

# Meins ist deins

VON STEFAN VOGLER

«Share Economy» ist in aller Munde. Der Begriff wurde vom Harvard-Ökonomen Martin Weitzman geprägt. Gemäss Wikipedia, der Sharing-Brand des Wissens, besagt er, «dass sich der Wohlstand für alle erhöht, je mehr unter allen Marktteilnehmern geteilt wird.» In der jüngeren Vergangenheit gewann das Konzept insbesondere im Hinblick auf das WWW an Bedeutung, weil Inhalte und Wissen nicht mehr nur konsumiert, sondern mit Hilfe von Web-2.0-Technologien auch weiterverbreitet

werden. Es entwickeln sich zunehmend Unternehmen, deren Geschäftskonzept gekennzeichnet ist durch die gemeinsame zeitlich begrenzte Nutzung von Ressourcen.

«Mobility» hat diesen Trend schon vor Jahren erkannt. Die roten PW haben die Schweiz rasch erobert. Der gefühlt konkurrenzlose Sharing-Brand wurde zum generischen Begriff und hilft nun mit «sharoo», den Markt aufzumischen. Handy sei dank kann Carsharing mobil auf einfachste Weise abgewickelt werden. Das macht

sich die Carsharing-Plattform sharoo zunutze.

Wenn sich der grösste Autohändler Helvetiens, die Amag, an einem Start-up der Migros beteiligt, lohnt es sich, hinzusehen. Wenn dazu noch die Mobiliar und Mobility an sharoo beteiligt sind, spricht das Bände: Grosse Marken wollen hoch hinaus!

Die sharoo-Beteiligung der Amag ist strategisch getrieben. Zum einen hat der Einkauf bei sharoo wohl einiges gekostet, denn der durch die Migros geschätzte Wert von sharoo liegt

## MARKE DES MONATS

Oktober 2015:



bei 25 bis 30 Millionen Franken. Andererseits liegt die Markensynergie auf der Hand. Die Affinität zu den von der Amag vertriebenen Marken wie Audi, VW, Seat oder Skoda kann via die «geteilten» Autos aufgebaut werden. Wenn sich später einige zum Autokauf entschliessen, steht die Amag dank ihren Top-of-Mind-Marken in den Startlöchern. So viel zum Geschäft.

Zum Schluss noch Erstaunliches aus einer in

der Marketing Review St. Gallen publizierten Studie: «Zielsetzungen in Bezug auf Gesellschaft und Umwelt sind den Befragten weniger wichtig oder sie nehmen den Unternehmen diese Ziele nicht ab.»

## STEFAN VOGLER



Der Autor berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.

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

## KMU SWISS VERANSTALTUNGEN



- 13.10.2015** KMU SWISS Stammtisch: «Risikomanagement Stress und Burnout», Stress und Burnout erkennen – welche Lösungen? Ebenfalls werden praktische Fälle aus dem Case Management vorgestellt.
- 20.10.2015** KMU SWISS Stammtisch: «Mit Lean die Zukunft des Unternehmens gestalten» – Gerade im Zug der Euro-Krise bildet die Lean Methodik ein wertvolles Instrument, Prozesse in einem Unternehmen effizient zu gestalten und damit die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten oder sogar zu steigern. Im Referat wird aufgezeigt, was Lean bedeutet, wie in der Praxis im KMU vorgegangen wird und welche Resultate dabei erreicht werden.
- 22.10.2015** KMU SWISS Infotable: «Cloud Computing – Werden Sie agiler im Business» Die Geschäftswelt dreht sich immer schneller und die Anforderungen an Ihre IT-Infrastruktur steigen täglich. Wäre es nicht schön, wenn Sie Ihre IT agil und sicher Ihren Bedürfnissen anpassen könnten, ohne in zusätzliche Infrastruktur investieren zu müssen?
- 19.11.2015** KMU SWISS Infotable: Manager und Unternehmer wollen Entscheidungen schnell, ortsunabhängig, auf allen Devices und aufgrund von aktuellen Daten fällen können. Kundenberater wiederum müssen mobil auf Dokumente und Verkaufskennzahlen zugreifen können, um im Kundengespräch erfolgreich zu sein. Der Schlüssel dazu ist ein agiles Reporting.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.kmuswiss.ch](http://www.kmuswiss.ch)

Anzeige

**Wir begleiten Sie von der Gründung bis zum internationalen Wachstum.**

**KMU Business-Software. Damit Ideen Erfolg haben.**

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

Sanja Arsenovic, Sage-Mitarbeiterin