten Fall der monetären, heterotelisch orientierten Modelle gilt, dass eine Anwesenheit vor Ort nicht weiter wichtig ist, da keine Perpetuierung der Kontakte vorgesehen ist. Der Kontakt muss so letztlich also auch nicht nachbarschaftlich sein. Es reicht das Gebot der Handhabbar- bzw. Erreichbarkeit – die Distanz darf nicht zu groß sein, da es letztlich ja auch darum geht, einen Bedarfsgegenstand auf relativ simple Art und Weise temporär zu erwerben. Die Chancen für eine etwaige Quartiersentwicklung sind hier also eher marginal. Zwar kann es freilich zur Herausbildung von Sozialkapital kommen – Kontakte können sich sicherlich verstetigen –, aber es bedürfte eines langen Weges, dass sich hieraus ein nennenswerter Nutzen für ein Quartier im Sinne der oben genannten Definition ergäbe (vgl. Schnur 2008: 40).

Ähnliches lässt sich für den Fall des zweiten Typus der nicht-monetären, heterotelisch orientierten Modelle behaupten. Was hier bisweilen den Weg zur Quartiersentwicklung behindern kann, ist das spezifische und konkretisierte Interesse an der jeweils anderen Person. Zwar kommt es eventuell zur Herausbildung eines nachbarschaftlichen Kontaktwunsches, dieser ist dann jedoch eher zufälliges Nebenprodukt von Hobbys, Vorlieben oder Werten, die mit dem Anderen geteilt werden. Letztlich ließe sich sagen, dass hierdurch die soziale Fragmentierung von Nachbarschaften

zwar nicht weiter erhöht, dieser allerdings auch keineswegs entgegengearbeitet wird. Da es jedoch, auch wenn diese zunächst themenspezifisiert ist, eher als im ersten Fall zur Herausbildung eines gewissen *Sense of Community* und lokalem Sozialkapital kommen kann, wird hier die Möglichkeit eines positiven Beitrages zur Quartiersentwicklung höher eingestuft als im ersten Fall. Dieser *Collaborative-Consumption*-Typus kann auch als eine erste Stufe in eine mögliche, stärkere lokale Vernetzung interpretiert werden. Lokale Identifikation wird dann durch Werte wie „ökologisches Bewusstsein“ oder bestimmte Themen wie Ernährung oder Hobbygärtnerei substituiert.

Gänzlich anders ist der von uns letztgebildete Typus, die autotelisch orientierten *Collaborative-Consumption*-Modelle, zu bewerten, da hier sowohl Themenvielfalt als auch die Herausbildung von lokalem Sozialkapital sowie von Nachbarschaft als Ziele per se betont werden. Was hier vor allem im Sinne der Quartiersentwicklung überzeugt, ist die Berücksichtigung weiterer Ideen, die analog beispielsweise in Quartieren des Programms „Soziale Stadt“ gefunden werden können. Die Anbieter *WeCommune* und *Heyneighbor* haben beispielsweise folgende Services eingerichtet: „WeCommune helps build deeper, smarter forms of community The programme includes specific management features to meet these challenges, including a Facebook app that helps users post and manage a ‘share’, barter or group barter (e.g. dog-walking club or childcare co-op), and a digital bulletin board tool that people working in cafés and co-working environments can use to post real-time resource-sharing-opportunities. [It] is also working on a ‘surplus reallocation tool’ designed for urban districts that allows anyone to create a ‘free’ shelf, box, table or room, and add it to a map so that others can find and use it“ (Botsman/Rogers 2010: 174).

„See what’s going on around you in a central and customizable dashboard. You can see, list and map views, filter the content, and customize your own neighborhood area. Hey, Neighbor! let’s you be in control of what you see. Post announcements and share neighborly news. Use Hey, Neighbor! to let neighbors know about a new coffee shop or a school fundraiser, for example. Or organize a neighborhood block party, a small book group, or a community effort to clean up a park or help a family in need. There are so many ways you can share with your neighbors!“²²

Zwar ist dieser Dienst lediglich digital zu finden, jedoch lässt sich eine gewisse Ähnlichkeit zur Einrichtung z. B. eines Quartiersbüros erkennen. Auch hier können (lokal relevante) Informationen eingeholt, Treffen durchgeführt oder gemeinsame Unternehmungen geplant werden. Die Vernetzung und Stärkung von lokalen Kleinunternehmen, die von der Seite *ToolzDo* betont wird, ist ein weiteres

²² <http://heyneighbor.com/about> (Seite nicht mehr verfügbar).

Tab. 1 Formen communityorientierter *Collaborative-Consumption*-Modelle

Orientierung	Heterotelisch		Autotelisch
	Monetär	nicht-monetär	
Art der Beziehung	Spezifisch	Spezifisch	Persönlich, diffus
Primäre Motivation	Geld/Leistung	Peers-Findung	Community-Building
Aufbau von Sozialkapital	Nein	Ja	Ja
Social Bonding/Bridging	Beides nicht möglich	Beides möglich	Beides möglich
Reziprozitätsnetzwerke/-mechanismus	Nein, nicht notwendig	Nein, nicht notwendig (nicht erwünscht)/Profile	Ja, Profile
Nachbarschaft	Sekundäres Ziel	Sekundäres Ziel	Primäres Ziel
Beitrag zur Quartiersentwicklung	Gering	Mittel	Hoch

Element, welches ebenfalls bei aktuellen quartiersbezogenen Förderprogrammen (z. B. „Bildung, Wirtschaft, Arbeit im Quartier“ [BIWAQ])²³ wiedergefunden werden kann: „ToolzDO has unlimited usefulness, not only to neighbors who are individuals, but to small businesses and non-profit neighbors, as well. We describe it as a ‘Swiss Army™ knife’ for building community.“²⁴

Anhand von sozialer Kohäsion, lokaler Identifikation und Engagement soll zum Teil auch versucht werden, die Lebenslagen der Bewohner zu verbessern. Dies kann bei der Seite *Streetbank* beobachtet werden: „People are happier when they are connected to each other. As we’ve grown richer we’ve become more and more disconnected until now most of us don’t know our next door neighbors. Helping someone out is a great way to make friends and build community spirit. ... The aim is to get people involved in their community, to foster altruism, a generosity of spirit and volunteerism. It is to help local needs to be met by local solutions, reducing poverty by building community.“²⁵

Wie zu sehen war, variieren die verschiedenen Modelle des *Collaborative Consumption* hinsichtlich ihres Potenzials, die digital geschaffenen Kontakte auch in die ‚reale Welt‘ zu übertragen. Dies hängt auch vor allem mit dem eigenen Anspruch zusammen, ob ein vor Ort stattfindender Kontakt überhaupt erwünscht ist. Tabelle 1 zeigt die Ergebnisse noch einmal zusammenfassend in einer Synopse.

5 Zusammenfassung und Ausblick: Quartier 2.0?

Ziel dieser Betrachtungen war es einerseits, durch eine vorläufige Typisierung etwas Licht ins Dunkel der sehr verschiedenartigen *Collaborative-Consumption*-Modelle zu bringen, um damit andererseits deren Potenzial für die Quartiersentwicklung besser einschätzen zu können. Leitlinien waren hierbei die Begriffe *Community*, lokales Sozialkapital und Reziprozität. Anhand drei verschiedener Typen von *Community*-orientierten *Collaborative-Consump-*

tion-Modellen wurde deutlich, dass der jeweilige Beitrag zu einem ‚emanzipierten‘ Quartiersentwicklungsprozess variiert. Zwar spielt die ‚Nachbarschaft‘ in allen Modellen eine Rolle, jedoch erscheint bei vielen Anbietern die Wahrscheinlichkeit gering, dass es systematisch und längerfristig zu Nachbarschaftseffekten kommen wird. Hierfür ist vor allem der autotelisch orientierte Typus in Erwägung zu ziehen, der persönliche Beziehungen und Nachbarschaft als primäres, an Werten orientiertes Ziel ausgibt, die Akkumulation von Sozialkapital zulässt, *Social Bonding* wie *Bridging* ermöglicht, eine instrumentelle Reziprozität von Gefälligkeiten und Gegengefälligkeiten gezielt fördert und hierfür geeignete Mechanismen bereitstellt (beispielsweise durch die Einrichtung von Komplementärwährungen).

Zwei Fragen stellen sich darüber hinaus: Zunächst bleibt unklar, wie mit der Ambivalenz, die aus der Hybridität von digitaler *Community* und realem Quartier resultiert, umzugehen ist. Einerseits erscheint es als Zugewinn, da ein Quartier gleichermaßen in Form einer digitalen *Community* vor Ort und ‚real‘ existieren kann. Hierdurch ergeben sich größere Potenziale der Vernetzung, der Informationsteilung und der Teilhabe. Andererseits erwachsen hieraus auch Probleme, die mit der prinzipiellen Offenheit der digitalen *Community* und der zunehmenden Relevanz des Internets zu tun haben. Es könnte von daher vermutet werden, dass Quartiersstrukturen durch die prinzipielle Offenheit des Internets und den relativen Verlust des Räumlichen verloren gehen. Luhmann hat dies als „Bagatellisierung des Platzes“ (Luhmann 1997: 152) beschrieben: Die neuen Kommunikationstechnologien führten dazu, dass alles auch woanders stattfinden kann und trotzdem nahezu gleichzeitig. Dadurch käme es, kommunikationstheoretisch, zur Entwertung des Raumes. Darüber hinaus gestaltet es sich für bestimmte Menschen schwer, das Internet zu benutzen bzw. einen Internetzugang zur dauerhaften Verfügung zu haben. Der Anbieter *Thesharehood* hat diese möglichen Probleme der „Raumlosigkeit“ einer *Community* ebenfalls erkannt und schlägt deshalb folgende Maßnahmen vor: „Firstly, find somewhere local where people can go to use the internet for free like a library or a community centre/neighbourhood house and mention it in your letter or in person. ... Secondly, don’t rely solely on the website. Put up a public noticeboard somewhere central

²³ Vgl. <http://www.biwaq.de> (19.05.2014).

²⁴ http://www.toolzdo.com/about_toolzdo_features (19.05.2014).

²⁵ <http://www.streetbank.com/faq> (19.05.2014).

in your area that people can add to themselves, and where you can also post printouts from the website. ... Organise a phone tree for events, send text messages, and so on. People used to organise communities without the internet; the Sharehood website is just there to help facilitate that community. In a way, the less reliant you are on the website, the better. The advantage of the Sharehood's web infrastructure is just increased communication."²⁶

Eine weitere Frage, die empirisch untersucht werden müsste, besteht darin, ob die *Collaborative Consumption*-Angebote lediglich von bestimmten gesellschaftlichen Gruppen genutzt werden, ob die Idee letztlich also nur spezifische Zielgruppen anspricht. Zu denken wäre hier vor allem an Akteure zwischen 20 und 40 Jahren, die einen kreativen, urbanen Lebensstil führen. Einerseits ergäbe sich hierdurch das Problem der weiteren sozialen Segregation, welches auch von Schroer als solches diagnostiziert wird. Anstatt der Verheißung einer Vermischung durch das Internet bedeute dieses, dass „sich also im Virtuellen die Welt mehr [wiederholt], als dass sie eine Alternative böte. Es scheint, als ob die materielle Realität zunehmend in die virtuelle Realität des Netzes einwandert“ (Schroer 2001: 360). Aber gerade für marginalisierte Quartiere können *Collaborative-Consumption*-Plattformen eine Ressource und ein stabilisierendes Element darstellen. Auch im Rahmen der Verstetigung von auslaufenden „Soziale Stadt“-Projekten könnten hier Potenziale liegen.

Insgesamt ist festzustellen, dass mit einigen Typen von *Collaborative-Consumption*-Plattformen – zumindest bei ausreichend intensiver Nutzung – gute Voraussetzungen für eine vielfältige lokale Sozialkapitalakkumulation im Quartier und damit für eine stabile Weiterentwicklung geschaffen werden könnten. Diese Einschätzung begründet sich nicht zuletzt dadurch, dass die Plattformen häufig Werte vertreten und gesellschaftliche Diskurse aufgreifen, welche Menschen unterschiedlichster Überzeugungen ansprechen dürften, wie beispielsweise Kapitalismuskritik, Kritik neoliberaler Stadtentwicklung, Kritik der zunehmenden Individualisierung sowie Themen wie Ökologie, Gesundheit und Nachhaltigkeit.

Die vorangegangenen Ausführungen zeigen Indizien dafür, dass der Aufstieg von *Collaborative-Consumption*-Plattformen nicht nur primär auf instabile konjunkturelle Konstellationen oder Ähnliches zurückzuführen ist und deshalb beim Wegfall begünstigender Bedingungen verebbt, wie dies zum Teil vermutet wird (vgl. Schulist 2012: 4 ff.). Im Gegenteil: Wir dürften es hier mit einem Teilphänomen der in den letzten Jahren zunehmenden sozialen Bewegungen zu tun haben, die sich insbesondere in den Großstädten manifestieren und – allen ökonomischen und politischen

Einflüssen zum Trotz – Mosaiksteine einer erneuerten, emanzipierten Zivilgesellschaft sein könnten.

Andererseits soll hier auch der Meinung Turkles widersprochen werden, die von folgender Konsequenz durch das Internet ausgeht: „our rootedness to place has attenuated“ (Turkle 1995: 197). Wie weiter oben bereits angedeutet, lassen sich hier zwei Lager identifizieren: „Netzenthusiasten“ und „Netzpessimisten“ (vgl. Pott/Budke/Kanwischer 2004: 12 f.). Während die Netzpessimisten hierin eine große Gefahr sehen (vgl. Turkle 1995), sehen die Netzenthusiasten im Digitalen die Chance zur Entstehung einer „atopischen Gesellschaft“ (Willke 2011). Letztere Entwicklung führe nicht nur zu einem „death of distance“ (Cairncross 1997), sondern bewirke ebenfalls die Überwindung bisheriger sozialer Ungleichheiten.

Eine letztgültige Bewertung dieser Frage kann von uns an dieser Stelle nicht vorgenommen werden. Zwar ist eine Abschwächung der räumlichen Verwurzelung sicherlich in einigen Bereichen nachweisbar, in Bezug auf Nachbarschaft und Quartiere kann dies jedoch generell nicht behauptet werden. Webbasierte Plattformen, wie sie in dieser Arbeit behandelt wurden, können sogar zu einer Renaissance des lokalen Bezugs und der lokalen Verortung – zu einer Art „Quartier 2.0“ – beitragen.

Danksagung Wir möchten unseren Gutachern für ihre wertvollen Hinweise danken, die zum Gelingen des Beitrags maßgeblich beigetragen haben.

Literatur

- Albrow, M. (2007): Das globale Zeitalter. Frankfurt am Main.
- Botsman, R.; Rogers, R. (2010): What's mine is yours. The rise of Collaborative Consumption. New York.
- Bourdieu, P. (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital und soziales Kapital. In: Kreckel, R. (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Göttingen, 183–198.
- Cairncross, F. (1997): The Death of Distance. How the Communications Revolution will change our Lives. Harvard.
- Coleman, J. (1988): Social Capital in the Creation of Human Capital. In: American Journal of Sociology 94 (Suppl.), 95–120.
- Coleman, J. (1991): Grundlagen der Sozialtheorie. Band 1: Handlungen und Handlungssysteme. München.
- Finkeldey, L. (Hrsg.) (1999): Tausch statt Kaufrausch. Bochum.
- Franke, T. (2008): Wo kann sich die „Soziale Stadt“ verorten? In: Schnur, O. (Hrsg.): Quartiersforschung. Zwischen Theorie und Praxis. Wiesbaden, 127–144.
- Franzen, A.; Freitag, M. (Hrsg.) (2007): Sozialkapital. Grundlagen und Anwendungen. Wiesbaden. = Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 47/2007.
- Goodman, J. D. (2010): Learning to Share, thanks to the Web. In: New York Times. http://www.nytimes.com/2010/09/26/weekinreview/26goodman.html?_r=0 (19.05.2014).
- Grimm, F.; Kunze, A. (2011): Meins ist Deins 3.0. In: enorm – Wirtschaft für den Menschen 2, 16–27.
- Hägerstrand, T. (1967): Innovation Diffusion as a Spatial Process. Chicago.

²⁶ <http://dev.thesharehood.org/content/how-it-works> (19.05.2014).

- Hamm, B. (1973): Betrifft: Nachbarschaft. Verständigung über Inhalt und Gebrauch eines vieldeutigen Begriffs. Düsseldorf. = Bauwelt-Fundamente 40.
- Haug, S. (1997): Soziales Kapital. Ein kritischer Überblick über den aktuellen Forschungsstand. Mannheim.
- Holzer, B. (2006): Netzwerke. Bielefeld.
- Ikosom – Institut für Kommunikation in sozialen Medien (2013): Crowdfunding auf großen und kleinen Bühnen. Handbuch für Crowdfunding-Kampagnen. Berlin.
- Kamleithner, C. (2009): „Regieren durch Community“: Neoliberale Formen der Stadtplanung. In: Drilling, M.; Schnur, O. (Hrsg.): Governance der Quartiersentwicklung. Theoretische und praktische Zugänge zu neuen Steuerungsformen. Wiesbaden, 29–48.
- Lanz, S. (2009): Powered by Quartiersmanagement: Füreinander Leben im „Problemkiez“. In: Drilling, M.; Schnur, O. (Hrsg.): Governance der Quartiersentwicklung. Theoretische und praktische Zugänge zu neuen Steuerungsformen. Wiesbaden, 219–225.
- Luhmann, N. (1973): Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart.
- Luhmann, N. (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main.
- Mayer, M. (2003): The Onward Sweep of Social Capital: Causes and Consequences for Understanding Cities, Communities and Urban Movements. In: International Journal of Urban and Regional Research 27 (1), 110–132.
- Molz, J. G. (2012): CouchSurfing and Network Hospitality: 'It's not just about the furniture'. In: Hospitality & Society 3 (1), 215–225.
- Nagel, F. (2012): Quartiersgrenzen: Wo beginnt und endet „Quartier“ aus Sicht von BewohnerInnen? Am Beispiel Berlin: Brunnenviertel-Ackerstraße und Brunnenviertel-Brunnenstraße. Diplomarbeit an der Eberhard-Karls-Universität Tübingen.
- Portes, A. (1998): Social capital: Its origins and applications in modern sociology. In: Annual Review of Sociology 24, 1–24.
- Portes, A.; Landolt, P. (1996): The Downside of Social Capital. Washington, D.C. = The American Prospect 5/1996.
- Pott, A.; Budke, A.; Kanwischer, D. (2004): Internet, Raum und Gesellschaft. Zur Untersuchung eines dynamischen Verhältnisses. In: Budke, A.; Kanwischer, D.; Pott, A. (Hrsg.): Internetgeographien. Beobachtungen zum Verhältnis von Internet, Raum und Gesellschaft. Stuttgart, 9–22.
- Prothero, A.; Dobscha, S.; Freund, J.; Kilbourne, W. E.; Luchs, M. G.; Ozanne, L. K.; Thøgersen, J. (2011): Sustainable Consumption: Opportunities for Consumer Research and Public Policy. In: Journal of Public Policy & Marketing 30 (1), 31–38.
- Putnam, R. D. (1995): Bowling Alone: America's Declining Social Capital. In: Journal of Democracy 6 (1), 65–78.
- Putnam, R. D. (2000): Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York.
- Robertson, R. (1998): Globalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit. In: Beck, U. (Hrsg.): Perspektiven der Weltgesellschaft. Frankfurt am Main, 192–220.
- Rosen, D.; Lafontaine, P. R.; Hendrickson, B. (2011): CouchSurfing: Belonging and Trust in a Globally Cooperative Online Social Network. In: New Media & Society 13 (6), 981–998.
- Schnur, O. (2003a): Lokales Sozialkapital für die „soziale Stadt“. Politische Geographien sozialer Quartiersentwicklung am Beispiel Berlin-Moabit. Opladen.
- Schnur, O. (Hrsg.) (2003b): Sozialkapital und Bürgerengagement in der Nachbarschaft: Ressourcen für die „soziale“ Stadtentwicklung. Empirische Untersuchungen in zwei Quartiersmanagement-Gebieten in Berlin-Wedding. Projektbericht. Berlin.
- Schnur, O. (2008): Quartiersforschung im Überblick: Konzepte, Definitionen und aktuelle Perspektiven. In: Schnur, O. (Hrsg.): Quartiersforschung. Zwischen Theorie und Praxis. Wiesbaden, 19–54.
- Schnur, O. (2012): Nachbarschaft und Quartier. In: Eckardt, F. (Hrsg.): Handbuch Stadtsoziologie. Wiesbaden, 449–474.
- Schrader, U. (2001): Konsumentenakzeptanz eigentumsersetzender Dienstleistungen. Konzeption und empirische Analyse. Frankfurt am Main.
- Schroer, M. (2001): Urbanität im Netz. Der Cyberspace als „gute Gesellschaft“. In: Allmendinger, J. (Hrsg.): Gute Gesellschaft? Verhandlungen des 30. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie. Opladen, 353–363.
- Schulist, K. (2012): Collaborative Consumption: A new form of consumption in a changing economy. <http://www.katieschulist.com/wp-content/uploads/2013/01/Katherine-Schulist-IBSA-thesis-UNCW.pdf> (16.05.2014).
- Stegbauer, C. (2002): Reziprozität. Einführung in soziale Formen der Gegenseitigkeit. Wiesbaden.
- Stichweh, R. (2000): Die Weltgesellschaft. Soziologische Analysen. Frankfurt am Main.
- Turkle, S. (1995): Life on the screen. Identity in the age of the Internet. New York.
- Walsh, B. (2011): Today's Smart Choice: Don't Own. Share. In: Time Magazin. http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html (19.05.2014).
- Weber, M. (1988): Über einige Kategorien der verstehenden Soziologie. In: Winkelmann, J. (Hrsg.): Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen, 427–440.
- Willke, H. (2001): Atopia. Studien zur atopischen Gesellschaft. Frankfurt am Main.