



Foto © Petra Homeier



Foto © UR/Editorial Office

## Liebe Leserinnen, liebe Leser,

es ist uns eine große Freude, dass Sie gerade auch in diesen ungewöhnlichen Zeiten eine neue Ausgabe des *Blick in die Wissenschaft* in Ihren Händen halten können.

Die Corona-Pandemie stellt auch die Universität Regensburg und alle ihre Mitglieder vor große Herausforderungen, Belastungen und Planungsunwägbarkeiten. Im Mittelpunkt steht für uns seit Beginn der gegenwärtigen Krisensituation der unabdingbare Schutz der Gesundheit aller Universitätsangehörigen und unser Beitrag zur Eindämmung der Verbreitung des Coronavirus.

Die Universität Regensburg ging im März in einen bisher unbekanntem Zustand des minimalen Präsenzbetriebs und weitgehender Homeoffice-Regelungen. Die Präsenzlehre wurde eingestellt und das Sommersemester 2020 startete digital. Für nicht digital durchführbare Praxisveranstaltungen und Prüfungen wurden Regelungen zur Einhaltung der Hygiene- und Sicherheitsvorgaben erarbeitet. Wir können in diesem Sommersemester nicht – so wie wir es alle an unserer weltoffenen und lebendigen Universität gewohnt sind und lieben – mit mehr als

25 000 Menschen aus mehr als 100 Ländern gemeinsam hier vor Ort auf dem Campus zusammenkommen.

Auch die Forschungsaktivitäten an der Universität Regensburg werden von der anhaltenden Pandemie tangiert. Naturgemäß können nicht alle Forschungen unseres vielfältigen Fächerspektrums ins Homeoffice verlagert werden, und die Notwendigkeit zu räumlicher und sozialer Distanzierung beeinträchtigt den wissenschaftlichen Austausch in unterschiedlicher Art. Es ist bewundernswert, wie die Wissenschaftler\*innen auch mit diesen enormen Herausforderungen umgehen.

Die große Nachfrage nach unseren qualitätsgesicherten Studiengängen sowie die national wie international hoch renommierten Forschungsaktivitäten unserer Wissenschaftler\*innen demonstrieren den großen Erfolg aller Mitglieder in den unterschiedlichsten Bereichen und Tätigkeitsfeldern der Universität Regensburg, gemeinsam diese außergewöhnliche und in der Geschichte unserer Alma Mater einzigartige Situation zu meistern.

Den Studierenden und Lehrenden sowie allen weiteren Mitarbeiter\*innen der Universität Regensburg in den unterschied-

lichsten Tätigkeitsbereichen gebührt großer Dank für ihr außerordentliches Engagement, ihre hohe Motivation und vor allem auch für ihre Innovationsbereitschaft und ihre Planungs Offenheit in diesen Wochen.

In vielem hat uns diese gegenwärtige Krisensituation auch ein Stück weit näher zusammenrücken lassen – viele gute und vertrauensvolle Gespräche wurden geführt – wir alle erfahren viel gegenseitiges Verständnis und viel gegenseitigen Respekt. Die vor uns liegenden Wochen und Monate können und sollten wir nicht als Zeit der Perfektionierung sehen – sondern als Raum zum Nachdenken über Neues und als Zeit zum Experimentieren mit Innovativem. Vor allen Dingen aber sollten wir diese Periode als eine besondere Zeit des gegenseitigen Zuhörens und des Miteinanders nutzen. In diesem Sinne freuen wir uns alle auf eine persönliche und gesunde Rückkehr auf den Campus der Universität Regensburg – auf seine lebendige Vielfalt und auf die Begegnungen seiner Menschen.

Und unser Dank ist ebenso an den Redaktionsbeirat, das Redaktionsbüro und alle Autor\*innen der Ihnen nun vorliegenden Ausgabe des *Blick in die Wissenschaft*

zu richten: Ungeachtet der vielen in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie aufgetretenen Herausforderungen erhalten Sie auf den folgenden Seiten in bewährter Weise einen Einblick in das breite Spektrum der Forschung unserer Universität.

Besonderes Augenmerk widmet diese Ausgabe dem deutschlandweit ersten »Centre for Advanced Studies« an einer Theologischen Fakultät – einem Format, das die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) 2007 speziell für die Geisteswissenschaften aufgelegt hat: Unter der Überschrift *Jenseits des Kanons* erforschen und erörtern seit der Eröffnung des Zentrums im Oktober 2018 ortsansässige Wissenschaftler\*innen gemeinsam mit über 70 Gelehrten aus aller Welt Texte zu Riten und Dingen, die mit apokryphen Traditionen in Verbindung stehen und eine besondere Wirksamkeit im kirchli-

chen Leben entfaltet haben. Ausgewählte Beiträge aus dem Forschungsverbund gewähren Einblicke in das religiöse Leben jenseits kirchlicher und theologischer Normen und geben zugleich Aufschluss über die tatsächliche Bedeutung des biblischen Kanons.

Weitere Beiträge aus unterschiedlichen Fakultäten spiegeln die Vielfalt der Forschungsaktivitäten an unserer Universität in schon gewohnter Weise wider – von Tocquevilles Mutmaßungen über die Zukunft der Demokratie über die Frage, ob wir ein Grundrecht auf Bundesligafußball haben, bis hin zu Rezepten für gesundes Altern.

Bei der Fertigstellung dieser Ausgabe haben wir mit einigem Erstaunen festgestellt, wie die durch CoVID19 ausgelöste Krise auch die Wahrnehmung von und Auseinandersetzung mit den Inhalten einiger der hier präsentierten Arbeiten verän-

dert wird. Ebenso, wie CoVID 19 unseren privaten und beruflichen Alltag und das gesellschaftliche Miteinander in den vergangenen Wochen auf unterschiedlichsten Ebenen beeinflusst und sicherlich oft auch beeinträchtigt hat, so sehr regt die aktuelle Situation zur Reflexion über viele in der Vergangenheit als selbstverständlich wahrgenommene Lebensumstände und Werte und damit einhergehend den Umgang mit den Herausforderungen dieser Tage an. Mit Ihnen gemeinsam werden wir diese meistern.

Genießen Sie die Lektüre dieser Ausgabe und bleiben Sie gesund.

Prof. Dr. Udo Hebel  
Präsident der Universität Regensburg  
Prof. Dr. Ralf Wagner  
Vorsitzender Redaktionsbeirat

**Blick in die Wissenschaft  
Forschungsmagazin  
der Universität Regensburg**

ISSN 0942-928-X  
Heft 41  
29. Jahrgang

**Herausgeber**

Prof. Dr. Udo Hebel  
Präsident der Universität Regensburg

**Redaktionsleitung**

Prof. Dr. rer. nat. Ralf Wagner

**Redaktionsbeirat**

Prof. Dr. jur. Christoph Althammer  
Prof. Dr. rer. nat. Ferdinand Evers  
Prof. Dr. rer. nat. Stefan Friedl  
Prof. Dr. rer. nat. Mark W. Greenlee  
Prof. Dr. theol. Andreas Merkt  
Prof. Dr. phil. Omar W. Nasim  
Prof. Dr. rer. nat. Klaus Richter  
Prof. Dr. rer. pol. Daniel Rösch  
Prof. Dr. med. Ernst Tamm  
Prof. Dr. paed. Oliver Tepner  
Prof. Dr. phil. Isabella von Treskow

Universität Regensburg  
93040 Regensburg  
Telefon (09 41) 9 43-23 00  
Telefax (09 41) 9 43-33 10

**Verlag**

Universitätsverlag Regensburg GmbH  
Leibnizstraße 13, 93055 Regensburg  
Telefon (09 41) 7 87 85-0  
Telefax (09 41) 7 87 85-16  
info@univerlag-regensburg.de  
www.univerlag-regensburg.de  
Geschäftsführer: Dr. Albrecht Weiland

**Abonnement-service**

Andrea Winkelmayer  
bestellung@schnell-und-steiner.de

**Anzeigenleitung**

Larissa Nevecny  
MME-Marquardt  
info@mme-marquardt.de

**Herstellung**

Universitätsverlag Regensburg GmbH  
info@univerlag-regensburg.de

**Einzelpreis € 7,00**

**Jahresabonnement**

bei zwei Ausgaben pro Jahr  
**€ 10,00 / ermäßigt € 9,00**

Für Schüler, Studierende und Akademiker/innen im Vorbereitungsdienst (inkl. 7 % MwSt.) zzgl. Versandkostenpauschale € 1,64 je Ausgabe. Bestellung beim Verlag. Für **Mitglieder des Vereins der Ehemaligen Studierenden der Universität Regensburg e.V.**, des **Vereins der Freunde der Universität Regensburg e.V.** und des **Vereins ehemaliger Zahnmedizinstudenten Regensburg e.V.** ist der Bezug des Forschungsmagazins im Mitgliedsbeitrag enthalten.



# Inhalt



**Jenseits des Kanons**

4

*Tobias Nicklas*



**Der Fußabdruck Jesu**

10

*Andreas Merkt*



**Polymorphic Jesus, Polymorphic Texts**

15

*Janet E. Spittler*



**»Thinking in a broader context«**

18

*Stephanie Hallinger*



**Moroni und Menelik**

21

*Predrag Bukovec*



**In the Shadow of Artemis**

25

*Janet Downie*



**Tocquevilles Mutmaßungen über die Zukunft der Demokratie**

30

*Karlfriedrich Herb und Sarah Rebecca Strömel*



**Creole City und Cajun Country**

35

*Ingrid Neumann-Holzschuh*



**Ein Grundrecht auf Bundesligafußball?**

42

*Alexander Hellgardt*



**Ein Rezept für ein gesundes Altern?**

47

*Katharina Dahmen-Zimmer und Petra Jansen*



**Wie steuert man ein Mitfahrnetzwerk?**

53

*Maximilian Lukesch*



**Molekulare Paläontologie – »Auferweckung« urzeitlicher Proteine**

58

*Rainer Merkl, Kristina Straub und Reinhard Sterner*



# Wie steuert man ein Mitfahrnetzwerk?

## Von sozialpsychologischer und soziologischer Theorie zu betriebswirtschaftlichen Managementempfehlungen

Maximilian Lukesch

In der *Sharing Economy* wird versucht, ungenutzte Kapazitäten zu vermarkten. Ein populäres Beispiel hierfür sind Mitfahrdienste. Wer freitags am Busbahnhof der Universität Regensburg steht, der kennt das Prinzip: Auf der Parkfläche vor der Mensa treffen sich im Viertelstunden-Takt Fahrende und Mitfahrende, man begrüßt einander, verlädt das Gepäck, die Fahrt beginnt. [1] Mitfahrgelegenheiten sind Alltag. Häufig sind sie Produkt eines Mitfahrnetzwerks. Allein beim Branchenführer Blablacar werden nach dessen Angaben weltweit jedes Quartal 20 Millionen Reisende für Fahrgemeinschaften vermittelt. Im Gegensatz zu einem Unternehmen, das eine Transportdienstleistung durch seine eigenen – und daher in ihrem Einsatz gestaltbaren – Betriebsmittel und Personal erbringt, ist der Mitfahrdienst »nur« eine Vermittlungsplattform im Internet. Wie ein Regensburger Forschungsbeitrag (Lukesch 2019) zeigt, sollte ein Mitfahrdienst aber weit mehr tun als »nur« zu vermitteln. Er muss es schaffen, seine Nutzerinnen und Nutzer zu »richtigem« Verhalten zu bewegen. Doch was heißt das und wie kann das gelingen? Wie steuert man ein Mitfahrnetzwerk?

Privatpersonen kaufen teure Vermögensgegenstände wie Autos, Werkzeuge und Wohnraum und lasten diese oftmals nur unzureichend aus. Autos stehen die meiste Zeit auf dem Parkplatz. Werkzeuge liegen bis auf wenige Einsätze im Jahr im Keller.



1 Die Universität ist ein beliebter Treffpunkt für Mitfahrgelegenheiten.

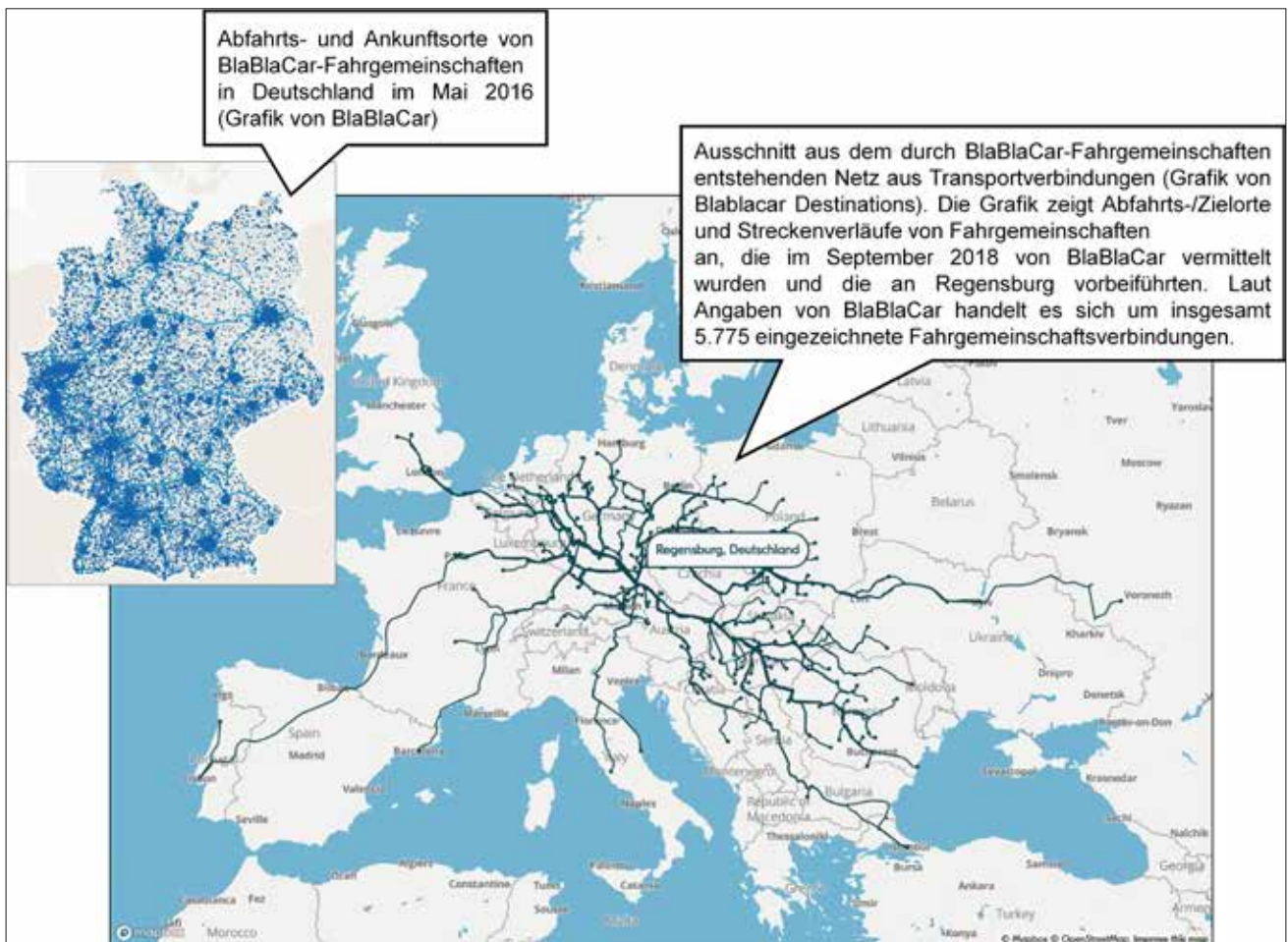
Foto © Maximilian Lukesch

Man lebt in großen Häusern, aber nur in wenigen Zimmern. Eine Verschwendung, mag man urteilen. Sie bietet jedoch Komfort und Handlungsflexibilität. Die Wirtschaftsform *Sharing Economy* nimmt sich dieses Sachverhalts an. Sharing-Anbieter stellen Online-Plattformen bereit, auf denen private Anbieter und Nachfragende gering genutzter Ressourcen handeln können – man denke an Global Player wie Airbnb und Uber. Dieser Handel besteht dann im Verleih, im Weiterverkauf, im Tausch oder in der Mitbenutzung der Ressourcen. Sharing-Anbieter vermitteln und überwachen zwischen den geografisch und sachlich diversifizierten Anbietenden

und Nachfragenden (vgl. Thompson 1967, zuletzt 2003, S. 16-17).

### Mitfahrnetzwerke

Fahrgemeinschaften sind ein altes Konzept, das durch Online-Mitfahrdienste neuen Auftrieb erhalten hat. Der Branchenführer Blablacar umfasst beispielsweise 65 Millionen Nutzerinnen und Nutzer in 22 Ländern. In Deutschland kann man quasi jeden Ort und auch internationale Destinationen erreichen. [2] Aus Sicht des Mitfahrdienstes gilt es, das Mitfahrnetzwerk unter dem Ziel der Gewinnerzielung zu be-



2 Mitfahrnetzwerke umspannen weite Gebiete. Quelle der Grafiken: Blablacar; links - <https://prod8bbl8de.wpengine.com/blablalife/neuigkeiten/pilotenstreik-flugstreik-alternativen>. [05/03/2020 13:51:39]; rechts - [blablacar.com/destinations](http://blablacar.com/destinations). [Screenshot Maximilian Lukesch 17/10/2018]

wirtschaften. Abgesehen von der intuitiven Notwendigkeit, neue Mitglieder zu akquirieren und eine »passende« Vermittlung zu machen: Was gibt es noch zu gestalten? Prima facie könnte man meinen, die Antwort dazu müsse aus der IT kommen, handelt es sich doch um Online-Plattformen. Die IT-Gestaltung sollte jedoch einem vorher zu erarbeitenden Managementkonzept folgen, das sich an der Funktionsweise und Natur des Erlösobjekts orientiert.

In einem Mitfahrnetzwerk werden Bedarfsverkehre erbracht, die als sogenanntes Kuppelprodukt entstehen: Personen fahren von A nach B und erzeugen dabei nolens volens das vermarktbar und quasi zu Grenzkosten anbietbare Beiproduct »Mitfahrgelegenheit«. Aufgrund der räumlichen Situation im Fahrzeug liegt eine hohe Interaktionsintensität der Beteiligten vor – soziale Beziehungen unter den Fahrgemeinschaftsbeteiligten sind unumgänglich. In diesem Sinne sind Mitfahrnetzwerke zweischichtig. Sie bestehen aus

- (1) den Transportbeziehungen (von der Quelle zur Senke), die angeboten werden;
- (2) den sozialen Beziehungen, die die Beteiligten innerhalb der einzelnen Fahrgemeinschaft sowie mit den restlichen Mitgliedern des Mitfahrnetzwerks hegen.

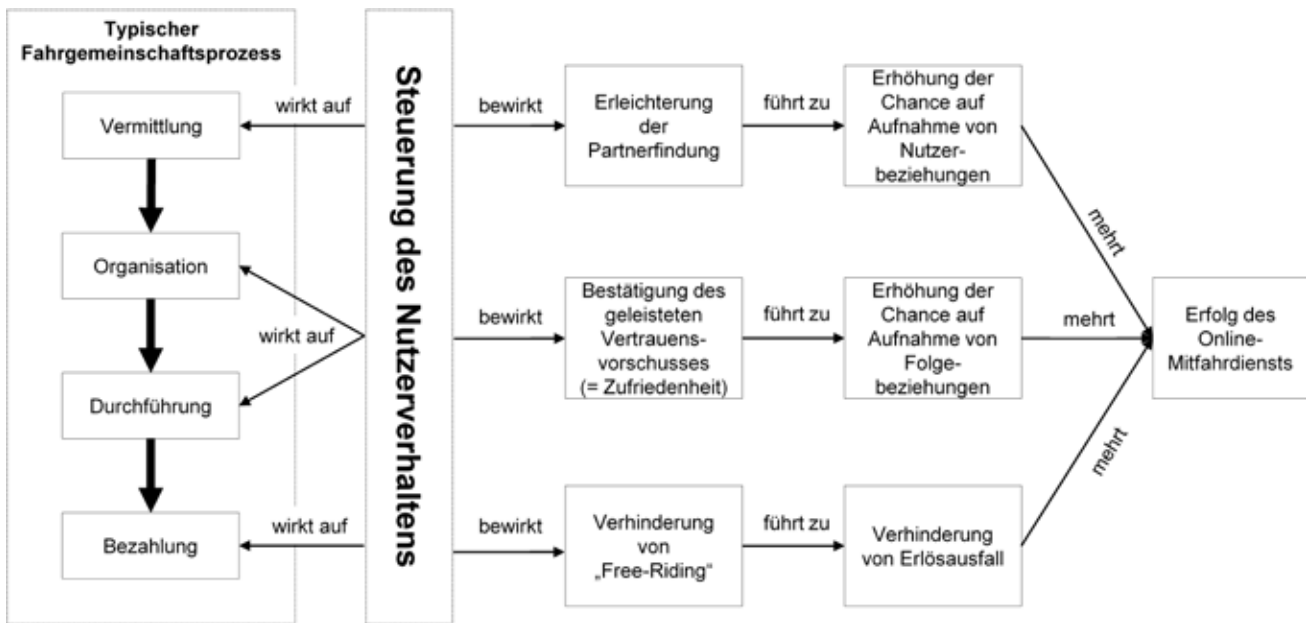
### Der »eigenwillige« Nutzer

Es ist sinnvoll, über die soziale Komponente der Fahrt nachzudenken. Denn: »Das Soziale« ist Ergebnis und Determinante des Verhaltens der Netzwerkmitglieder. Ihr Nutzungsverhalten beeinflusst seinerseits das Erlöspotential des gesamten Netzwerks. Klarer wird das, wenn man die folgenden drei Beispiele überdenkt:

- **Partnerfindung:** Eine Studentin möchte von Regensburg nach Berlin fahren. Für den von ihr gewünschten Zeitraum findet sie zwar eine Reihe kompatibler

Fahrer, die sie jedoch alle als nicht vertrauenswürdig einstuft. Statt eine Fahrgemeinschaft zu buchen, fährt sie lieber mit dem Fernbus.

- **Zufriedenheit:** Eine Mitfahrerin hat eine Fahrgemeinschaft gefunden und steigt in das Auto ein. Auch wenn der Fahrer freundlich ist, ist es für die Mitfahrerin anstrengend, dessen nicht enden wollenden Ausführungen höflich zuzuhören. So schnell wird sie den Mitfahrerdienst nicht mehr nutzen.
- **Free Riding:** Ein Fahrer hat sein Auto mit drei Mitfahrern »voll bekommen« und freut sich. Über die Vermittlungsgebühr des Mitfahrerdiensts ärgert er sich aber. Er tauscht daher mit den Mitfahrern Handynummern aus und vereinbart, dass die Fahrgemeinschaft auf der Plattform abgesagt wird, um die Gebühren zu sparen. »Für die Zukunft«, so fährt er fort, »könnt ihr mich auch einfach anschreiben, wenn ihr wieder mal eine Mitfahrgelegenheit braucht.«



3 Systematik und Erfolgsrelevanz der Nutzersteuerung in Mitfahrnetzwerken. Quelle: Grafik des Autors, modifiziert nach: Maximilian Lukesch, Sharing Economy in der Logistik: Ein theoriebasiertes Konzept für Mitfahrdienste. Wiesbaden: Springer Gabler, 2019, S. 260.

Alle drei Beispiele sind erlösrelevant. Nutzerinnen und Nutzer des Mitfahrnetzwerks sind also inhärent mit dem Risiko behaftet, dass sie sich in einer Weise verhalten, die das Erlösziel negativ beeinflusst. Diese »Eigenwilligkeit« sinnvoll zu steuern ist somit eine attraktive Gestaltungsaufgabe.

### Von der Theorie zur Managementempfehlung

Wie müssen Mitfahrnetzwerke gedacht werden, um mit dem Problem eigenwilliger Nutzerinnen und Nutzer umzugehen? Es ist sinnvoll, das Managementobjekt aus verschiedenen theoretischen Blickwinkeln zu betrachten, da sich somit ein reicheres Verständnis für die Problemstruktur und für mögliche Lösungsansätze ergibt (Kirsch 1997, S. 209–216). Zwei Theorien wurden im Folgenden herangezogen: Da das Mitfahrnetzwerk aus vielen einzelnen Fahrgemeinschaften besteht, liegt zum einen eine sozialpsychologische Theorie wie die Austauschtheorie nahe. Sie postuliert, dass sich das soziale Leben als eine Abfolge von Tauschvorgängen abbilden lässt (Thibaut & Kelley 1959). Eine Fahrgemeinschaft ist dann eine Beziehung zweier Akteure, in der mit Nutzen und Kosten bewertbare »Dinge« wie Transport, Geld, Information etc. in wechselseitig geäußerten Handlungen ausgetauscht werden. Potentielle Partner und Handlungsalternativen wer-

den gemäß ihrer wahrgenommenen Handelsattraktivität in Rangfolge gebracht und ausgewählt.

Eine andere Sichtweise bietet die Netzwerktheorie (Ebers & Maurer 2014). Sie weist zunächst darauf hin, dass in einem gegebenen System eventuell mehrere »übereinanderliegende« Netzwerke aufzufinden sind. In einem Mitfahrnetzwerk wären dies das technische Netzwerk aus Transportrelationen sowie das soziale Netzwerk. Zwischen diesen Netzwerken kann es verhaltensrelevante Wechselwirkungen geben, beispielsweise dann, wenn ein Mitfahrnetzwerknutzer versucht, mehrere Transportrelationen zu kombinieren (z. B. Regensburg – Nürnberg & Nürnberg – Köln). Des Weiteren erklärt die Netzwerktheorie, dass die Netzwerkposition eines Akteurs dessen Verhaltensweise beeinflusst. Verstehen wir, wie ein Netzwerk aufgebaut ist, so können wir Aussagen dazu machen, wie sich Personen in der einzelnen Beziehung zueinander verhalten werden. Beispielsweise werden sich die Verhaltensweisen einer Fahrerin und eines Mitfahrers, die schon häufig miteinander gefahren sind, über die Zeit hinweg aneinander angepasst haben.

Mithilfe der durch Austausch- und Netzwerktheorie identifizierbaren Wirkungsmechanismen können Managementempfehlungen abgeleitet werden. Dies soll im Folgenden auszughaft für die drei oben genannten Themenfelder Partnerfindung,

Zufriedenheit und *Free Riding* gezeigt werden. [3]

### Partnerfindung

Wer Fahrgemeinschaftspartner sucht, bedenkt zwei Dinge: Erfüllen die potentiellen Partnerinnen und Partner

- (1) ergebnisbezogene Erwartungen (zum Beispiel Abfahrts-/Zielort, Preis, Route)?
- (2) die implizit oder explizit vorhandenen prozessbezogenen Erwartungen (etwa Anstand, Pünktlichkeit, gewünschte/unerwünschte Verhaltensweisen)?

Gelingt es, in der Vermittlung »hochwertige« und vertrauenswürdige Partnerinnen und Partner zu finden, so wird eher eine Fahrgemeinschaftsbeziehung aufgenommen. Dabei erfolgt die Prüfung sowohl durch den Anbietenden als auch durch den Nachfragenden. Ein Mitfahrdienst steuert sein Netzwerk dann in sinnvoller Weise, wenn er nicht nur ergebnisbezogenes, sondern auch prozessbezogenes *Matching* betreibt. Diese Aufgabe ist aufgrund der Subjektivität der Attraktivitätsbewertung und der Vertrauensbildung schwierig. Sie kann aber gestützt werden, indem der Mitfahrdienst (1) für Informationstransparenz und -sicherheit im Netzwerk sorgt und (2) versucht, die Präferenzen seiner Nutzerinnen und Nutzer systematisch zu erlernen und darauf aufbauend Empfehlungen aus-

zusprechen. Die Steuerung der dezentral erfolgenden Wahlvorgänge erfolgt hier also über die Gestaltung der im Mitfahrnetzwerk identifizierbaren Informationsflüsse.

Zur Bewertung potentieller Partnerinnen und Partner werden aber nicht nur Informationen herangezogen, die diese über ihr Nutzungs-/Angebotsprofil preisgeben, sondern auch Informationen zu deren Netzwerkposition. Sind es beispielsweise erfahrene Mitglieder? Was sagen die früheren Kontakte? Gleichzeitig wird die Informationssuche von Unsicherheit begleitet, denn bis zur Fahrt kann man sich nicht sicher sein, ob seine Einschätzung korrekt war.

Mitglieder- und Angebotsprofile beschreiben, was in der Fahrgemeinschaftsbeziehung »ausgetauscht« werden soll. Bereits das Vorhandensein einer Profilstruktur steuert die einzelnen Nutzerinnen und Nutzer einerseits in ihrer eigenen »Außendarstellung« im Mitfahrnetzwerk und andererseits in ihrer Vorgehensweise bei der Beurteilung vorhandener potentieller Partnerinnen und Partner – Standardisierung erlaubt Vergleichbarkeit. Da die Befüllung der Profile über die Nutzenden selbst erfolgt, muss der Mitfahrdienst diese dazu bewegen, reichhaltige und wahrheitsgemäße Informationen abzugeben.

Exemplarische Maßnahmen hierzu bestehen beispielsweise in der Einrichtung eines nutzungsfreundlichen Ausfüllprozesses, der Angabe konkreter Ausfüllvorgaben sowie dem Anzeigen »mustergültiger« Profile. Die Informationslandschaft kann daraufhin genutzt werden, um Empfehlungssysteme für potentielle Partnerinnen und Partner einzurichten. Da die Suche mitunter anstrengend sein kann, sollte der Mitfahrdienst systematisch die Präferenzen seiner Nutzenden auswerten (»Mit welchem Typus Partner hat die Nutzerin A, B, C, ... in der Vergangenheit gute Beziehungen geführt?«) und Ergebnislisten dementsprechend vorsortieren.

Ein weiteres Problem stellt sich in der Sicherstellung der Wahrheitstreue der gegebenen Informationen. Hierfür bedarf es eines Prüf-/Sanktionssystems, etwa in Form eines Reputationssystems, mithilfe dessen sich die Mitglieder gegenseitig bewerten können. Die akkumulierte Reputation erfüllt dabei auch die Funktion einer Transaktionshistorie. Sie macht die »Vergangenheit« der potentiellen Partnerinnen und Partner bewertbar. Hierbei gilt eine Besonderheit: Der Beurteilende wird bei seiner

Prüfung diejenigen Feedbacks besonders berücksichtigen, die seiner Gedankenwelt am nächsten stehen. Der Mitfahrdienst sollte die Feedbacks dementsprechend staffeln und gesondert hervorheben. So wird ein Akteur

- (1) eigene Erfahrungen (= persönliches Feedback) mit dem potentiellen Partner bzw. der potentiellen Partnerin berücksichtigen, sofern bereits zu einem früheren Zeitpunkt eine Beziehung vorgelegen hat.
- (2) das Feedback gemeinsamer dritter Kontakte berücksichtigen, sofern solche vorliegen.
- (3) das Feedback derjenigen ihm unbekannteren früheren Kontakte des potentiellen Partners bzw. der potentiellen Partnerin berücksichtigen, die ihm hinsichtlich ihrer Verhaltenserwartungen ähneln. Dies ist dann der Fall, wenn keine Verbindung zwischen den beiden vorliegt.

## Zufriedenheit

Der in der Partnerwahl gegebene Vertrauensvorschuss ist der Maßstab, gegen den ein Partner von der Organisation bis zum Abschluss der Fahrgemeinschaft verglichen wird: (Über-)erfüllt der Partner die in ihn gesteckten Erwartungen, so erzeugt dies Zufriedenheit – enttäuscht er sie hingegen, so erzeugt dies Unzufriedenheit. Verläuft die Interaktion in einer für beide Seiten zufriedenstellenden Form, so steigt die Chance, dass sie den Mitfahrdienst auch in Zukunft als attraktive Transportalternative wahrnehmen.

Wie kann nun dafür gesorgt werden, dass zwei Unbekannte miteinander gut auskommen? Es bieten sich zwei Gestaltungsrichtungen an, durch die die Beziehungsqualität »von außen nach innen« abgesichert wird:

- (1) Die Personen sollten schon bei der Beziehungsaufnahme hinsichtlich ihrer gegenseitigen Erwartungshaltungen nah beieinander liegen – sie haben dann »dieselbe Idee«, wie man sich in einer Fahrgemeinschaft verhalten sollte.
- (2) Das aus abweichenden Erwartungshaltungen oder anderweitigen Gründen potentiell vorhandene Konfliktpotential sollte minimiert werden.

Steuerung beginnt hier also noch vor der Ausgabe der Ergebnisliste. Der Mitfahrdienst sollte die Ergebnisliste um diejenigen potentiellen Partnerinnen und Partner verkürzen, deren Erwartungen zu weit von denen des fokalen Nutzenden entfernt liegen. Hierzu kann das Mitfahrnetzwerk in mehrere Segmente aufgeteilt werden, die bezüglich ihrer explizit genannten oder über die Zeit hinweg erkennbaren Verhaltensnormen nach außen heterogen, aber nach innen homogen sind.

Ein Reputationssystem dient in der konkreten Beziehung als weitere Absicherungsmaßnahme für »gutes« Verhalten. Die Analyse der Netzwerkentwicklungsdynamik zeigt jedoch auf, dass die abschreckende Wirkung einer schlechten Bewertung in unterschiedlichen Gebieten des Mitfahrnetzwerks in ihrer Stärke variiert. So ist eine Reputationsstrafe beispielsweise dann von geringer Wirkung, wenn der Delinquent bereits ein dichtes Netzwerk mit attraktiven Kontakten aufgebaut hat. Diese Variation der Sanktionswirkung sollte der Mitfahrdienst durch geeignete Maßnahmen reduzieren.

Dennoch mag es manchmal dazu kommen, dass zwischen den Fahrgemeinschaftsbeteiligten ein Konflikt entsteht – nicht zwangsläufig in Form eines Streits im eigentlichen Sinn, sondern in Form einer Situation, in der das Wohlbefinden des/der Einen durch die Handlung des/der Anderen in relevanter Weise beeinträchtigt wird. Auch hier kann steuernd eingegriffen werden. Sinnvoll ist es, wenn eine kooperative, das heißt den Interessen des Partners oder der Partnerin gegenüber zugewandte Haltung vermittelt wird. Der Mitfahrdienst kann etwa versuchen, die von den Mitgliedern wahrgenommene Bindungsstärke der Beziehung zu erhöhen (zum Beispiel durch das Herausstellen von persönlichen Gemeinsamkeiten) und kooperationsinduzierende Normen im Mitfahrnetzwerk durchzusetzen (etwa Zuverlässigkeit oder Höflichkeit). Für den Fall, dass es trotzdem zu Konflikten kommt, kann die Verbreitung von Konfliktbewältigungsregeln weiterhelfen.

Wichtig sind des Weiteren Maßnahmen zur Konfliktprävention. Die bisher besprochenen Maßnahmen tragen hierzu bereits bei, da sie dafür sorgen, dass die »richtigen« Partnerinnen und Partner mit dem passenden »Mindset« zueinander finden. Somit wird vor allem bewusst eingegangenen Konflikten entgegengearbeitet. Indes können aber auch unbewusst her-

beigeführte oder unverschuldete Konflikte auftreten. Diese sind in ihren typischen Ausprägungen (zum Beispiel Stau, Wetter, Vergesslichkeit, geringe Aufmerksamkeit) antizipierbar und können durch geeignete Instruktion der Nutzenden verhindert werden (etwa durch Erinnerungen oder Hinweise zu Verkehrs-, Wetter-, Baustellenlage).

Sollten trotz aller bisher genannten Vorkehrungen Konflikte zwischen den Nutzenden auftreten, die sie nicht eigenständig bewältigen können, so muss der Mitfahrdienst kompensierend einschreiten. Gelingt es dem Mitfahrdienst beispielsweise über ein Beschwerdemanagementsystem, Erfahrungen aus konfliktbelasteten Beziehungen in angemessener Form zu beantworten, so werden Konfliktschäden »geheilt«.

## Free Riding

Mitfahrnetzwerksmitglieder neigen dazu, keine Vermittlungsgebühren zahlen zu wollen. Hierzu treffen sie Verhaltensabsprachen. Mögliche Ausprägungen dieser Absprachen lauten: »Lasst uns die Fahrgemeinschaft online abbrechen – wir haben ja jetzt unsere Nummern!« oder »Wenn du nächste Woche wieder nach Freiburg fahren möchtest, schreib mir einfach privat!« Auf diese Weise bilden sie ein Schattennetzwerk.

Ein Mitfahrdienst sollte daher als Erstes dafür sorgen, dass einander nur Personen vermittelt werden, die lediglich punktuell komplementäre Bedürfnisse aufweisen. Eine Fahrerin, die beispielsweise jede Woche von Regensburg nach Berlin fährt, erhält dann nur Mitfahrende, die nicht regelmäßig diese Strecke fahren. Dieses Vorgehen verlangt, dass der Mitfahrdienst die sich auf der Ergebnisliste befindenden potentiellen Fahrenden/Mitfahrenden gemäß der Wahrscheinlichkeit, nach der sie strukturelle Komplementarität mit Suchenden aufweisen, von der Ergebnisliste streichen sollte. Des Weiteren sollte der Mitfahrdienst die Kommunikation zwischen den Netzwerksmitgliedern systematisch überwachen (zum Beispiel über gezielte Moderation oder Überwachungsalgorithmen).

Schließlich sollte ein Mitfahrdienst den Anreiz zur Schattennetzwerkbildung senken. Hierzu kann zunächst eine Anpassung des Erlösmodells in Erwägung gezogen werden. Zur Verfügung stehen beispielsweise transaktionsunabhängige

Erlöswege (wie Mitgliedschaftsgebühren, »Bahn-Card-System« oder Werbeflächenverkauf). Andere Möglichkeiten, den Reiz der prozesskonformen Durchführung des Fahrgemeinschaftsprozesses zu erhöhen, liegen zum Beispiel im Angebot von nutzengenerierenden Zusatzdienstleistungen (Versicherung, CO<sub>2</sub>-Ausgleich), auf die Nutzende lediglich bei prozesskonformen Verhalten zugreifen können, oder in der Einführung von Treuesystemen. Auch mag es hilfreich sein, den Rückerstattungsbeitrag bei Fahrgemeinschaftsabbruch abzusenken oder die Komplexität des Abbruch- und Rückerstattungsprozesses bewusst zu erhöhen.

## Ausblick

Über die Zielrichtung einer Steuerung, wie sie hier im Rahmen einer betriebswirtschaftlich orientierten Denkart gesetzt wurde, mag man streiten. Dass die genannten Vorschläge auch in das gerügte *Social Engineering*, das heißt das bewusste Manipulieren menschlicher Beziehungen durch einen Dritten, hineinragen, ist klar. Eine gewinnorientierte Sichtweise wird eine derartige »Denke« aber immer zwangsläufig hervorbringen. Die Forschung erlaubt somit einen Blick in das Ideeninstrumentarium von Sharing-Anbietern.

Interessant ist die Frage, welche Implikationen die *Sharing Economy* aus gesellschaftlicher Sicht hat. Ist sie ein lobenswertes Streben nach der besseren Nutzung ungenutzter Ressourcen? Das Stichwort Nachhaltigkeit wird hier gerne bemüht. Aus Wettbewerbssicht kann in jedem Falle

gesagt werden, dass *Sharing Economy* den »alten Industrien« ein neues Spiel aufzwingt und sie zur Innovation treibt – eine gute Nachricht für Konsumentinnen und Konsumenten.

Die *Sharing Economy* konditioniert nolens volens ihre Teilnehmenden auch dazu, sich zu professionalisieren: Wer ein gutes Angebot macht, Vertrauenswürdigkeit ausstrahlt, zügig antwortet, verlässlich ist und positiv kommuniziert, wird auch mehr und lohnenswertere Handelsbeziehungen führen können. *Sharing* kann sich für die Gesellschaft lohnen. Aber dafür benötigt es ein klares Verständnis zwischenmenschlichen Verhaltens und viel Intelligenz bei der Gestaltung.

## Literatur

Mark Ebers, Indre Maurer, Netzwerktheorie. In: Alfred Kieser, Mark Ebers (Hrsg.), Organisations-theorien. Stuttgart: Kohlhammer, 2014, S. 386–406.

Werner Kirsch, Betriebswirtschaftslehre: Eine Annäherung aus der Perspektive der Unternehmensführung. München: Barbara Kirsch, 1997.

Maximilian Lukesch, Sharing Economy in der Logistik: Ein theoriebasiertes Konzept für Mitfahrdienste. Wiesbaden: Springer Gabler, 2019.

John Thibaut, Harold Kelley, The social psychology of groups. New York (NY): John Wiley and Sons, 1959.

James Thompson, Organizations in Action: Social Science Bases of Administrative Theory. New Brunswick (NJ): Transaction Publishers, 2003.

## Onlineressourcen

<https://blog.blablacar.de/about-us>



Foto © Foto art Elisabeth Wiesner

Dr. rer. pol. **Maximilian Lukesch**, MBA, geboren 1988 in Regensburg, studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Regensburg und der Murray State University (USA). 2014 begann er, als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Controlling und Logistik (Prof. Dr. Andreas Otto) an der Universität Regensburg zu arbeiten. Dort war er in den Lehrbereichen Logistik, Produktion und Supply Chain Management tätig. 2019 erwarb er seinen Dokortitel summa cum laude mit der Dissertation *Sharing Economy in der Logistik: Ein theoriebasiertes Konzept für Mitfahrdienste*. Anschließend nahm er eine Tätigkeit als IT-Projektleiter in einem Logistik-Software-Unternehmen auf. Neben seiner Dissertation veröf-

fentlichte Lukesch eine Reihe von Büchern und praxisorientierten Beiträgen.

**Forschungsschwerpunkte:** Management von Sharing-Economy-Netzwerken, Carpooling/Ridesharing Services, theoriebasierte Konzeption von Managementrichtlinien, Management von Logistiknetzwerken.