

IZT

Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung

Institute for Futures Studies and Technology Assessment

Öko-Rent

**im Bereich "Heimwerken,
Baueigenleistungen und Gartenpflege"**

Siegfried Behrendt und Frank Behr

WerkstattBericht Nr. 41

Fallstudie im Rahmen des Projektes

„Eco-Services for Sustainable Development in the European Union“

Berlin, Februar 2000

ISBN 3-929173-41-7

© 2000 IZT

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Behrendt, Siegfried; Behr, Frank

Öko-Rent im Bereich "Heimwerken, Baueigenleistungen und Gartenpflege"

IZT, Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung. –

Berlin : IZT, 2000

(Werkstattberichte / IZT, Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung; Nr. 41)

ISBN 3-929173-41-7

© 2000 **IZT** by Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung. – Berlin

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Photokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Printed in Germany

1	VORWORT	7
2	VORGEHENSWEISE	7
3	FORMEN UND KENNZEICHNEN GETEILTER NUTZUNG IM DO-IT-YOUSELF-BEREICH	8
4	ÖKONOMISCHE ASPEKTE DER VERMIETUNG VON DO-IT-YOUSELF-GERÄTEN	9
4.1	Marktsituation der Bau- und Heimwerkermärkte	9
4.2	Kostensituation	12
4.3	Beschäftigung	14
4.4	Marktpotential	14
5	KOMFORT UND NUTZERVERHALTEN	15
5.1	Mietkunden	16
5.1.1	Bisherige Mieterfahrungen und Mietabsichten	16
5.1.2	Motive	16
5.1.3	Welche Geräte werden gemietet?	17
5.1.4	Nutzeranforderungen	19
5.1.5	Informationen zu Mietangeboten	20
5.1.6	Transport der Geräte und Verkehrsmittelwahl	20
5.1.7	Nutzergruppe	21
5.1.8	Einstellung zum eigentumslosen Konsum	22
5.2	Potentielle Kunden	23
5.2.1	Motivlage	24
5.2.2	Mieterfahrungen	26
5.2.3	Mietabsicht	27
5.2.4	Anforderungen an Mietangebote	28
5.2.5	Bekanntheit von Mietangeboten	29

5.3	Schlußfolgerungen	29
6	ÖKOLOGISCHE EFFEKTE DER VERMIETUNG	30
6.1	Ökologische Vorteile	30
6.2	Gegenläufige Effekte	31
6.3	Abschätzung der Umweltbilanz	32
7	PERSPEKTIVEN	33
8	LITERATUR	37
9	VERWEISE IM INTERNET	39

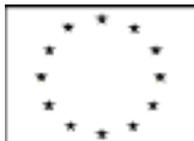
Öko-Rent im Bereich "Heimwerken, Baueigenleistungen und Gartenpflege"

**Fallstudie im Rahmen des Projektes „Eco-Services for Sustainable
Development in the European Union“ in Kooperation von:**

	<p>Projektkoordination: IZT – Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Berlin, Deutschland <i>Dipl.-Biol., Dipl.-Pol. Siegfried Behrendt,</i> <i>Dipl.-Ing. Ralf Pfitzner</i></p>
	<p>IVAM Environmental Research, University of Amsterdam, The Netherlands <i>Ir. Jaap Kortman</i> <i>A.L. W van Roekel</i> <i>S. de Winter</i></p>
	<p>IÖW Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, Wien, Österreich <i>Dr. Christine Jasch</i> <i>Dr. Gabriele Hrauda</i></p>
	<p>Prospektiker Instituto Europeo Prospectiva y Estrategia, Zarautz, Spanien <i>Daniela Velte</i></p>

Das Projekt wird gefördert von:

The European Commission, DG XII Science, Research and
Development,
within the framework of the program for Research and Development:
„Environment and Climate“.



Contract number ENV4-CT97-0606

April 1998 bis März 2000

1 Vorwort

Eine nachhaltige, zukunftsfähige Entwicklung ist ohne eine Veränderung der Wirtschaftsweise nicht möglich. Im Kern geht es nicht nur um eine ökologische Produktgestaltung, sondern um neue Vermarktungsformen und Konsummuster für Produkte, die Bedürfnisse auf eine umweltverträglichere Weise befriedigen.

Vielversprechende Innovations- und Umweltentlastungspotentiale bieten in dieser Hinsicht ökologisch orientierte Dienstleistungen auf der Basis von Leasing-, Miet-, Pooling- und Sharingsystemen - sogenannte Eco-Services. Dadurch ergeben sich nicht nur Möglichkeiten zur intensiveren Nutzung von Produkten. Unter der Verantwortung des Herstellers könnten vollständige Produktkreisläufe etabliert werden. Gleichzeitig bieten sich wirtschaftliche Chancen, neue Geschäftsfelder zu erschließen, Wertschöpfungsketten über die Fertigung und den Vertrieb hinaus zu entwickeln und somit neue Arbeitsplätze zu schaffen.

Bisher ist aber offen, wie in der Praxis diese Konzepte umgesetzt werden können, welche Konsequenzen sich aus der Umorientierung vom Produkt- zum Nutzenverkauf für Unternehmen ergeben, welche Optionen die betroffenen Marktakteure haben, welche Umweltentlastungspotentiale sich damit erzielen lassen, welche Zielkonflikte auftreten und schließlich mit welchen Instrumenten ökologisch orientierte Nutzungskonzepte gefördert werden können.

Im Rahmen des Forschungsprojekts „*Ecoservices for sustainable development in the European Union*“ werden diese Fragen systematisch für den Konsumbereich untersucht. Im Vordergrund steht die Analyse ausgewählter Handlungsfelder (Waschen, Mobilität, Information und Kommunikation, Heimwerken/Do it yourself, Heizen sowie Sportartikelnutzung in der Freizeit) sowie das Aufzeigen von Optimierungspotentialen und Entwicklungsperspektiven für neue Nutzungskonzepte auf der Basis von kommerziellen Dienstleistungen.

2 Vorgehensweise

Im Rahmen des Projekts wurden Länderreports für Deutschland, Österreich, Niederlande und Spanien erstellt, die einen Vergleich der unterschiedlichen Ausgangsbedingungen und Trends für ökologische Dienstleistungen erlauben (erschieden als IZT-Werkstattbericht Nr.33/1999). Im Zentrum steht die Durchführung von Fallstudien und Akteursanalysen sowohl zur Ange-

bots- als auch zur Nachfrageseite. Die Ergebnisse werden in Szenarien zu Entwicklungspfaden verdichtet. Auf dieser Grundlage werden Innovations- und Umweltentlastungspotentiale aufgezeigt und Handlungsempfehlungen für wirtschaftliche und politische Entscheidungsträger abgeleitet.

Dieser Werkstattbericht dokumentiert die Ergebnisse der Fallstudie im Handlungsfeld "Heimwerken, Baueigenleistungen und Gartenpflege". Sie basieren einerseits auf Expertengesprächen mit Vertretern der Firmen OBI, einem der größten Baumarktanbieter in Europa, und MIETPROFI, einer Tochtergesellschaft von OBI. Andererseits wurden Kunden der beiden Firmen im Zuge einer schriftlichen Erhebung befragt, um Aufschluß über das Kundenverhalten und die Kundenanforderungen gegenüber Mietangeboten zu erhalten.

3 Formen und Kennzeichen geteilter Nutzung im Do-it-yourself-Bereich

Als Alternative zum Privateigentum an Gütern, die im Do-it-yourself-Bereich verwendet werden, existieren verschiedene Formen gemeinschaftlicher Nutzung. Weit verbreitet ist die Nachbarschaftshilfe in Form gegenseitiger Überlassung von Geräten. Die Ausleihe ist meist sporadisch und unentgeltlich. Es steht nur ein Modell des Gerätes zur Verfügung. Der Transaktionsaufwand ist für den Nutzer meist gering, da die Ausleihe in der Nachbarschaft stattfindet. Weniger ausgeprägt, sind Nutzergemeinschaften, die Geräte für den Heimwerker- und Baubedarf teilen. Im Gegensatz zum Leihen ist jeder Nutzer auch Miteigentümer an dem gemeinschaftlich angeschafften Gerät. Es findet eine Entkopplung von individuellem Alleineigentum und Nutzung statt. Die Verfügungs- und Eigentumsrechte sind aufgeteilt. Die Kosten für den Erwerb des Gerätes und dessen Nutzung werden nach persönlicher Absprache verrechnet. In der Regel schließt eine Person einen Kaufvertrag ab. Die anderen werden Miteigentümer, indem sie anteilmäßig dem Käufer die Kosten erstatten. Beispielhaft für diese Form gemeinschaftlicher Nutzung ist die Teilung von Gartengeräten (z.B. Rasenmäher) in Gartenkolonien. Eine weitere Möglichkeit, sich den Nutzen eines Gerätes zu verschaffen, besteht in der Miete. Gewerbliche Anbieter überlassen dem Nutzer Do-it-yourself-Geräte gegen Entrichtung eines Mietzinses. Dabei ist in der Regel eine Kautionszahlung zu leisten. Die Mindestmietzeit beträgt mehrere Stunden oder ein Tag. Der Nutzer verpflichtet sich das Gerät in dem Zustand zurückzugeben, in dem er es erhalten hat. Ansonsten werden in der Regel zusätzlich Reinigungskosten fällig.

Tabelle 3-1: Formen geteilter Nutzung von DIY-Geräten

	Eigenes Gerät	Gemietetes Gerät	Teilen von Geräten durch mehrere Nutzer	Verleih im Bekanntenkreis
Klassifizierung	Eigentum	Miete	Sharing	Sharing
Eigentum	Benutzer	Vermieter	Jeder Nutzer ist Miteigentümer	Ein Eigentümer im Bekanntenkreis
Anzahl der Trägermedien	1	Mehrere	1	1
Benutzerkreis	Eigentümer	Offen	Miteigentümer	Im Bekanntenkreis
Instandhaltung der Produkte	Eigentümer	Vermieter, Reinigung i.d.R. durch Nutzer	Miteigentümer	Eigentümer
Kosten	Anschaffungspreis, Reparaturen, Entsorgungskosten	Miete, Kautions-, ggf. Reinigungskosten	Anschaffungspreis/Reparaturen/Entsorgungskosten verteilt auf Miteigentümer	In der Regel unentgeltlich
Modellbreite	Ein Modell zur Auswahl	Zumeist mehrere Modelle zur Auswahl	Ein Modell	Ein Modell zur Auswahl
Koordinationsaufwand	Keiner	Reservierung und Abholung des Mietgerätes, meist Transportaufwand	Absprache mit Miteigentümer, Transportaufwand i.d.R. gering	Absprache mit Eigentümer, Abholung, Transportaufwand je nach Entfernung des Eigentümers
Verfügbarkeit	Sofort	Unterschiedlich, Mindestmiete meist 1 Tag oder Wochenende, Öffnungszeiten sind zu beachten	Absprache mit Miteigentümer erforderlich	Absprache mit Eigentümer ist notwendig

4 Ökonomische Aspekte der Vermietung von Do-it-yourself-Geräten

4.1 Marktsituation der Bau- und Heimwerkermärkte

Im Handel mit Bau- und Heimwerkerartikeln existiert eine Vielzahl von Betriebsformen mit unterschiedlichen Vertriebsstechniken und Kooperationen. Einzelhandelsunternehmen verkaufen ihre Waren an Endverbraucher in haushaltsüblichen Mengen, während Großhandelsunternehmen ihre Angebote nur an Handelsbetriebe oder Großverbraucher richten. Im wesent-

lichen gibt es neben diversen Mischformen drei idealtypische Betriebsformen: das Fachgeschäft, das sich auf eine oder zwei verwandte Produktgruppen konzentriert (z.B. Farben/Lacke/Tapeten), Spezialgeschäfte, die eine Auswahl von Gütern einer bestimmten Branche in zahlreichen Ausführungen und Qualitäten anbieten, und Verbrauchermärkte, die sich meistens in Stadtrandlagen befinden und Waren auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1000 qm anbieten. Bau- und Heimwerkermärkte sind große Fachgeschäfte und können als Fachmärkte der Bau- und Heimwerkerbranche charakterisiert werden¹. Ein Merkmal der Einzelhandelsformen ist der Zusammenschluß verschiedener Firmen zur Verbesserung der Marktstellung. In der Baumarktbranche sind daher die unterschiedlichsten Kooperationsmodelle und Organisationsformen zu finden, darunter vor allem Filialunternehmen (z.B. Praktiker, Stinnes, Götzen), freiwillige Ketten (z.B. Hagebau, Interpares) und Franchisesysteme (z.B. OBI, NBB).

In Deutschland haben Bau- und Heimwerkermärkte "nach einem Wachstum von 27 Prozent in den Jahren von 1985 bis 1996 einen Marktanteil von 35 Prozent erobert. Fachhandelsbranchen, für den Vertrieb zahlreicher Produktgruppen des Heimwerkerbedarfs ebenfalls von Bedeutung, haben in manchen Warengruppen erhebliche Marktanteile abgeben müssen, halten mit 57 Prozent aber noch immer den größten Marktanteil."² 1996 besaßen die Bau- und Heimwerkermärkte einen Marktanteil von 35 %, der Fachhandel hielt aber mit 57 % den größten Anteil am Gesamtmarkt von 64,5 Mrd. DM.

Angesichts der sich verschärfenden Wettbewerbssituation und der gestiegenen Qualitätsansprüche der Kunden werden Serviceangebote zur Differenzierung am Markt immer wichtiger. Ein expandierendes Dienstleistungssegment ist die Vermietung. Bisher wird der Vermietmarkt von den traditionellen Baumaschinenanbietern bedient. Das Angebot richtet sich dabei in erster Linie an gewerbliche Kunden, bevorzugt Großkunden. Dazu gehört beispielsweise z.B. die Firma MVS, die in über 70 Filialen in Deutschland Maschinen vermietet. Als einer der in Europa führenden Bau- und Heimwerkermarktbetreiber bietet OBI neuerdings mit MIETPROFI einen Service zum Mieten von Maschinen und Geräten aus dem Bau-, Heimwerker- und Gartenbereich an, der sich nicht nur an gewerbliche Kunden richtet, son-

¹ Berekoven, Ludwig: Grundlagen der Absatzwirtschaft. Herne/Berlin 1978, S. 35 ff., sowie: Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München 1990, S. 737 ff.

² diy 11/97, S. 30 f., vgl. auch diy 3/99, S. 78 f..

dern auch an private Nutzer. Organisiert nach dem Franchisesystem, sind die bisher vorhandenen Vermietläden in bestehende OBI-Baumärkte (shop-in-the-shop-system) integriert.

Beispiel MIETPROFI³

Im Mai 1997 wurde von OBI und mietprofi die MIETPROFI-Systemzentrale in Heinsberg gegründet. Im selben Jahr eröffnete daraufhin der erste MIETPROFI - Laden als shop-in-the-shop im OBI-Markt in Schwelm. Das Konzept von MIETPROFI zielt darauf ab, neue Kundenstämme für die OBI-Baumärkte zu erschließen, insbesondere mittelständische Betriebe im gewerblichen Bereich. Hierzu gehören u.a. Bauunternehmen, Handwerkerbetriebe oder Betriebe aus dem Garten- und Landschaftsbau. Daneben werden weiterhin Privatkunden (Heimwerker, Baueigenleister und Gartenbesitzer) als Zielgruppe angesehen.

Unter dem Motto "Mieten statt kaufen ...spart Geld, ...vermeidet Ärger, ...spart Platz" bietet MIETPROFI in einem für Heimwerker zugeschnittenen Maschinensortiment über 250 verschiedene Maschinen, Werkzeuge und Geräte an.

Durch Vorlage des Personalausweises und nach Hinterlegung einer Kautionsbekommung man das gewünschte Gerät. Der Mietpreis wird bei der Rückgabe des Gerätes fällig und normalerweise anteilig von der gezahlten Kautions einbehalten. Die Preise sind gestaffelt nach Stunden- (2 oder 4 Stunden), Tages-, Wochenend- und Wochentarifen. Für gewerbliche Kunden oder Vermieter wird zur bargeldlosen Anmietung der Maschinen ein Rechnungskonto mit weiteren Vorteilen angeboten.

Auf Wunsch kann auch eine Maschinenbruchversicherung abgeschlossen werden, die pro Miettag 10 % des Tagesmietpreises kostet und 90 % des Schadens abdeckt. Das Mietgerät kann man entweder selbst abholen, gegebenenfalls mit einem MIETPROFI-Mietanhänger, oder es sich gegen entsprechende Gebühr anliefern lassen. Der Kunde verpflichtet sich, das Mietgerät funktionsfähig, sauber und ggf. vollgetankt/aufgeladen zurückzubringen, ansonsten werden Reparatur-, Reinigungs- oder Tankkosten fällig. Für sämtliche Geräte wird passendes, professionelles Zubehör und zusätzliche Verbrauchsartikel (z.B. Schleifpapiere, Bohrer, Arbeitsschutz) angeboten, die man auch einfach wieder zurückgeben kann, falls sie unbenutzt geblieben sind (Geld-Zurück-Garantie).

Der Sicherheitsaspekt stellt bei der Miete einen zentralen Punkt dar, da neben den herkömmlichen Hobbygeräten auch Profigeräte vermietet werden, die normalerweise nur in Spezialgeschäften an ausgebildete Fachkräfte verkauft werden. Daher werden die Kunden vor der Benutzung der gemieteten Maschinen vom Fachpersonal hinsichtlich der Handhabung des Mietgerätes gründlich eingewiesen.

Das Produktsortiment umfaßt nahezu alle Geräte, die privat oder gewerblich zum Bauen oder renovieren benötigt werden. Sie sind im MIETPROFI-Katalog nach 187 Mietgerätetypen (z.B. Hacke, Leitern, Schlag-schrauber, Kompressor, Vertikutierer usw.) unterteilt und aufgelistet.

Daneben gibt es noch den ausführlicheren und gleichnamigen MIETPROFI-Ratgeber "Allerleih", in dem darüber hinaus Tips und Ratschläge zum Einsatz der Maschinen und Geräte gegeben werden und in dem das Wesentliche über MIETPROFI erläutert wird. Die Mietgeräte werden darin in vier große Nutzbereiche unterteilt, "Haus", "Garten", "Hobby/Diverses" und "Schweres Gerät". Insgesamt enthalten diese vier Bereiche 24 Unterkategorien, wie z.B. "Reinigung", "Stemmen und Bohren", "Mähen und Schneiden" oder "Installations- und Klempnerbedarf". Für die Standorte ist das Sortiment zu rund 95 % fest, nur 5 % werden je nach Region variiert. Die Produkte stammen durchweg von Markenherstellern wie z.B. Bosch, Gardena, Demag, Mannesmann und Wolf, die eine hohe Produktqualität und Langlebigkeit garantieren. Der Einkauf erfolgt zentral über die MIETPROFI-Systemzentrale.

Die Nachfrage der Privatkunden konzentriert sich in der Regel auf kleine und mittelgroße Standardgeräte wie Parkettschleifmaschinen, Bohrer, Gartengeräte usw.. Gewerbliche Kunden fragen eher größere Geräte bis hin zum Bagger nach.

Über das Vermietangebot hinaus kann man in der zu MIETPROFI gehörenden Werkstatt auch eigene Geräte nach Defekten untersuchen und reparieren lassen. Auch die Geräte aus dem MIETPROFI-Sortiment werden dort

³ Allerleih - Mietpreise (Informationsbroschüre).

von qualifizierten Mitarbeitern gewartet und repariert. Bei anfallenden Reparaturen werden nur Originalteile und -zubehör verwendet. Prinzipiell bestehen weitere Möglichkeiten, dieses Reparaturpotential auszubauen, aber teilweise fehlende Kooperationen mit Herstellern und verschiedene gesetzliche Reglementierungen behindern dies. Größere Arbeiten werden aufgrund von standardmäßig abgeschlossenen zweijährigen Serviceverträgen mit den Produktherstellern direkt vom diesem oder einem assoziierten Servicecenter durchgeführt. Geräte, die sich nicht mehr reparieren lassen, werden bei gleichzeitiger Bestellung eines Neuproduktes von MIETPROFI an den Hersteller zum Recycling zurückgegeben und Geräte, die zwar noch funktionieren, aber ausrangiert wurden, werden zum Restwert verkauft.

4.2 Kostensituation

Die Miete von Do-it-yourself-Geräten bietet grundsätzlich die Möglichkeit die Anschaffungs- und Wartungskosten zu senken. Durch die Umlage der gesamten Kosten auf den Nutzungsvorgang kann der Fixkostenblock auf mehrere Nutzer verteilt werden. Vorteilhaft ist auch die Möglichkeit des Kunden, zweckmäßige und genau auf seine Bedürfnisse abgestimmte Geräte zu mieten. Ein Kunde, der ein Gerät nur für eine kleine oder geringfügige Maßnahme benötigt, kann auf die preiswertere, einfachere Version, nämlich eine, die nicht mehr als die unbedingt notwendigen Eigenschaften aufweist, zurückgreifen. Plant er dagegen umfassendere Maßnahmen, kann er gegebenenfalls eine Profiversion erhalten. Damit hat der Kunde eine weitere Möglichkeit der Kostenkontrolle, da eine einfachere oder kleinere Version eines Gerätetyps kostengünstiger ausfällt. Außerdem werden für eine Maßnahme verschiedene Problemlösungen angeboten, z.B. entweder ein hochpreisiger Dampf-Tapetenablöser oder ein recht preiswerter Tapetennadelroller.

Abgesehen von diesen grundsätzlichen finanziellen Aspekten hängt die Kostensituation für den Nutzer davon ab, wie häufig ein Gerät gemietet wird. Da sich neben den Anschaffungskosten und Kapitalkosten, die auch bei Produkterwerb anfallen, zusätzlich Personalkosten für die Leistungserbringung entstehen, übersteigen die Mietkosten ab einer bestimmten Laufzeit des Vertrags oder Miethäufigkeit den Produktpreis. Miete ist nur vorteilhaft, wenn die Summe der Mietzahlungen unterhalb der Anschaffungs- und Wartungskosten liegt. Dies ist der Fall bei einem geringen und kurzzeitigen Gerätebedarf, insbesondere dann, wenn die Geräte relativ teuer sind.

Beispielhaft sind Vertikutierer. Sie werden durchschnittlich nur zwei mal im Jahr eingesetzt. Im Vergleich (s. Tabelle 4-1) gegenüber der alleinigen Nutzung ist die Miete des Vertikutierers um 42% günstiger. Noch weniger Kosten entstehen, wenn sich zwei Nachbarn die Anschaffungs- und die jährlich anfallenden Wartungskosten teilen und die Geräte gemeinschaftlich nutzen.

Aspekte	Alleinige Nutzung	Miete	Nachbarschaftliche Nutzung*
Anschaffungskosten	1000	-	1000
Wartungskosten pro Jahr	100/a	-	100/a
Betriebskosten	6/a	-	6/a
Mietkosten	-	50/a	-
Nutzungshäufigkeit	2*1,5h/a	2*1,5h/a	2*1,5h/a
Nutzungsdauer	15 Jahre	-	14a
Kosten pro Jahr / Nutzer	173/a	100/a	89/a

Tabelle 4-1: Kostenvergleich zwischen alleiniger Nutzung, Miete und nachbarschaftlicher Nutzung von Vertikutierer

*Es werden zwei Nutzer angenommen.

Kostenangaben in DM

Häufiges und langfristiges Mieten ist dagegen in der Regel finanziell nachteilig. Bei Geräten, die wie zum Beispiel Rasenmäher häufiger im Jahr genutzt werden, führt die Miete, zu höheren Kosten als bei alleiniger Nutzung durch einen Haushalt (Tabelle 4-2). Dabei sind die finanziellen Nachteile um so größer, je häufiger das Produkt benötigt wird.

Aspekte	Alleinige Nutzung	Miete	Nachbarschaftliche Nutzung*
Anschaffungskosten	800	-	800
Wartungskosten pro Jahr	100/a	-	100/a
Betriebskosten	50/a	-	50/a
Mietkosten	-	29/a	-
Nutzungshäufigkeit	25/a, insgesamt 15 Jahre	25/a	25/a
Nutzungsdauer	15a	-	9,4-14a
Kosten pro Jahr / Nutzer	203/a	725/a	159-175/a

Tabelle 4-2: Kostenvergleich zwischen alleiniger Nutzung, Miete und nachbarschaftlicher Nutzung von Rasenmähern

*Es werden zwei Nutzer angenommen.

Kostenangaben in DM

Finanzielle Einspareffekte ergeben sich bei häufiger Nutzung in der Regel nur bei einer gemeinschaftlichen Anschaffung durch mehrere Haushalte. Im Vergleich zur Alleinnutzung

reduziert sich die Kostenbelastung für den einzelnen durch Aufteilung der Anschaffungskosten auf mehrere Miteigentümer.

4.3 Beschäftigung

Die Arbeitsplatzeffekte durch die Vermietung von Produkten des Heimwerker-, Baueigenleistungs- und Gartenbedarfs sind bisher gering. Die Erweiterung des Leistungsspektrums um die Vermietung ist für die Unternehmen eine Komplettierung des Angebots. Die Tätigkeit wird in der Regel von demselben Personalbestand bewältigt, der bereits vor Einführung von Mietangeboten bestand. Anders verhält es sich bei der Einrichtung neuer Vermietläden. Hier kann von der Schaffung von 2-3 Arbeitsplätzen ausgegangen werden. Normalerweise ist ein Laden von zwei Leuten besetzt, die sich um die Betreuung der Kunden, die Abwicklung der Mietverträge und die Wartung der Geräte kümmern. Dabei wechseln sich die Mitarbeiter ab, was bedeutet, daß sie sowohl in technischer Hinsicht für die Bedienung, Wartung und Einweisung der Geräte, als auch hinsichtlich der Bedienung der Datenbank und des Computers zur Erstellung der Verträge geschult sein müssen.

4.4 Marktpotential

Der Trend zum Do-it-Yourself ist ungebrochen. Heimwerken ist für eine breite Bevölkerungsschichten eine wichtige Freizeitbeschäftigung mit einem großen Marktpotential. Für Freizeitheimwerker spielen neben finanziellen Aspekten vor allem emotionale Anreize eine wichtige Rolle. "Neben dem Neubau ist der Dachausbau und die Instandhaltung ein wichtiges Marktsegment für den Bauhandel. Aufgrund des Trends zum Selbermachen treten hier sowohl Handwerker als auch Hauseigentümer und Mieter als Nachfrager von Bauprodukten auf. Öffentliche Förderprogramme und die Wärmeschutzverordnung fungieren in diesen Märkten als Impulsgeber für weitere Nachfrage."⁴

Rund 6 % aller Heimwerker sind Baueigenleister, ihre Ausgaben machen aber rund 27 % am Gesamtumsatz aus. 18 % der Kunden sind Modernisierer, ihr Anteil beträgt rund 38 % am Gesamtumsatz und 76 % waren durch normale Instandhaltungsmaßnahmen mit rund 35 % am Umsatz beteiligt. Stärkste Motive der Heimwerker sind Einsparmöglichkeiten (rund 80 %)

⁴ Lucas, Rainer; Weskamp, Cornelia; Westhoff, Dieter: Der Öko-Baumarkt im Öko-Zentrum NRW - Marktanalyse und Anforderungen an das Betreiberkonzept. Schriftenreihe des IÖW 62/93. Berlin/Wuppertal 1993, S. 9.

und Stolz auf die eigene Leistung (rund 60 %), sowie die Freude an derartigen Arbeiten (rund 40 %). Außerdem spielt die Unzufriedenheit mit Handwerkerleistungen eine große Rolle.⁵ Mitte der 80er bis Mitte der 90er Jahre gab es wegen des Bau- und Modernisierungsbooms hohe Wachstumsraten. Nach einem leichten Rückgang ab 1994 und derzeitiger Konsolidierung werden auf dem Heimwerkermarkt von 1999 bis 2005 etwa 22,6 % Wachstum prognostiziert.

Vom Wachstum des Heimwerkermarktes wird das Vermietgeschäft voraussichtlich allgemein profitieren. Darüber hinaus wird erwartet, daß der Mietmarkt überdurchschnittlich zulegt. Während in Deutschland der Mietmarkt für DIY-Produkte bisher von relativ geringer Bedeutung ist, ist das Mieten von Geräten in anderen europäischen Ländern zum Teil deutlich ausgeprägter. Dies zeigt beispielsweise die Verbreitung der "Hire-Shops" in Großbritannien oder Unternehmen wie Boels⁶ in den Niederlanden. In Deutschland erfolgt langsam eine Neuorientierung des Marktes. Verschiedene Anbieter rechnen in Zukunft mit einem Nachfrageanstieg nach Mietgeräten im Maschinen-, Geräte- und Werkzeugbereich. Für den Heimwerkerbedarf steht jedoch noch kein flächendeckendes und kompetentes Mietsystem gegenüber. Da im Gerätevermietsektor eine hohe Nachfrage vermutet wird, sind zunehmend verschiedene Firmen bestrebt, diese Marktlücke zu schließen. Erfolgreich verfolgt MIETPROFI eine aktive Expansionsstrategie. Langfristig soll dessen Mietsystem auf alle Baumärkte von OBI ausgedehnt werden. Die Ausweitung des Mietgeschäfts erfolgt hierbei nicht nur national, sondern auch auf europäischer Ebene, wo zunehmend neue Mietläden eröffnet werden sollen.

5 Komfort und Nutzerverhalten

Zielsetzung dieses Abschnitts ist es, das Nutzerverhalten darzustellen sowie die Leistungsprofile der Mietangebote herauszuarbeiten und im Hinblick auf ihre Marktakzeptanz zu untersuchen. Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich auf zwei empirische Erhebungen. Einerseits wurden 122 Kunden von MIETPROFI im Zuge einer schriftlichen Befragung befragt. Die Ergebnisse sind im Kapitel 5.1 dargestellt. Andererseits erfolgte eine Befragung von Kunden, die OBI-Baumärkte aufgesucht haben. Die Befragung dieses Personenkreises liefert

⁵ vgl. diy 11/97, S. 30 f.

⁶ vgl. dazu <http://www.boels.com>

Hinweise über weitere Kundenpotentiale zur Miete in diesem Handlungsfeld bestehen. Die Ergebnisse werden in Kapitel 5.2 zusammengefaßt.

5.1 Mietkunden

5.1.1 Bisherige Mieterfahrungen und Mietabsichten

20 % der befragten Kunden gaben an, zum ersten Mal Geräte bei MIETPROFI zu mieten, über 70 % hatten schon 1 bis 5 mal, 7 % schon 5 bis 10 mal und 4 % schon über 10 mal Geräte bei MIETPROFI gemietet. 97 % der MIETPROFI-Kunden beabsichtigen, auch weiterhin bei MIETPROFI Geräte zu mieten, 3 % waren noch unentschieden. 8 % der Befragten planten die Anschaffung eines Gerätes, das sie schon einmal gemietet hatten, 69 % werden sich das gemietete Gerät auch weiterhin nicht anschaffen und 23 % waren noch unentschieden.

5.1.2 Motive

Als Hauptgrund für das Mieten nannten die befragten Kunden, daß sich der Kauf nicht lohne (67 %), an zweiter Stelle, daß man keinen Ärger beim Einsatz des Gerätes (38 %) haben wolle. Neue und bessere Geräte (32 %) und das Ausprobieren eines Gerätes (25 %) spielten ebenfalls eine nicht unbedeutende Rolle. Ökologische Aspekte (21 %) und Platzmangel zu Hause (21 %) spielten eine geringere Bedeutung.

Aus welchen Gründen mieten Sie Geräte bei MIETPROFI?

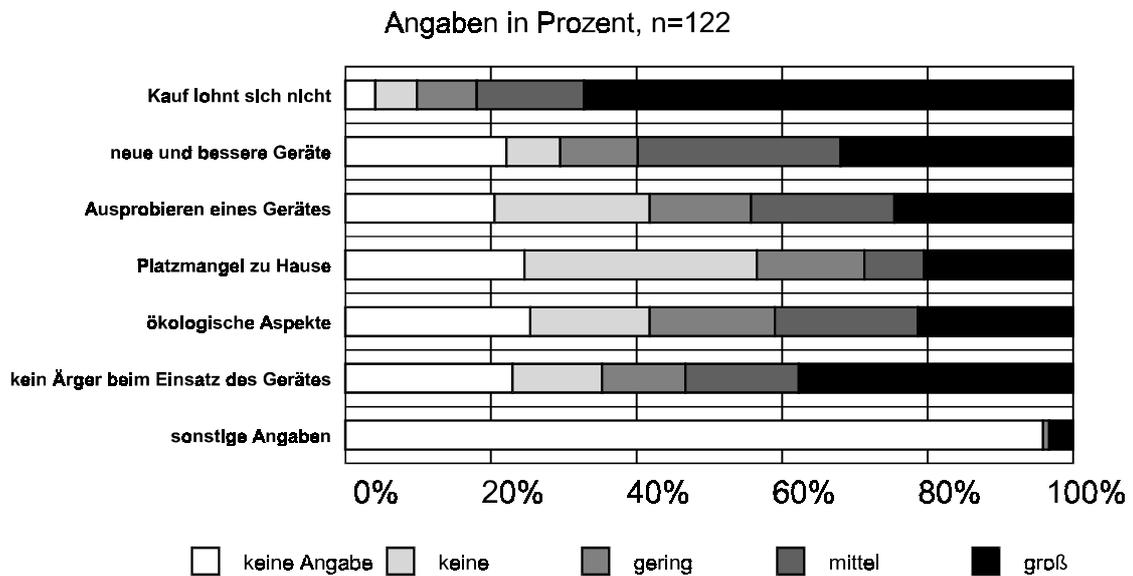


Abbildung 5-1: Mietmotive

5.1.3 Welche Geräte werden gemietet?

Gemietet wird ein breites Spektrum an Geräten. In Abbildung 5-2 sind die Bereiche genannt, aus denen Geräte gemietet werden. Besonders nachgefragt werden Geräte für den Innenausbau (37%) sowie für Gartenbau und -pflege (31%) sowie für die Reinigung (27%). Weniger oft gemietet werden Geräte für den Hausbau (16%), die Sanitär- und Elektroinstallation (12%), für den Maler- und Tischlerbedarf (11%). Noch geringer ist die Nachfrage von Produkten für Transportzwecke (7%) und den Umzugsbedarf (3%). 6% der Nennungen entfallen auf sonstige Geräte wie z.B. Stromerzeuger, Radlader oder Trockner. Insgesamt wurden 174 Geräte angegeben, die die Kunden gemietet hatten (12 Personen machten dazu keine Angaben). Dies waren u.a. Schleifgeräte, Bohrmaschinen, Stemmhämmer, Gartenhäcksler, Halogenlichter, Dampfreiniger, Kernbohrer, Vertikutierer und Rasenmäher.

Aus welchen Bereichen haben Sie bisher Maschinen, Geräte und Werkzeuge gemietet?

Angaben in Prozent, n=122

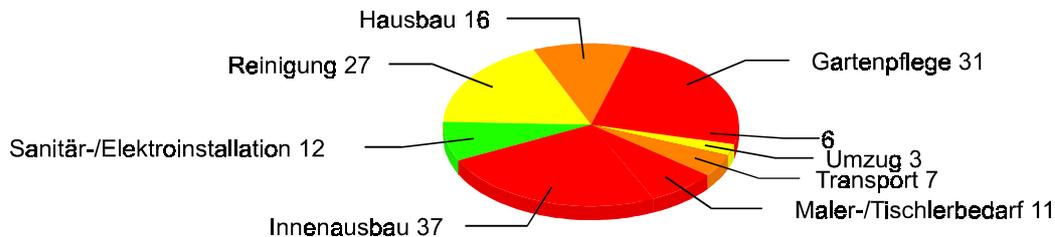


Abbildung 5-2: Bereiche, aus denen bisher Maschinen, Geräte und Werkzeuge gemietet wurden

Folgende Geräte wurden von den MIETPROFI-Kunden zur Aufnahme in das weitere Angebot vorgeschlagen: Blocker für Holz und Fliesen, Polstergerät, Häcksler, Holzstrukturmaschinen, Hub-Arbeitsbühne (Doppelnennung), Kanalkamera, Zeitarbeitskräfte, Leitern, Kfz-Reparaturwerkzeuge, Sandstrahlgeräte sowie Spielgeräte (Trampolin).

Bei den Geräten, die schon einmal gemietet wurden und die auf der Einkaufsliste stehen, handelte es sich um: Bohrhammer, Bohrmaschine, Exenterschleifer, Kreissäge, Parkettschleifer, Schleifgeräte, Teppichreiniger, Treppensackkarre und Vertikutierer. 3,3 % der Befragten (4 Personen) gaben an, daß die Miete des Gerätes zu dieser Kaufentscheidung geführt habe, bei 2,5 % (3 Personen) war das Gegenteil der Fall.

75 % der Mieter verzichten auf die Anschaffung eines Gerätes, weil sie die Möglichkeit zur Miete haben, 5 % wollen auch weiterhin nicht auf Eigentum verzichten und 18 % sind noch unentschieden. 44 % konnten Geräte nennen, auf welches sie verzichten wollten, dabei wurden vor allem solche Geräte genannt, die auch schon einmal vorher gemietet worden waren,

aber vor allem größere und teurere Geräte oder Geräte, die man selten braucht (z.B. Vertikutierer, Teppichreiniger, Bohrhammer, Schleifgeräte).

5.1.4 Nutzeranforderungen

Die Kunden stellen unterschiedliche Anforderungen an Mietangebote. Ob und inwieweit die Leistungsmerkmale mit dem Anforderungsprofil der Konsumenten übereinstimmen, beeinflusst wesentlich die Akzeptanz. Die Abbildung 5-3 liefert einen Überblick über die Ergebnisse der Kundenbefragung. Als besonders wichtig werden hochwertige Geräte (73 %) eingestuft, gefolgt von einem breiten Angebot (71 %), einem günstigen Preis (67 %). Aber auch die sofortige Verfügbarkeit der Geräte (63 %) als auch die Qualität des Service einschließlich Beratung und Kundenbetreuung werden hoch bewertet (59 %). Als wichtig wurde auch empfunden, daß sich MIETPROFI um die Instandhaltung und Entsorgung kümmert. Weniger wichtig wurde ein Lieferservice angesehen (26 %).

Was ist Ihnen bei der Miete eines Gerätes besonders wichtig?

Angaben in Prozent, n=122

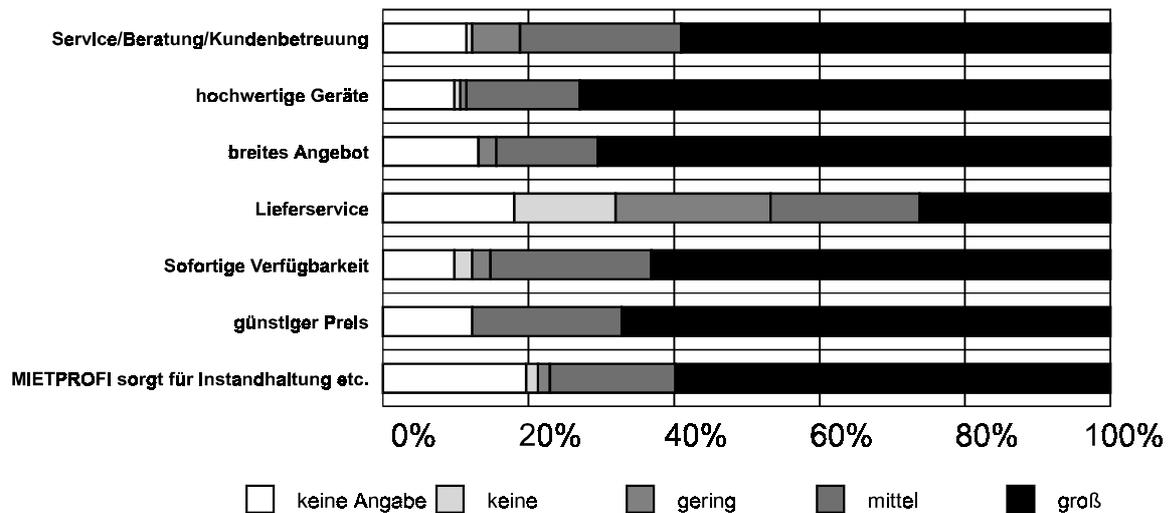


Abbildung 5-3: Anforderungen aus Kundensicht

5.1.5 Informationen zu Mietangeboten

Über die Hälfte der befragten Kunden (53 %) haben zufällig beim Einkauf von MIETPROFI erfahren. Ein Fünftel wurde von Freunden oder Bekannten auf MIETPROFI aufmerksam gemacht. 16 % haben gezielt nach einer Mietmöglichkeit gesucht und sich erkundigt und 11 % haben durch Werbung und Medienberichterstattung von MIETPROFI erfahren.

5.1.6 Transport der Geräte und Verkehrsmittelwahl

Ausnahmslos alle MIETPROFI-Kunden nutzten motorisierte Transportmittel. 94 % der Befragten fahren mit dem PKW zum Baumarkt, 6 % nutzten einen LKW. Die zurückgelegte Streckenlänge ist aus Abbildung 5-4 zu entnehmen. 36 % fahren 1 bis 5 km, 30 % fahren 5 bis 10 km, 25 % fahren 10 bis 25 km, 4 % fahren über 25 km und 6 % unter 1 km einfache Strecke. Etwa die Hälfte der Mieter kam gezielt wegen des Mietens, 9 % weil sie eigentlich nur den Baumarkt aufsuchen wollten und 38 % wegen beidem.

Welche Entfernung haben Sie von zu Hause bis zum MIETPROFI zurückgelegt? (einfache Strecke)

Angaben in Prozent, n=122

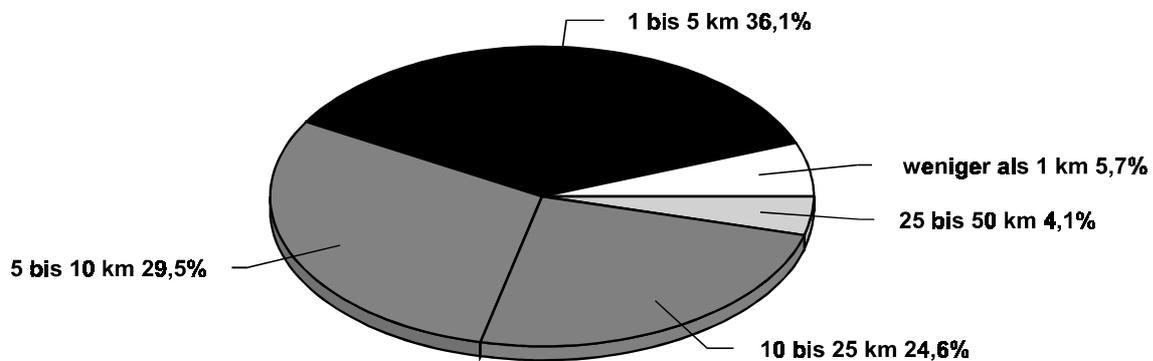


Abbildung 5-4: Zurückgelegte Entfernungen

5.1.7 Nutzergruppe

Der Kreis der Mieter setzt sich vorwiegend aus privaten Nutzern zusammen. 83 % der Befragten waren private Nutzer. 16 % waren gewerbliche Nutzer vornehmlich aus den Bereichen Bau, Handel, Gartenbau, Handwerk und Hotel.

Zu welcher Nutzergruppe gehören Sie?

Angaben in Prozent, n=122

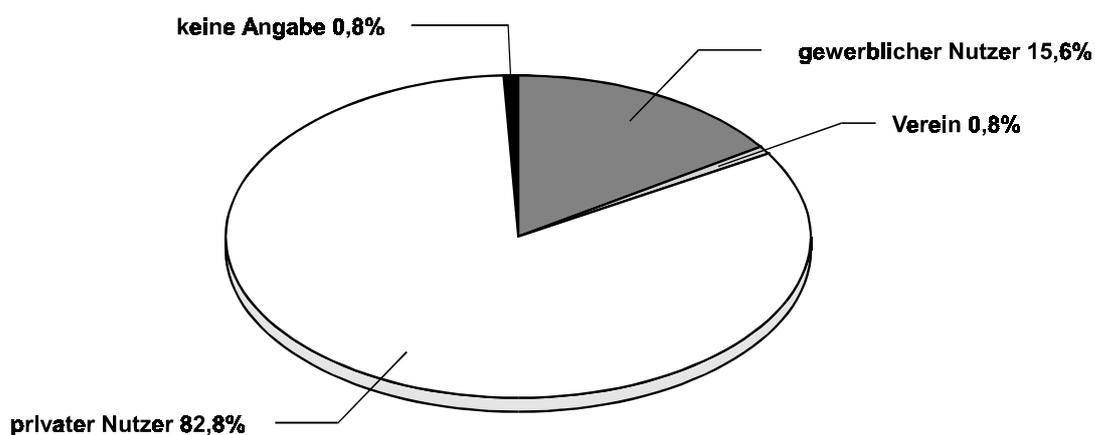


Abbildung 5-5: Nutzergruppe

Die Berufsgruppenzugehörigkeit ist in Abbildung 5-6 dargestellt. 24 % der Nutzer sind Selbstständige, 38 % Angestellte, 16 % Arbeiter, 7 % Beamte und 13 % Rentner. Knapp über 2 % der Kunden gaben an, ohne geregeltes Einkommen zu sein (Hausfrauen, Studenten/Azubis, Arbeitslose).

Zu welcher Berufsgruppe gehören Sie?

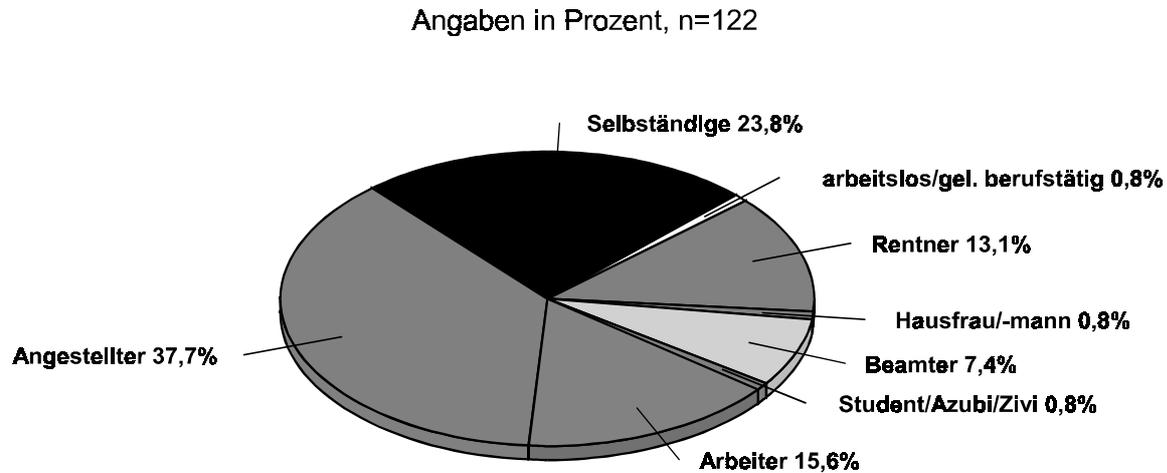


Abbildung 5-6: Berufsgruppenzugehörigkeit

Auffallend ist die geschlechtsspezifische Aufteilung. Mit rund 90 % der MIETPROFI-Kunden dominieren Männer. 10 % der Kunden sind weiblich. Frauen sind somit deutlich unterrepräsentiert. Ein signifikantes Merkmal ist ferner die Haushaltsgröße. Über 80 % der privaten Nutzer leben in einem Haushalt mit 2 bis 4 Personen. Die Altersstruktur der MIETPROFI-Kunden ist breit gestreut. Dominant ist die Altersgruppe der Dreißig- bis Vierzigjährigen Jüngere oder ältere Kunden im Rentenalter zählen kaum zum Kundenstamm.

Zusammenfassend läßt sich ein Nutzerprofil aus den Umfrageergebnissen ableiten, demzufolge der durchschnittliche MIETPROFI-Kunde ein Familienvater Mitte 30, der Geräte für die Erstellung, die Renovierung oder den Ausbau seines Eigenheims mietet.

5.1.8 Einstellung zum eigentumslosen Konsum

Im allgemeinen (ca. 90 %) versuchen die Kunden Produkte, die sie nur selten brauchen, zu mieten und finden es nicht sinnvoll, daß vieles ungenutzt in Kellern oder Abstellräumen herumsteht. Immerhin noch ca. 80 % würden sich Produkte, die man sich einfach und günstig mieten kann, nicht kaufen und ca. 75% würden Produkte nicht alleine um der Freude am Ei-

gentum willen kaufen. 85 % verbinden mit gemeinschaftlicher Nutzung keinesfalls ein Gefühl von Mangel und Armut, aber weniger verbreitet ist das Wissen über Geschäfte, in denen man Produkte, die man nur selten braucht, mieten kann.

Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen?

Angaben in Prozent, n=122

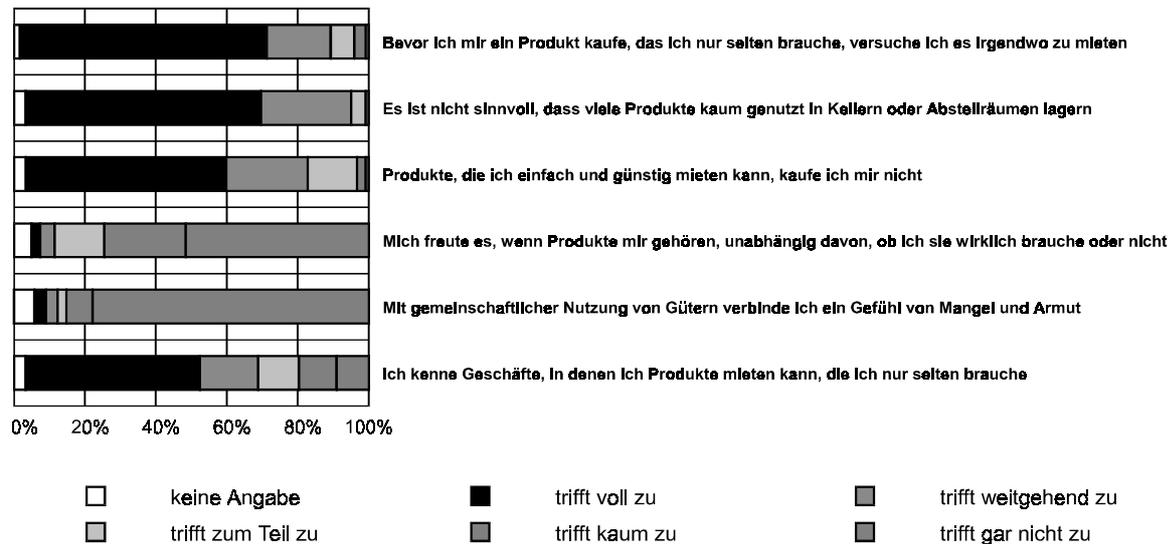


Abbildung 5-7: Einstellungen zum eigentumslosen Konsum

5.2 Potentielle Kunden

Um Auskunft über potentielle Kunden für die Miete von DIY-Geräten zu erhalten, wurden 105 Personen befragt, die einen OBI-Baumarkt aufgesucht haben. 95 % der Befragten waren Privatleute und 5 % Gewerbetreibende (Bau, Garten- und Landschaftsbau, Handwerker, Hotel). 17 % der OBI-Kunden waren Selbständige, 29 % Angestellte, 18 % Arbeiter, 6 % Studenten/Azubis/Schüler, 11 % Beamte und 18 % der Kunden waren Hausfrauen oder Rentner. Über 80 % der Kunden gaben an, in einem 2 bis 4-Personen-Haushalt zu leben, 72 % der OBI-Kunden waren männlich, 28 % weiblich. Die Altersverteilung ist etwas weiter gestreckt als bei den MIETPROFI-Kunden, sie reicht von etwa Anfang 20 bis Ende 60. 16 % waren unter 30 Jahre alt, 21 % waren 30 bis 39 Jahre alt, 22 % waren 40 bis 49 Jahre alt, 19 % waren 50 bis 59 Jahre alt und 22 % waren 60 Jahre oder älter. 40 % gaben an schon über Mieterfah-

rungen zu verfügen. Sie haben bereits ein oder mehrmals Geräte bei anderen Firmen als bei MIETPROFI gemietet.

5.2.1 Motivlage

Von den Befragten würden über die Hälfte (54 %) vielleicht auf die Anschaffung eines Gerätes verzichten, wenn sie die Möglichkeit zur Miete hätten, 30 % waren noch unentschieden und nur 16 % antworteten mit Nein. 45 % konnten auf Anhieb Geräte nennen, die sie mieten würden (vor allem größere und teurere Geräte, aber auch kleinere Geräte, die man selten braucht, am meisten wurden Schleifmaschinen, Hochdruckreiniger, Bohrgeräte und Gartengeräte genannt).

Würden Sie in Zukunft vielleicht auf die Anschaffung eines Gerätes verzichten, wenn Sie die Möglichkeit zur Miete haben?

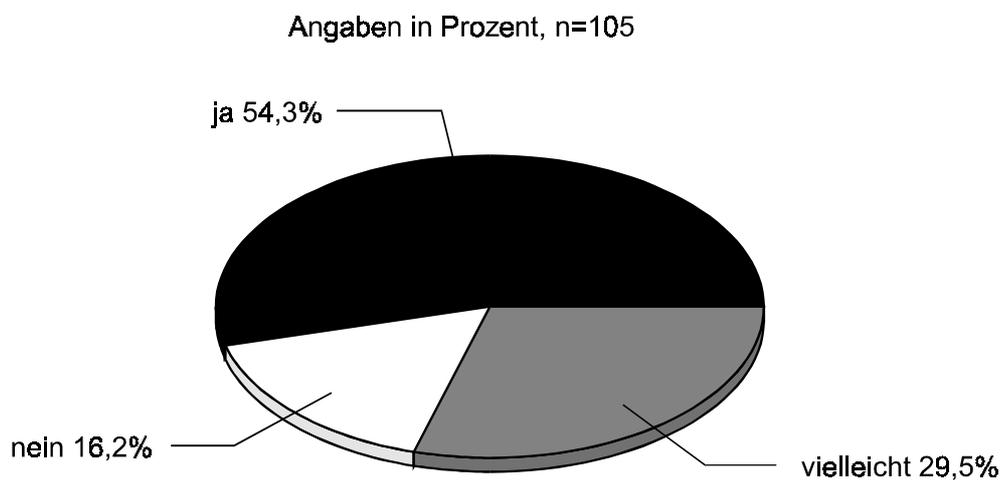


Abbildung 5-8: Bereitschaft zur Miete

Von allen Befragten gaben 21 % an, daß sie nicht wußten, wo man Geräte mieten kann, für 4 % war Miete zu umständlich oder zeitaufwendig, 3 % wollten lieber fabrikneue Geräte, 7 % war die Miete zu teuer, 3 % haben Angst, daß das Gerät vielleicht kaputtgeht. 20 % gaben an, daß es bisher für sie keine Möglichkeit in der Umgebung gab, Geräte zu mieten. 31 % nann-

ten andere Gründe (vor allem weil bisher noch kein Bedarf bestand oder daß schon alle benötigten Geräte vorhanden sind; 5 % finden Eigentum besser und sinnvoller).

Warum haben Sie bisher keine Geräte gemietet?

Angaben in Prozent, n=105

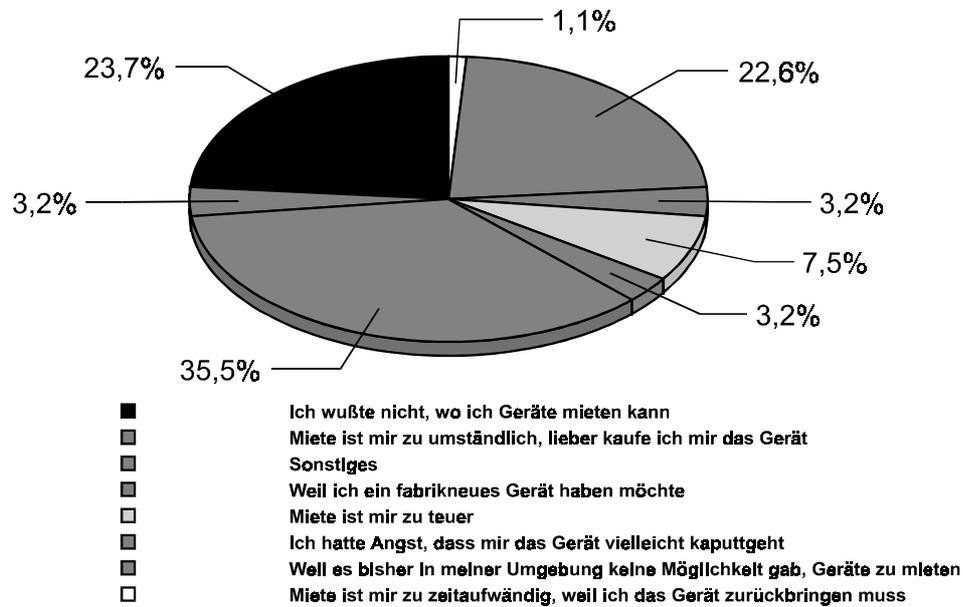


Abbildung 5-9: Gründe, weshalb bisher nicht gemietet wurde

88 % der Befragten würden Geräte bei MIETPROFI mieten, wenn sich der Kauf nicht lohnt (große und mittlere Bedeutung summiert). 50 % würden dort mieten, wenn es neue und bessere Geräte gibt, 47 % zum Ausprobieren eines Gerätes, 47 % wegen Platzmangel zu Hause, 32 % aus ökologischen Gründen und 44 %, weil man sich Ärger beim Einsatz des Gerätes spart (durch Einweisung und Wartung von MIETPROFI).

Aus welchen Gründen würden Sie möglicherweise Geräte bei MIETPROFI mieten?

Angaben in Prozent, n=105

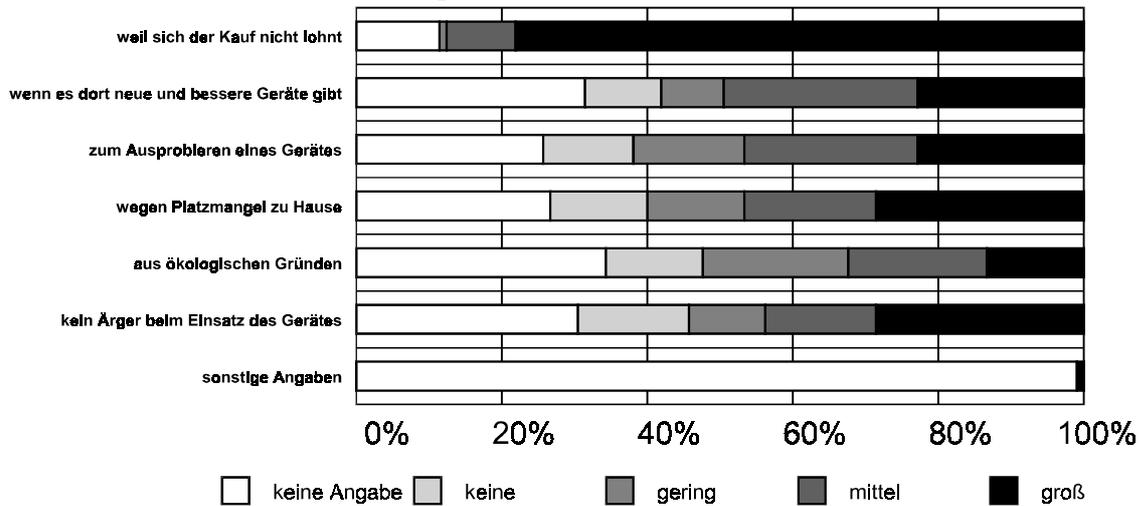


Abbildung 5-10: Gründe für Miete

5.2.2 Mieterfahrungen

40 % gaben an, daß sie schon bei anderen Firmen als bei MIETPROFI Geräte gemietet hatten, 20 % davon aus dem Bereich Gartenbau und -pflege, 19 % aus dem Bereich Reinigung, 11 % aus dem Bereich Innenausbau, 5 % aus dem Bereich Umzug, 11 % aus dem Bereich Transport, 11 % aus dem Bereich Hausbau und jeweils 1 Prozent aus den Bereichen Maler- und Tischlerbedarf sowie Sanitär- und Elektroinstallation. 7 % hatten schon Geräte für Erd- und Geländearbeiten gemietet.

Bei anderen Vermietfirmen als bei MIETPROFI bereits Geräte gemietet und zwar aus folgenden Bereichen:

Angaben in Prozent, n=105

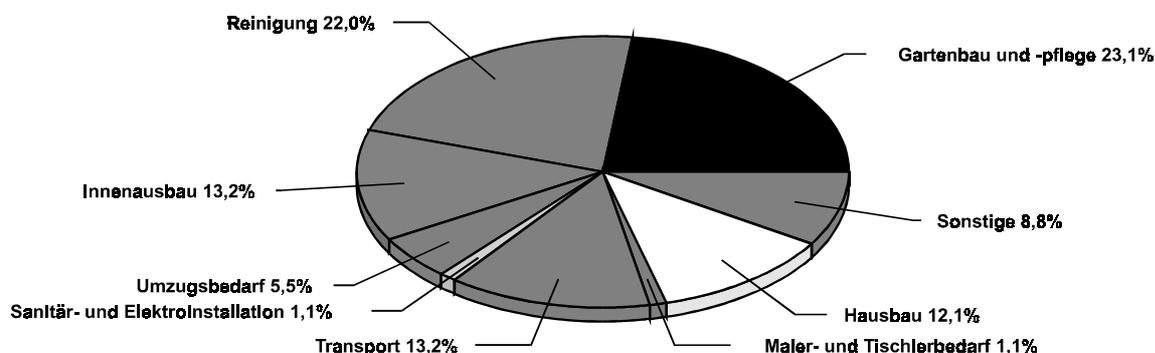


Abbildung 5-11: Geräte, die bisher bei anderen Firmen gemietet wurden

36 % bekundeten die Absicht, zukünftig Geräte bei MIETPROFI zu mieten, knapp über die Hälfte (50,5 %) der Befragten war noch unentschieden und nur 13 % antworteten mit Nein.

5.2.3 Mietabsicht

20 % planten den Kauf eines Gerätes aus dem OBI-Markt, 40 % waren noch unentschieden. Es wurden vor allem kleinere Geräte angegeben (Akkuschrauber, Heckenschere, Schredder, Kettensäge). Von denjenigen, die angaben vielleicht ein Gerät zu kaufen, kann sich die Hälfte vorstellen, dieses Gerät möglicherweise auch zu mieten statt zu kaufen.

Beabsichtigen Sie, zukünftig Geräte bei MIETPROFI zu mieten?

Angaben in Prozent, n=105

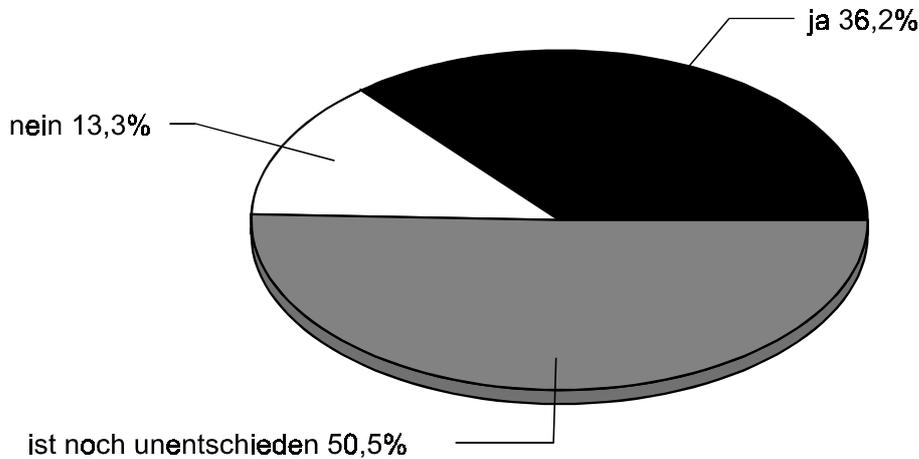


Abbildung 5-12: Mietabsicht

5.2.4 Anforderungen an Mietangebote

Die größte Bedeutung wird dem Preis beigemessen. Für über 86 % ist ein günstiger Preis sehr wichtig. Von hervorgehobener Bedeutung sind die Verfügbarkeit der Geräte, ein Angebot hochwertiger Geräte sowie ein kundenfreundlicher Service. 74 % wünschten hochwertige Geräte. Für 71 % sollten die Geräte sofort verfügbar sein. Für 69 % ist ein Service einschließlich Beratung und Kundenbetreuung von großer Bedeutung. Über die Hälfte (53 %) erwartet ein breites Angebot. 25 % würden sich einen Lieferservice wünschen. Gesondert genannt wurde von einer Person, daß das Gerät in einem guten Zustand sein müsse.

Vergleicht man dieses Anforderungsprofil mit dem der Mieter (s. Kapitel 5.1.4), zeigt sich eine grundsätzliche Übereinstimmung. Auffällige Unterschiede gibt es aber bei der Bedeutung des Preises. Während für 86% der OBI-Kunden ein günstiger Preis sehr wichtig wäre, empfinden nur 71% der MIETPROFI-Kunden den Preis als wichtig. Auch die Rangfolge unterscheidet sich. Die höchste Priorität messen die Mieter dem Angebot hochwertiger Geräte zu, wohingegen bei OBI-Kunden der Preis an erster Stelle steht.

Wenn Sie ein Gerät mieten würden, was wäre Ihnen bei der Miete eines Gerätes besonders wichtig?
Angaben in Prozent, n=105

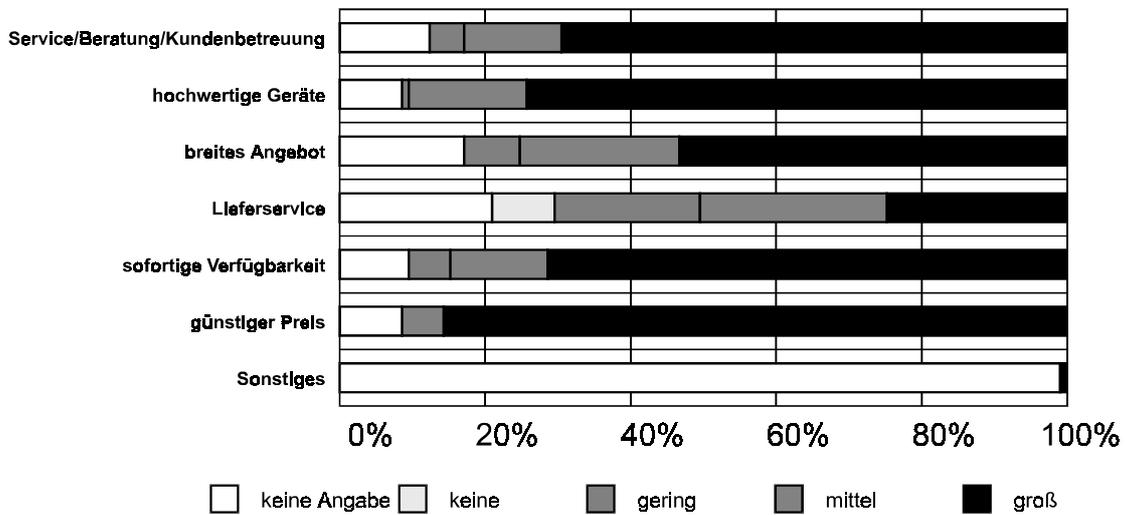


Abbildung 5-13: Anforderungen an Mietangebote

5.2.5 Bekanntheit von Mietangeboten

39 % kannten bei der Befragung noch nicht das Angebot von MIETPROFI zur Miete von Werkzeugen und Geräten im OBI-Baumarkt. Aber immerhin hatten schon 61 % von dieser Möglichkeit gehört, davon 35 % bei einem früheren Einkauf im OBI-Baumarkt, 14 % durch Werbung und Medien, 8 % durch Freunde und Bekannte und 3 %, weil sie schon einmal gezielt nach einer Mietmöglichkeit gesucht hatten.

5.3 Schlußfolgerungen

Im Bereich "Heimwerken, Baueigenleistungen und Gartenpflege" ist Mieten weit verbreitet. Voraussetzung ist, daß sich eine Anschaffung eines eigenen Gerätes nicht lohnt. Es werden demzufolge vorwiegend Geräte gemietet, die einmalig oder selten benötigt werden.

In der Umfrage wurde die Frage nach einer ökologischen Motivation des Mietens eher alibihaft bestätigt; oftmals konnte man sich während der Befragung nicht dem Eindruck erwehren, daß für den befragten OBI-Kunden der Zusammenhang zwischen Ökologie und dem Mieten

von Geräten nicht nachvollziehbar war. Vielmehr waren finanzielle und praktische Gründe ausschlaggebend.

Bezüglich möglicher Kunden zeigen die Ergebnisse der Befragung ein deutliches Interesse an der Vermietung. Berücksichtigt man, daß über ein Drittel der befragten OBI-Kunden in Zukunft beabsichtigt, Geräte zu mieten, kann auf ein hohes Kundenpotential geschlossen werden. Allerdings verfügten die meisten nicht über Informationen, wo diese Geräte gemietet werden können oder aber es besteht kein Mietangebot in der näheren Umgebung. Offensichtlich gibt es keine ausreichende Angebotsinfrastruktur, um dem möglichen Nachfragepotential gerecht werden zu können. Die Gewinnung neuer Kunden dürfte maßgeblich auch von der Kommunikationspolitik der Anbieter abhängen. Notwendige Bedingung zur Erschließung des möglichen Kundenpotentials ist der intensive Einsatz eines differenzierten Informations- und Kommunikationsinstrumentariums, das erstens auf die Möglichkeit des Mietangebotes aufmerksam macht und zweitens den Nutzen der Mietdienstleistungen herausstellt.

6 Ökologische Effekte der Vermietung

6.1 Ökologische Vorteile

Der ökologische Vorteil der Vermietung besteht darin, daß ein selten benötigtes Gerät nicht eigens angeschafft werden muß. Der Kunde mietet es lediglich für die Dauer der Arbeiten. Die Geräte werden durch eine Mehrfachnutzung effektiver ausgelastet. Hinzu kommt, daß ausschließlich hochwertige Profigeräte eingesetzt werden, die langlebig konstruiert und für größere Beanspruchungen ausgelegt sind. Dadurch werden Ressourcen bei der Herstellung der Geräte eingespart sowie Emissionen und Abfallmengen reduziert. Die Mengenreduktion hängt davon ab, ob bei einer alleinigen Nutzung durch einen Haushalt die maximale Betriebsstundenzahl bzw. Nutzungsdauer erreicht wird oder nicht. Nur wenn die maximale Nutzungsdauer, der sogenannte Nutzungsvorrat, nicht ausgeschöpft wird, besteht ein Einsparpotential durch Mehrfachnutzung der Geräte. In Tabelle 3-1 sind für ausgewählte Geräte diese Zusammenhänge exemplarisch dargestellt.

Geräte	Durchschnittliche Nutzungsdauer	Maximal mögliche Nutzungsdauer	Nicht genutzte Kapazität
Bohrmaschine	45h in 15 Jahren*	300h in 15 - 25 Jahren*	255h*
Rasenmäher	375h in 15 Jahren	400-600h in 15 Jahren	25h-225h
Vertikutierer	50h in 15 Jahren	400h in 15 Jahren*	350h*

Tabelle 6-1: Nutzungsdauer und nicht genutzte Kapazitäten ausgewählter Geräte aus dem Do-it-yourself-Bereich

Angaben in Betriebsstunden, Schätzungen aufgrund von Hersteller- und Nutzerangaben

*grobe Schätzung

6.2 Gegenläufige Effekte

Umweltbelastend zu Buche schlagen verkehrsbedingte Emissionen, die durch den Transport der Geräte zwischen Nutzer und Baumarkt entstehen. Insbesondere die Standorte der Baumärkte befinden sich oftmals in peripheren Gebieten von Städten, die vorwiegend eine Eigenheimbebauung aufweisen. In ländlichen Gebieten umfaßt das Einzugsgebiet mindestens 100.000 Menschen in einem 20 km-Radius. Die Märkte sind an hoch frequentierte Hauptverkehrsstraßen angeschlossen. Das Verhältnis von Parkfläche zu Verkaufsfläche beträgt im Regelfall 1:1. Die Standortbedingungen sind demzufolge auf den motorisiertern Individualverkehr zugeschnitten, so daß die Frequentierung der Baumärkte mit dem Auto erfolgt.

Die Befragungen von Personen, die Baumärkte aufsuchen, zeigt ausnahmslos, daß individuelle motorisierte Transportmittel eingesetzt werden. Dadurch, daß alle mit dem Auto oder LKW anfahren, oft auch über weitere Strecken (s. Kapitel 5.1.6), wird der ökologische Vorteil durch die Miete von Geräten verringert und nicht selten wieder zunichte gemacht. Dabei ist zu berücksichtigen, daß lediglich rund die Hälfte der Kunden allein aufgrund des Mietens den Mietshop aufgesucht haben, die andere Hälfte kam wegen beidem (OBI-Einkauf und MIETPROFI-Miete) oder ursprünglich nur für den Einkauf im Baumarkt. Oft werden auch mehrere Geräte auf einmal gemietet. In diesem Fall sind die ökologischen Mehrbelastungen auf die verschiedenen Produkte aufzuteilen.

6.3 Abschätzung der Umweltbilanz

Die Umweltent- oder -belastung hängt von der Produktgruppe, den Leistungsmerkmalen des Gerätes, der Lebensdauer, der Nutzungshäufigkeit, dem Nutzungsvorrat, den Transportentfernungen und dem Verkehrsträger ab. Dies kann exemplarisch am Beispiel von Rasenmähern und Vertikutierern demonstriert werden⁷.

Zur Herstellung eines Benzinrasenmähers ist ein Primärenergiebedarf von 3594,6 MJ erforderlich. Die Nutzungsdauer eines Gerätes ist durchschnittlich mit 15 Jahren zu veranschlagen. Die Geräte sind maximal auf 400 bis 600 Betriebsstunden ausgelegt. Üblicherweise werden Rasenmäher saisonal vor allem zwischen Frühjahr und Herbst rund 25 Stunden eingesetzt. Hochgerechnet auf die gesamte Nutzungsdauer ergibt dies eine Auslastung von 375 Betriebsstunden. Dies bedeutet, daß die maximal mögliche Betriebsstundenzahl von 400 bis 600 Stunden nicht vollständig ausgeschöpft wird. In dieser Differenz zwischen tatsächlicher Nutzung und Nutzungsvorrat steckt das Umweltentlastungspotential für eine Mehrfachnutzung der Geräte. Es liegt je nach nicht ausgeschöpftem Nutzungsvorrat zwischen 6,25% und 37,5%. In dieser Größenordnung könnte die Anzahl der Geräte reduziert werden. Ökologisch bedeutet dies eine entsprechende Verringerung der Energie- und Stoffströme bei der Herstellung und der Entsorgung der Geräte. Rein rechnerisch würde sich der Energieverbrauch für die Herstellung von 100 Geräten in Höhe von 359.460 MJ (bei einer maximalen Betriebsstundenzahl von 600) auf 224.662,5 MJ verringern, was einem Einspareffekt von 134.797,5 MJ entspricht. Allerdings sind dem mögliche Belastungseffekte durch den Transport der Geräte gegenüberzustellen. So verursacht der Transport eines Rasenmähers mit dem PKW pro km einen Primärenergieverbrauch in Höhe von 3,5 MJ⁸. Legt man die übliche Nutzungshäufigkeit von 25 Nutzungen pro Jahr und eine durchschnittliche Wegstrecke von 10 km, für Hin- und Rückfahrt mit dem Pkw zugrunde, beträgt der verkehrsbedingte Energieaufwand jährlich 80.000 MJ. Demzufolge würde im zweiten Nutzungsjahr der ökologische Entlastungseffekt kompensiert. Beträgt die Wegstrecke 20 km, würde bereits im ersten Jahr die Umweltbelastung größer sein als bei einer alleinigen Nutzung des Rasenmähers.

⁷ Nach: Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden Württemberg 1996

⁸ Kumulierter Energieaufwand (KEA) für einen Benzin-Pkw. Angaben nach Umweltbundesamt: <http://www.oeko.de/service/kea>

Anders verhält es bei Geräten, die nur selten genutzt werden. Hier können aufgrund der Nutzungsintensivierung ökologische Vorteile realisiert werden. Dies gilt beispielsweise für Geräte wie Vertikutierer, die nur wenige Mal im Jahr eingesetzt werden. Der Energiebedarf für die Herstellung eines benzinbetriebenen Vertikutierers liegt bei rund 3.500 MJ. Hochgerechnet auf 100 Geräte würde sich bei einem nicht ausgeschöpften Nutzungsvorrat von 350h gegenüber einer alleinigen Nutzung ein Minderungspotential von 192.500 MJ ergeben. Dies bedeutet, daß die herstellungsbedingten Stoffflüsse um rund 87,5% im Fall der Miete reduziert werden könnten. Der zusätzliche Energieverbrauch durch den Transport von 12.800 MJ bei einer 10 km langen Strecke und 25.600 MJ bei 20 km langen Strecke schmälert nur unwesentlich den Einspareffekt.

Ob und inwieweit die Weiterentwicklung des Mietmarktes mit ökologischen Vorteilen verbunden ist, hängt zum einen davon, ob Produkte gemietet werden, deren "Nutzungsvorrat" bei privater Nutzung normalerweise nicht ausgeschöpft wird. Dies ist beispielsweise bei Rasenmähern, Vertikutierer oder Bohrmaschinen der Fall. Andererseits dürfen die Mietgegenstände nicht öfters zwischen Verleih- und Nutzungsort transportiert werden. Ansonsten wird dieser Vorteil durch den zusätzlichen, transportbedingten Energieverbrauch wieder aufgezehrt. Das ökologische Potential von Mietlösungen läßt sich vor allem durch räumlich nutzernahe Angebote, die möglichst geringe Transportaufwendungen erfordern, ausschöpfen. Bisher setzen aber fast ausnahmslos alle Kunden Pkw, teilweise auch Lkw ein. An dieser Praxis dürfte sich auch in Zukunft wenig ändern. Tendenziell werden die Baumärkte zunehmend an peripheren Stadtrandlagen gebaut, so daß sich die Fahrwege noch eher vergrößern dürften. Da nicht genau bekannt ist, welche Geräte wie oft und mit welchem Transportaufwand gemietet werden, sind die ökologischen Effekte auf der Makroebene nicht abschätzbar. Es kann lediglich vermutet werden, daß sich aufgrund des derzeitigen Mietverhaltens, wonach vorwiegend selten benötigte Geräte gemietet werden, im Saldo ökologische Minderbelastungen ergeben. Sollten häufiger genutzte Geräte des Heimwerker- und Baubedarfs zunehmend gemietet werden, ist aufgrund transportbedingter Mehrbelastungen sogar mit steigenden Umweltbelastungen zu rechnen.

7 Perspektiven

Die Bereitschaft zu mieten, ist grundsätzlich als hoch einzustufen. Aus der Analyse kommt zum Vorschein, daß mehr als die Hälfte derjenigen die einen Heimwerkerbedarf haben, auf

die Möglichkeit der Miete zurückzugreifen würden, wenn sie diese hätten. Voraussetzung sind finanzielle und praktische Vorteile. In Frage kommen daher in erster Linie nur einmal oder selten benötigte Geräte. Insbesondere bei Baumaschinen, Gartengeräten, Vertikutierern besteht eine hohe Mietbereitschaft. Allerdings wußten die meisten nicht, wo sie diese Geräte mieten können oder gaben an, daß es keine Möglichkeit in der näheren Umgebung zur Miete von Geräten gibt. Von den OBI-Kunden gaben mehr als die Hälfte an, auf die Möglichkeit der Miete zurückzugreifen, wenn sie diese hätten, allerdings wußten die meisten nicht, wo sie diese Geräte mieten können oder gaben an, daß es keine Möglichkeit in der näheren Umgebung zur Miete von Geräten gibt.

Über ein Drittel der Befragten beabsichtigt, zukünftig bei MIETPROFI Geräte zu mieten, etwa die Hälfte war noch unentschieden. Werturteilsbezogene individuelle Barrieren hinsichtlich einer Präferenz zum Kauf statt zur Miete sind kaum festzustellen. Vielmehr dominieren finanzielle und pragmatische Gründe, weshalb bisher nicht gemietet wurde. Betrachtet man dies im Zusammenhang, daß knapp 40 % der OBI-Kunden noch nichts von dieser Möglichkeit der Miete bei MIETPROFI wußte, läßt dies auf ein hohes Kundenpotential schließen. Darauf deuten auch die hohen Zuwachsraten verschiedener Anbieter von Mietdienstleistungen im Bereich des Heimwerker- und Baueigenleistungsbedarfs hin. Wesentlicher Faktor zur Erschließung des Mietmarktes ist eine gezielte und verbesserte Kommunikationsstrategie gegenüber den Kunden und die Vereinfachung der Mietsysteme.

Das Vermieten von Gütern im Bedarfsfeld "Heimwerken, Baueigenleistungen und Gartenpflege" beinhaltet grundsätzlich das Potential zur Verringerung der Stoffströme. Allerdings spielen in der Praxis ökologische Aspekte für die Nutzung dieser Möglichkeiten für den Konsumenten keine oder eine relativ unbedeutende Rolle, auch wenn man an anderer Stelle bereit ist, mehr Geld für den Umweltschutz auszugeben, z.B. für ökologische Baustoffe. Vielmehr sind bei einer alternativen Nutzung von Gütern sowohl ökonomische, logistische als auch informatorische (im Hinblick auf eine Einweisung zum Betrieb und Funktionsweise eines Gerätes und im Hinblick auf Mietangebote) für den Konsumenten entscheidend, ob ein Gerät letztendlich gekauft, gemietet oder gar nicht besorgt wird. Ob im Einzelfall ein ökologisch wirksamer Effekt durch die Reduzierung des Umweltbelastungspotentials erzielt wird, ist im allgemeinen von den speziellen Rahmenbedingungen der jeweiligen Mietsituation und dem Nutzungsbedarf abhängig. Das Vermieten von Gütern kann je nach Einzelfall entweder mit Vor- oder mit Nachteilen für die Umwelt verbunden sein.

Ökologisch eher positiv	Ökologisch eher negativ
<ul style="list-style-type: none"> • Seltener Gerätebedarf • Geräte, deren Nutzungsvorrat bei alleiniger Nutzung nicht erreicht wird • Geringer Transportaufwand (wohnungsnahe Mietangebote) • Optimierter Transport • Lieferservice • Geräte mit hoher Energie- und Ressourcenintensität in der Herstellung • Energieeffiziente Geräte (während des Gebrauchs) 	<ul style="list-style-type: none"> • Häufiger Gerätebedarf • Lange Transportstrecken • Individueller Transport mit Pkw oder Lkw • Individuelle Transporte ausschließlich für Mietvorgang • Kleingeräte mit niedrigem Energie- und Ressourcenintensität in der Herstellung • Geräte, deren Nutzungsvorrat bei Einzelnutzung erreicht wird

Tabelle 7-1: Checkliste für ökologisches Mieten

Aus ökologischer Sicht ist es notwendig, die Rahmenbedingungen für den Transport der Mietprodukte zu verbessern, um Mehrbelastungen für die Umwelt zu vermeiden. Optimierungspotentiale liegen zum einen in der Standortwahl. Standorte, die nur kurze Anfahrtswege erfordern, oder mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreicht werden können, sind ökologisch vorteilhafter. Zum anderen könnten die transportbedingten Mehrbelastungen verringert werden, indem der Transport nicht individuell durch den Kunden erfolgt, sondern von einem Lieferservice (zumindest bei weiten Wegstrecken) durchgeführt wird. Voraussetzung ist ein ökologisch ausgerichtetes Logistiksystem, das die Routen optimiert.

	Vorteile	Nachteile
Ökonomie	<ul style="list-style-type: none"> • Bei seltenem Gebrauch Kostenvorteile für den Nutzer • Miete ist ein Zusatzangebot zum Kerngeschäft • Gewinnung und Bindung neuer Kunden • Vermietung ist ein entwicklungsfähiger Markt, in dem Umsatzzuwächse zu erwarten sind 	<ul style="list-style-type: none"> • Teuer bei Miete von Kleingeräten mit häufigeren Nutzungsbedarf
Benutzerfreundlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Verschiedenste DIY-Geräte können einfach ausprobiert werden • Auswahl verschiedener Modelle bis hin zu Profigeräten • Kein Wartungsaufwand • Platzersparnis bei größeren Geräten 	<ul style="list-style-type: none"> • Mieten erfordert Zeit- und Koordinationsaufwand • Teilweise umständlich aufgrund langer Anfahrtswege • Öffnungszeiten des Anbieters müssen beachtet werden
Ökologie	<ul style="list-style-type: none"> • Ausschöpfung des Nutzungsvorrats • Geringere Stoff- und Energieflüsse durch Reduzierung des Gerätebestandes 	<ul style="list-style-type: none"> • PKW-basierte Transporte verringern Einspareffekte • Kompensation der Umweltvorteile ab einer bestimmten Transportstrecke und Nutzungshäufigkeit

Tabelle 7-2: Vor- und Nachteile von Mietkonzepten im Do-it-yourself-Sektor

Insgesamt kann man davon ausgehen, daß die Miete von größeren Sachgütern bei geringer Nutzungshäufigkeit sowohl in finanzieller als ökologischer Hinsicht mit Vorteilen verbunden ist. Bei einer häufigeren Nutzung, insbesondere von Kleingeräten, wird die Miete finanziell unattraktiv. Der Koordinationsaufwand, den häufigere Mietvorgänge verursachen, schmälert den Komfort der Miete gegenüber privater Nutzung deutlich. Ökologisch schlägt der nutzungsbedingte Einspareffekt aufgrund der verkehrsbedingten Mehrbelastungen schnell ins Gegenteil um. Vorteile durch die intensivere Nutzung von DIY-Geräte auf Basis kommerzieller Miete ergeben sich erst, wenn der Nutzer das Gerät selten mietet oder aber keine Verkehrsleistungen mit dem Pkw abgewickelt werden. Letzteres setzt möglichst wohnungsnaher Mietlösungen voraus.

8 Literatur

Allerleih, MIETPROFI-Ratgeber 1999/2000 (Informationsbroschüre).

Behrendt, Siegfried; Kreibich, Rolf; Seidemann, Thomas: Kriterien für das ökologische Bauen. Studie im Auftrag des Ministeriums für Natur, Umwelt und Landesentwicklung des Landes Schleswig-Holstein, Abt. Ökologische Technik und Ökologische Wirtschaft. Werkstatt-Bericht Nr. 8. Berlin 1992.

Behrendt, Siegfried; Pfitzner, Ralf; Kreibich, Rolf: Wettbewerbsvorteile durch ökologische Dienstleistungen. Umsetzung in der Unternehmenspraxis. Heidelberg, Berlin 1999.

diy (do it yourself) - eine Fachzeitschrift für den Bau- und Heimwerkerbereich. Die Recherche erfolgte im Online-Archiv der Internetseite über <http://www.diyonline.de/>

Engel, Johanna: Miete, Kauf, Leasing, 2. Auflage, Bonn 1997.

Haake, Julia: Langlebige Produkte für eine zukunftsfähige Entwicklung. Eine ökonomische Analyse. Wuppertal Papers Nr. 62. Wuppertal 1996.

Hockerts, Kai: Vom Dienstleistungsmanagement zum Management der Verfügungsrechte - Eine Strategie unternehmerischer Nachhaltigkeit, in: Ökonomie & Ökologie Team e.V. (Hrsg.): Arbeit und Umwelt: Gegensatz oder Partnerschaft? Frankfurt/Main u.a. 1998, S. 231-248.

Hockerts, Kai; Petmecky, Arnd; Hauch, Sven; Seuring, Stefan; Schweitzer, Ralf (Hrsg.): Kreislaufwirtschaft statt Abfallwirtschaft: optimierte Nutzung und Einsparung von Ressourcen durch Öko-Leasing und Servicekonzepte. Schriften der Bayreuther Initiative für Wirtschaftsökologie e.V., Band 1; 2. durchgesehene Auflage 1995, als Ms. gedr., Ulm 1994.

Leinkauf, Simone; Zundel, Stefan: Funktionsorientierung und Ökoleasing - Strategien und Instrumente einer proaktiven Umweltpolitik. Schriftenreihe des IÖW 79/94. Berlin 1994.

Scholl, Gerd: Die Dematerialisierung des Konsums - ein schöner Traum?, in: Weskamp, Cornelia (Hrsg.): Ökologischer Konsum. Ansätze und Leitbilder nachhaltig ökologischer und sozialverträglicher Lebensweisen. Berlin 1995, S. 59-65.

Soete, Birgit: Ökoleasing - eine Innovation? In: Zeitschrift für angewandte Umweltforschung, Jg. 10 (1997), Heft 1, S. 66-76.

Soete, Birgit; Meyerhoff, Jürgen: Ökologischer Konsum und internationaler Handel, in: Weskamp, Cornelia (Hrsg.): Ökologischer Konsum. Ansätze und Leitbilder nachhaltig ökologischer und sozialverträglicher Lebensweisen. Berlin 1995, S. 43-55.

Stahel, Walter R.: Leistungs- statt Produktverkauf - Arbeit in einer zukunftsfähigen Gesellschaft, in: Ökonomie & Ökologie Team e.V. (Hrsg.): Arbeit und Umwelt: Gegensatz oder Partnerschaft? Frankfurt/Main u.a. 1998, S. 213-229.

Stiftung Verbraucherinstitut (Hrsg.): "Nachhaltiger Konsum" - Welchen Beitrag kann die umweltbezogene Verbraucherarbeit leisten? Dokumentation eines Workshops der Stiftung Verbraucherinstitut. Berlin 1996.

TENGELMANN Warenhandelsgesellschaft (Hrsg.): TUN Umweltnachrichten, Ausgabe 16, Mühlheim/Ruhr o.J., S. 3.

Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden Württemberg: "Nutzen statt Besitzen" - Mieten, Teilen, Leihen von Gütern, Ein Zukunftsmodell?, Luft, Boden, Abfall Heft 47, Stuttgart 1996

Verbraucher-Zentrale NRW: Herausforderung Sustainability - Konzepte für einen zukunftsfähigen Konsum, Dokumentation einer Fachtagung November 1997. Düsseldorf 1998.

Weskamp, Cornelia (Hrsg.): Ökologischer Konsum. Ansätze und Leitbilder nachhaltig ökologischer und sozialverträglicher Lebensweisen. Berlin 1995.

9 Verweise im Internet

http://www.rohn.de/markt/archiv/9903/03obi_pulus.htm

<http://www.rohn.de/markt/spezial/branchenfokus/top30-tab.htm>

<http://www.rohn.de/markt/archiv/9907/07top10.htm>

<http://ecen.com/eee9/ecoterme.htm>

<http://www.izt.de>

<http://www.diyonline.de>

<http://www.oekozentrum-nrw.de>

<http://ww.boels.com>

<http://www.kfw.de>

<http://www.obi.de>