



Die Leihkosten werden nach der Rückgabe der Werkzeuge automatisch abgebucht.

Prinzip Zugang statt Eigentum

Toolbot Mit einem Werkzeug-Verleihautomaten will ein junges Berliner Startup der Wegwerfgesellschaft den Kampf ansagen und mit einem Sharing-Konzept Profi-Werkzeuge an Heimwerker verleihen. Unternehmen wie Toom oder Bosch beteiligen sich an der Testphase in Berlin.

Die Rechnung ist einfach: Teilen sich hundert Menschen ein Gerät, statt es sich jeweils zu kaufen, werden 99 Prozent der Emissionen aus der Produktion eingespart und noch mehr, weil die Geräte gewartet und repariert werden und deshalb länger leben. Die Investition für die marktreife Entwicklung sammelt das Startup per Crowdfunding über die Plattform „Seedmatch.de“ von seinen begeisterten Nutzern und anderen Menschen ein, die an die Zukunft des Sharing-Konzepts glauben. Hintergrund: Das Prinzip „Zugang statt Eigentum“ pflügt seit einiger Zeit viele Märkte um. Statt viel Geld in regalfüllende Platten-, Video- und Lexikonsammlungen zu investieren, ziehen es immer mehr Menschen vor, gegen monatliche Gebühren einen Zugang zu Spotify, Netflix und Co. zu erhalten. Auch wenn

das heißt, dass sie nichts davon ihr Eigentum nennen können. Immer mehr Menschen, vor allem in Großstädten, ziehen Carsharing einem eigenen Auto vor, für das man neben dem Kaufpreis noch Reparaturen, Parkgebühren und Versicherung zahlt. Ebenso könnte es bald all den Dingen ergehen, die teuer sind und selten benutzt werden, aber hin und wieder eben notwendig sind. Statt sich mit eigenen Werkzeugen, den kostbaren Stauraum der Wohnungen zu verstopfen, nutzen seit Dezember 2019 nun schon viele Berliner das Sharing-Angebot. Über die Webseite „toolbot.de“ können sich die Nutzer mit Telefonnummer, E-Mail und einem Zahlungsmittel anmelden und ohne Kautions hinterlegen und ohne vorher definierte Leihzeit Profi-Werkzeug ausleihen – für 1,50 Euro pro Stunde oder 15 Euro am Tag. Zur Abholung

nutzt man sein eigenes Smartphone und für die Rückgabe reicht es, den Koffer zurück in ein Fach zu schieben. Die Leihkosten werden nach der Rückgabe automatisch abgebucht. Die pauschalen zeitbasierten Kosten werden, laut dem Gründer **Jan Gerlach** irgendwann von komplexeren Preismodellen abgelöst. So ließen sich die Preise nicht nur anhand der verliehenen Sachwerte, sondern auch auf Basis von Saison, Wochentagen, Tageszeiten und sogar der Nachfrage bestimmen. Auch Abomodelle seien laut Gerlach vorstellbar, mit denen zum Beispiel kleine Unternehmen ihre vorhandene Werkzeugflotte flexibel erweitern können.

Mit Verleihstationen an zentralen Orten in Innenstädten sei es möglich, Touchpoints zu schaffen, womit auch Baumärkte näher an ihre Kunden rücken und sie mit Maschinen ausstatten, mit denen sich Baumaterialien leichter verarbeiten lassen. Mit dem System, so die Idee, ließen sich darüber hinaus auch Barrieren für Menschen abbauen, die bisher kaum Werkzeug nutzten. Im Moment wird das Sharing-Konzept noch unter dem Namen „Toolbot Beta“, einer vereinfachten Version des Konzeptes, in Berliner Spätshops betrieben. Automatisierungsfunktionen und Features fehlen in dieser Ausführung noch, die das Konzept von Paketübergabestationen unterscheidet. Sie sollen zum Beispiel Personalkosten sparen, die Verfügbarkeit der Werkzeuge erhöhen oder den Wünschen der Kunden entgegenkommen. Sie wurden bereits prototypisch entwickelt, doch die marktreife Entwicklung und Serienproduktion soll nun mithilfe von Crowdfunding finanziert werden. Dabei erwerben die zumeist privaten Kleinanleger Anteile am Unternehmen und werden am Erfolg beteiligt, wenn es nach ein paar Jahren zurückgezahlt wird. Wenn es nach toolbot geht, wird das ein Vielfaches des Einsatzes sein, da das Startup expandieren und bald tausende Stationen aufstellen will – irgendwann auch mit anderen Warengruppen wie Reinigungs- und Sportgeräte, Spielzeug und Medienprodukte. Toolbot will nur einen Teil der Stationen selbst betreiben. Stationen sollen künftig als White-Label-Leasing Werkzeugverleihen und Baumärkten angeboten werden, die damit effizienter Kleinwerkzeuge verleihen, Herstellern, die damit neue Produkte vorstellen können, und Standortbesitzern, die damit einen hohen Flächenertrag erwarten können. ■