Intelligent Energy Europe

momo

more options for energy efficient
mobility through Car-Sharing

Aktueller Stand des Car-Sharing in Europa

Endbericht D 2.4 Arbeitspaket 2

Juni 2010

Bundesverband CarSharing e. V.
Willi Loose

bcs. Bundesverband CarSharing

momo Car-Sharing
More options for energy efficient mobility through Car-Sharing

Grant agreement No.: IEE/07/696/SI2.499387

Inhaltsverzeichnis

0.	**Zusammenfassung**	**1**
1.	**Einleitung und Übersicht**	**7**
1.1	Das Projekt *momo Car-Sharing*	7
1.2	Inhalt des Berichts	9
2.	**Stand des Car-Sharing in Europa**	**11**
2.1	Überblick	11
2.2	Stand des Car-Sharing in europäischen Ländern	13
2.2.1	Belgien	13
2.2.2	Dänemark	14
2.2.3	Deutschland	14
2.2.4	Finnland	15
2.2.5	Frankreich	16
2.2.6	Großbritannien	16
2.2.7	Irland	17
2.2.8	Italien	18
2.2.9	Niederlande	19
2.2.10	Österreich	19
2.2.11	Portugal	19
2.2.12	Schweden	20
2.2.13	Schweiz	20
2.2.14	Spanien	21
2.3	Vergleichende Einschätzung des Car-Sharing-Wachstums	21
3.	**Befragung der europäischen Car-Sharing-Anbieter**	**24**
3.1	Methodik der Befragung	24
3.2	Rücklauf der Fragebögen	25
3.3	Ausgewählte Befragungsergebnisse	27
3.3.1	Erhebungsergebnisse zur Car-Sharing-Nutzung	27
3.3.2	Erhebungsergebnisse zu Kooperationen der Car-Sharing-Anbieter	39
3.3.3	Erhebungsergebnisse zur politischen Unterstützung	50

4.	**Die Motive der Car-Sharing-Kunden**	**54**
4.1	Die bestehenden Privatkunden	54
4.1.1	Soziodemografische Merkmale der Car-Sharing-Teilnehmer	54
4.1.2	Milieuzugehörigkeit der heutigen Car-Sharing-Teilnehmer	58
4.1.3	Gründe für den Car-Sharing-Beitritt	59
4.1.4	Zufriedenheit mit Car-Sharing-Anbieter und -angebot	61
4.2	Die bestehenden Geschäftskunden	63
4.3	Ausgewählte Potenzialabschätzungen zukünftiger Car-Sharing-Nutzung	68
5.	**Umweltwirkungen des Car-Sharing**	**73**
5.1	Fahrzeugbedingte Umweltwirkungen	73
5.1.1	Car-Sharing-Fahrzeuge sind dem jeweiligen Fahrtzweck angepasst	73
5.1.2	Car-Sharing-Fahrzeuge verbrauchen weniger Kraftstoff und emittieren weniger Schadstoffe	74
5.1.3	Besondere Antriebsarten im Fuhrpark	77
5.2	Verhaltensbedingte Umweltwirkungen	78
5.2.1	Jedes Car-Sharing-Fahrzeug ersetzt mindestens vier bis acht Privatwagen	78
5.2.2	Kostentransparenz vermindert Fahrleistungen	84
5.2.3	Car-Sharing verändert Verkehrsverhalten	86
5.2.4	Car-Sharing-Angebot Ursache des umweltfreundlichen Verkehrsverhaltens oder nur stützendes Mobilitätsangebot?	90
5.2.5	Car-Sharing vermindert CO_2-Belastung im Verkehr	90
5.2.6	Freiwillige Maßnahme: CO_2-Kompensation durch Anbieter oder Nutzer	91
5.3	Fazit: Car-Sharing kommt dem Wohle der Allgemeinheit zugute	92
6.	**Erfolgsfaktoren des überdurchschnittlichen Car-Sharing-Wachstums**	**94**
6.1	Einfluss von Kooperationen mit ÖPNV-Unternehmen	94
6.1.1	Mögliche Angebotsbestandteile der Kooperation	94
6.1.2	Car-Sharing wird von Tochtergesellschaften der Verkehrsunternehmen organisiert	96
6.1.3	Beispiel Zusammenarbeit STIB/MIVB und cambio Brüssel	97
6.1.4	Mobilpakete als höchste Stufe gemeinsamer Angebote integrierter, stadtverträglicher Verkehrsträger	98
6.2	Car-Sharing für Geschäftskunden	100

6.3	Zusammenarbeit mit Kommunen und Regionen	103
6.3.1	Car-Sharing-Förderstrategie des Großraums London	104
6.3.2	Aktionsplan „Car-Sharing für Bremen“	107
6.3.3	Kommunale Unterstützung in italienischen Städten	108
6.4	Förderprogramme auf höheren politischen Ebenen	108
6.4.1	Beispiel Italien	109
6.4.2	Schweizer Klimarappen kommt auch dem Car-Sharing zugute	110
6.4.3	Staatlich unterstützte Awareness-Kampagnen	110
6.5	Car-Sharing als kosteneffiziente Dienstleistung	111
6.6	Moderne Systemtechnik	114
7.	**Hemmende Faktoren der Car-Sharing-Entwicklung**	**115**
7.1	Politisch bedingte Hemmnisse	115
7.1.1	Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Straßenraum	115
7.1.2	Widersprüchliche politische Signale durch kurzfristigen politischen Aktionismus	116
7.1.3	Verdeckte Subventionen des Autoverkehrs	117
7.1.4	Technikgläubigkeit stärker als Bewusstseinsbildung über Mobilitätsmanagement	118
7.1.5	Integration des Car-Sharing in das System des Umweltverbundes	118
7.2	Wirtschaftliche Hemmnisse	119
7.3	Persönlich bedingte Hemmnisse	119
7.3.1	Geringer oder unzureichender Kenntnisstand über Car-Sharing	119
7.3.2	Emotionale Verbundenheit mit dem eigenen Auto	120
7.3.3	Geringe nationale Wertschätzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes	121
7.3.4	Unzureichende oder unzutreffende Kenntnis über die Kosten des Privatwagens	121
7.3.5	Hoher Fixkostenblock verhindert multimodale Nutzungsbereitschaft	122
8.	**Literatur**	**123**
Anhang A	**Erhebung zum Car-Sharing in Europa Fragebogen an europäische Car-Sharing-Anbieter**	

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1.1:	Organisationsstruktur momo-Projekt	8
Abb. 2.1:	Organisationsstruktur des Car-Sharing-Anbieters in Belgien, seit Dezember 2009	14
Abb. 2.2:	Car-Sharing-Teilnehmer in den europäischen Ländern im Verhältnis zu den Einwohnerzahlen	22
Abb. 2.3:	Die Trendlinie der Car-Sharing-Teilnahme kennzeichnet über- und unterdurchschnittliche Car-Sharing-Rekrutierung	23
Abb. 3.1:	Jahr des Angebotsbeginns der antwortenden Car-Sharing-Anbieter	28
Abb. 3.2:	Anzahl antwortender Car-Sharing-Anbieter nach Größenordnung der Nutzerzahlen	29
Abb. 3.3:	Spezifischer CO_2-Ausstoß der Car-Sharing-Flotten	33
Abb. 3.4:	Spezifischer CO_2-Ausstoß der leichten Nutzfahrzeuge in den Car-Sharing-Flotten	33
Abb. 3.5:	Räumliche Verteilung der Car-Sharing-Nutzer im Stadtgebiet	35
Abb. 3.6:	Bewertung der Kooperationen mit örtlichen Verkehrsunternehmen	40
Abb. 3.7:	Bewertung der Kooperationen mit regionalen Verkehrsunternehmen	41
Abb. 3.8:	Bewertung der Kooperationen mit ÖPNV-Aufgabenträgern und Verkehrsverbünden	43
Abb. 3.9:	Bewertung der Kooperationen mit Fahrradanbietern oder Fahrradverleih-Unternehmen	44
Abb. 3.10:	Bewertung der Kooperationen mit örtlichen Taxidiensten	45
Abb. 3.11:	Bewertung der Kooperationen mit Autovermietungsunternehmen	46
Abb. 3.12:	Bewertung der Kooperationen mit Autohäusern	47
Abb. 3.13:	Bewertung der Kooperationen mit Autowerkstätten	48
Abb. 3.14:	Bewertung der Kooperationen mit Parkhausgesellschaften	49
Abb. 3.15:	Bewertung der Kooperationen mit Wohnungsgesellschaften	50
Abb. 3.16:	Beurteilung der nationalen politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Car-Sharing-Angebot	51
Abb. 3.17:	Beurteilung der Unterstützung durch kommunale Stadtpolitik bzw. durch städtische Verwaltung	53
Abb. 5.1:	Plan des Neubauviertels Freiburg-Vauban mit zwei zentralen Park-garagen und einer Freifläche (links), auf der die registrierten autofreien Halthalte eine Parkgarage bauen müssen, wenn sie Autos anschaffen	83
Abb. 5.2:	Verkehrsleistungen von 520 befragten Car-Sharing-Haushalten in der Schweiz mit und ohne Car-Sharing-Angebot	88
Abb. 5.3:	Jährlicher Energieverbrauch von 520 befragten Car-Sharing-Haushalten in der Schweiz mit und ohne Car-Sharing-Angebot	88

Abb. 6.1: Erfolgskurve der Car-Sharing-Entwicklung in Großbritannien (London) in den letzten drei Jahren 106

Abb. 6.2: Kostenvergleich Jahreskosten Firmenwagen versus Car-Sharing-Nutzung 113

Tabellenverzeichnis

Tab. 2.1:	Car-Sharing-Kunden und -Fahrzeuge in Europa	12
Tab. 3.1:	Rücklauf ausgefüllter Fragebögen	25
Tab. 3.2:	Repräsentativität der zurückgeschickten Fragebögen am Beispiel des Kriteriums Car-Sharing-Fahrzeuge	26
Tab. 3.3:	Nutzungsberechtigte pro abgeschlossenem Vertrag bei Privatkunden	29
Tab. 3.4:	Nutzungsberechtigte pro abgeschlossenem Vertrag bei gewerblichen Kunden	30
Tab. 3.5:	Anteil Verträge und Nutzungsberechtigte, Privat- und gewerbliche Kunden	30
Tab. 3.6:	Durchschnittliche Anzahl von Car-Sharing-Fahrzeugen an Stationen	31
Tab. 3.7:	Car-Sharing-Fahrzeuge mit besonderer umweltfreundlicher Antriebstechnologie	32
Tab. 3.8:	Abgeschaffte oder nicht angeschaffte Privatwagen von Car-Sharing-Kunden	36
Tab. 3.9:	Durchschnittliche Jahresfahrleistung der Car-Sharing-Fahrzeuge in 2008	36
Tab. 3.10:	Zeitliche Auslastung der Car-Sharing-Fahrzeuge in 2008	37
Tab. 3.11:	Anzahl von Buchungen durch Privatkunden in 2008	37
Tab. 3.12:	Jahresfahrleistung je Privat- und je gewerblichem Kunde in 2008	38
Tab. 3.13:	Durchschnittliche Ausleihdauer in 2008	38
Tab. 3.14:	Kooperationen mit örtlichen Verkehrsunternehmen	39
Tab. 3.15:	Kooperationen mit regionalen Verkehrsunternehmen	40
Tab. 3.16:	Kooperationen mit Aufgabenträgern ÖPNV oder Verkehrsverbünden	42
Tab. 3.17:	Kooperationen mit Fahrradanbietern oder Fahrradverleih-Unternehmen	43
Tab. 3.18:	Kooperationen mit örtlichen Taxidiensten	44
Tab. 3.19:	Kooperation mit Autovermietungsunternehmen	45
Tab. 3.20:	Kooperation mit Autohäusern	46
Tab. 3.21:	Kooperationen mit Autowerkstätten	47
Tab. 3.22:	Kooperationen mit Parkhausgesellschaften	48
Tab. 3.23:	Kooperationen mit Wohnungsgesellschaften	49
Tab. 4.1:	Anteil Männer und Frauen unter den bestehenden Privatkunden verschiedener Anbieter	54
Tab. 4.2:	Anteile unterschiedlicher formaler Bildungsabschlüsse unter Car-Sharing-Kunden	55
Tab. 4.3:	Anteil von Nutzern bzw. Nutzerhaushalten ohne eigenes Auto	56

Tab. 4.4: Anteil von Nutzern mit Zeitkarten (Jahres- oder Monatskarten) des öffentlichen Verkehrs 57

Tab. 4.5: Milieuzugehörigkeit von deutschen Car-Sharing-Kunden in der 2004 durchgeführten Studie des Wuppertal-Instituts 59

Tab. 4.6: Wichtigste benannte Gründe für den Car-Sharing-Beitritt der Privatkunden 60

Tab. 4.7: Wichtigste Medien und Informationskanäle, über die Kunden auf das Car-Sharing-Angebot aufmerksam wurden 61

Tab. 4.8: Zufriedenheitsbewertung der Kunden 62

Tab. 4.9: Aufteilung der befragten Geschäftskunden von Mobility, Schweiz nach Sektoren und Nutzungsberechtigungen 64

Tab. 4.10: Vergleich von Potenzialabschätzungen zur möglichen zukünftigen Car-Sharing-Entwicklung in verschiedenen europäischen Ländern 69/70

Tab. 4.11: Annahmen und Ergebnisse der Car-Sharing-Szenarien von Frost & Sullivan für Europa 71/72

Tab. 5.1: Vergleich der spezifischen CO_2-Emissionen unterschiedlicher Car-Sharing-Flotten mit nationalen Privat-Pkw-Flotten 75/76

Tab. 5.2: Anteil autofreier Haushalte von Nutzern vor und nach Car-Sharing-Beitritt 79

Tab. 5.3: Anteil von Neukunden ohne Motorfahrzeug in Abhängigkeit vom Beitrittsjahr zu Mobility 79

Tab. 5.4: Befragungsergebnisse zum Autobesitz in Haushalten von Car-Sharing-Kunden 81/82

Tab. 5.5: Car-Sharing-Kunden und Fahrzeuge in Europa, Teil 2 84

0 Zusammenfassung

Vergleichende Car-Sharing-Entwicklung in Europa

Der vorliegende Bericht ist eine Zusammenstellung der Car-Sharing-Entwicklung in Europa zu Beginn des EU-Projektes *momo Car-Sharing*. Zu dieser Zeit waren in Europa in 14 Ländern Car-Sharing-Angebote auf dem Markt, die mehr oder weniger in der Fläche verbreitet waren. Anfang 2009 wurden ca. 380.000 Car-Sharing-Teilnehmer in Europa gezählt, denen ca. 11.900 Car-Sharing-Fahrzeuge zur Verfügung standen.

Zu Beginn des Berichts wird in knappen Exposees der Stand des Car-Sharing in den 14 Ländern berichtet und eine Übersicht über die jeweilige Entwicklung, Anbieterstruktur und räumliche Verteilung der Angebote gegeben. Die Übersicht schließt mit einer vergleichenden Bewertung des erreichten Standes in den europäischen Car-Sharing-Ländern. Dabei zeigt sich, dass bisher lediglich in der Schweiz eine Teilnehmerquote von mehr als einem Prozent der Bevölkerung im Car-Sharing erzielt wurde. Alle anderen entwickelten Car-Sharing-Länder in Europa bleiben mit der Teilnehmerquote unter der 0,2 Prozent-Marke, wobei zu diesem Zeitpunkt Deutschland, die Niederlande und Schweden – neben der um den Faktor 7 erfolgreicheren Schweiz – den höchsten Bevölkerungsanteil als Car-Sharing-Kunden gewinnen konnten. Wenn zusätzlich zu dieser Betrachtung noch eine Trendlinie eingezogen wird, welche die Car-Sharing-Entwicklung im Laufe der Jahre seit dem ersten Angebot im Land betrachtet, fällt auf, dass Deutschland sich Anfang 2009 unterhalb dieser Trendlinie bewegt. Es besteht also die Gefahr, dass Deutschland hinter der kontinuierlich ansteigenden europäischen Wachstumsentwicklung im Car-Sharing zurückbleibt, sofern keine Trendumkehr stattfindet.

Befragung der europäischen Car-Sharing-Anbieter

Zu Beginn des Projektes *momo Car-Sharing* wurde eine Befragung aller bekannten Car-Sharing-Anbieter in Europa durchgeführt. 108 von 205 angeschriebenen Car-Sharing-Anbietern haben einen Fragebogen ausgefüllt und nahmen an der Auswertung teil.

In dieser Zusammenfassung können nur einzelne ausgewählte Ergebnisse der Auswertung vorgestellt werden. Der Stand der Auswertung repräsentiert die Verhältnisse zu Beginn des Jahres 2009.

Auf jeden abgeschlossenen Rahmenvertrag kommen bei den Privatkunden 1,1 Nutzungsberechtigte, im gewerblichen Kundenbereich sind es durchschnittlich 3,3 Nutzungsberechtigte. Bezogen auf die Nutzungsberechtigten wurden bei den Befragten 84 Prozent Privatkunden und 16 Prozent gewerbliche Kunden registriert. Die Car-Sharing-Flotten der Antwortenden bestehen lediglich zu 4 Prozent aus Fahrzeugen, die über besondere umweltfreundliche Antriebe verfügen. Der durchschnittliche spezifische CO2-Ausstoß der betrachteten Flotten beträgt bei den größeren Anbietern knapp 142 g CO2/km, wenn der Schweizer Anbieter Mobility außen vor bleibt, reduziert sich dieser Wert auf knapp 130 g CO2/km, während die Flotten der kleineren Anbieter sogar noch darunter bleiben.

Ein Drittel der Privatkunden wohnt im Zentrum ihrer Städte, eine weitere Hälfte in den die City umlagernden, dicht bebauten Stadtteilen. 12 % der Privatkunden finden sich in den weiter entfernten Stadtteilen, in denen häufig auch größere Anteile des sozialen Wohnungsbaus zu finden sind. Lediglich 5 % der Privatkunden kommen aus den peripheren Stadtteilen, die häufig einen größeren Anteil begrünter Wohngrundstücke mit freistehenden Einfamilienhäusern aufweisen. Im Prinzip findet sich ein ähnliches räumliches Verteilungsmuster auch bei den gewerblichen Car-Sharing-Nutzern.

Einige Anbieter verfügen über Informationen darüber, ob ihre Kunden mit Beginn des Vertragsverhältnisses einen Privatwagen abgeschafft oder eine geplante Neuanschaffung aufgeschoben haben. Danach kommen bei diesen Anbietern auf ein Car-Sharing-Fahrzeug sieben abgeschaffte oder nicht angeschaffte Privatwagen ihrer Kunden.

Jedes Car-Sharing-Fahrzeug wird durchschnittlich im Jahr etwas mehr als 23.000 Kilometer gefahren und ist zu einem Viertel der verfügbaren Tagesstunden ausgelastet. Jeder Privatkunde bucht etwa 15 Mal im Jahr ein Car-Sharing-Fahrzeug und legt dabei durchschnittlich mehr als 700 Kilometer zurück. Der durchschnittliche gewerbliche Kunde hat im Jahr 2008 etwa 2,5 Mal so viele Kilometer im Car-Sharing-Fahrzeug zurückgelegt.

Ein Drittel der Car-Sharing-Anbieter hat eine Kooperation mit dem örtlichen Verkehrsunternehmen vereinbart, wobei die größeren Anbieter zu zwei Dritteln über solche Formen der Zusammenarbeit mit den ÖPNV-Betreibern verfügen. Die häufigsten Formen der Zusammenarbeit sind vergünstigte Tarifangebote und Einstiegskonditionen für ÖPNV-Stammkunden, gemeinsame Werbeaktivitäten und Öffentlichkeitsarbeit zugunsten Car-Sharing, ein gemeinsames Marketing sowie gemeinsame Vertriebswege zur Aufnahme von neuen Car-Sharing-Kunden. Die Kooperationen werden von den Car-Sharing-Anbietern als „wichtig“ eingeschätzt. Hingegen wurde der Zustand der Kooperationen jedoch nur als mittel bzw. „befriedigend“ bewertet. Hier besteht also anscheinend ein gewisser Verbesserungsbedarf.

Die Zusammenarbeit mit regionalen Verkehrsunternehmen oder ÖPNV-Aufgabenträgern ist hingegen weniger verbreitet und wird, wo eine solche Kooperation besteht, auch etwas schlechter bewertet. Kooperationen mit Anbietern von Fahrraddiensten oder mit Taxiunternehmen sind nicht verbreitet, während fast ein Drittel der Car-Sharing-Anbietern mit einem Unternehmen der Autovermietungsbranche zusammenarbeitet. Bei den größeren Anbietern ist dies sogar fast jeder zweite.

Die Antworten auf die Frage nach den politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen, die ein erfolgreiches Car-Sharing-Angebot auf nationaler Ebene unterstützen, können nicht befriedigen. Im Durchschnitt aller antwortenden Car-Sharing-Anbieter werden die Rahmenbedingungen lediglich als „ausreichend“ bewertet. Eine bessere Bewertung wird von den Car-Sharing-Anbietern in Belgien, Finnland und Italien gegeben. Die Unterstützung durch die kommunale Politik bzw. durch die städtischen Verwaltungen wird als durchschnittlich oder „befriedigend“ angesehen.

Die Car-Sharing-Kunden

Große Übereinstimmungen haben sich in den Ergebnissen von Kundenbefragungen ergeben. Die Mehrzahl der Privatkunden ist männlich, hier hebt sich lediglich die Schweizer Mobility mit einem fast ausgeglichenen Geschlechterverhältnis ab. Die Privatkunden sind in der Regel zwischen 26 und 49 Jahre alt und verfügen in der Mehrzahl über eine überdurchschnittliche formale Bildung.

Car-Sharing-Teilnehmer zeichnen sich dadurch aus, dass sie deutlich weniger Autos im Haushalt besitzen als der Durchschnitt der Bevölkerung. Übereinstimmendes Ergebnis aller entsprechenden Untersuchungen ist auch, dass Car-Sharing-Kunden zu einem höheren Anteil über Zeitkarten des öffentlichen Verkehrs verfügen als der Durchschnitt der jeweiligen Bevölkerung.

Untersuchungen, die neben soziodemografischen Merkmalen auch die Milieuzugehörigkeit untersuchen, zeigen, dass trotz der Kosteneffizienz der Dienstleistung bestimmte Unterschichtmilieus (bisher noch) nicht erreicht wurden. Es wird vermutet, dass in diesen Milieus der Besitz eines eigenen Fahrzeugs als symbolisches Merkmal der Zugehörigkeit zur

Gesellschaft eine weitaus höhere Bedeutung besitzt, als die mögliche Kosteneinsparung durch die Car-Sharing-Teilnahme.

Aus allen bekannten Befragungen von Privatkunden geht eine außergewöhnlich hohe Zufriedenheit sowohl mit dem Anbieter als auch mit dem Angebot hervor. Dies ist insofern bemerkenswert, als Interessenten des Car-Sharing-Angebotes, die noch nicht über eigene Erfahrungen verfügen, regelmäßig eine gewisse Portion Skepsis erkennen lassen.

Die bestehenden Untersuchungen zu gewerblichen Car-Sharing-Kunden erreichen nicht die Qualität der Untersuchungen zu Privatkunden und sind demzufolge eher als Blitzlichter der Kundenstruktur einzelner untersuchter Anbieter anzusehen. Übereinstimmende länderübergreifende Merkmale sind aus den bestehenden Untersuchungen nicht abzuleiten.

Die bestehenden Potenzialabschätzungen weisen aus, dass in allen entwickelten Car-Sharing-Ländern Europas noch erhebliche weitere Kundenpotenziale bestehen, die bei weitem noch nicht als Kunden gewonnen werden konnten.

Umweltentlastung durch Car-Sharing

Auch wenn die Umweltwirkung des Car-Sharing in der Kundenwerbung nicht mehr die Bedeutung spielt wie in der Pionierzeit, wird deren Wirkung doch stillschweigend vorausgesetzt. Für die politische Förderung sind die vom Car-Sharing ausgehenden Verkehrs- und Umweltentlastungen jedoch sehr bedeutsam. Sie sind durch zahlreiche unabhängige Studien in unterschiedlichen Ländern nachgewiesen.

Car-Sharing-Fahrzeuge werden je nach Bedarf ausgewählt. Da zahlreiche Car-Sharing-Fahrten ohne großes Gepäck und ohne viele Mitfahrer durchgeführt werden, sind Kleinwagen die vorherrschende Fahrzeuggröße in den Car-Sharing-Flotten. Entsprechend niedrig sind der Kraftstoffbedarf und die CO_2-Emissionen der Fahrzeuge. Im Vergleich mit den nationalen Privatwagenflotten verzeichnen die Car-Sharing-Flotten um 15 bis 20 Prozent niedrigere spezifische CO_2-Emissionen, in Einzelfällen auch bis zu 25 Prozent niedrigere.

Eine noch weitergehende Umweltentlastung resultiert jedoch daraus, dass die Car-Sharing-Teilnahme das Verkehrsverhalten in positiver Weise beeinflusst oder eine bereits vorhandene umweltfreundliche Mobilitätseinstellung stabilisiert. So zeigt der Vergleich von Haushalten vor und während der Car-Sharing-Teilnahme, dass der Anteil autofreier Haushalte mit der Car-Sharing-Teilnahme ansteigt und die Anzahl weiterhin im Haushalt gehaltener Privatwagen sinkt. Eigene Pkw werden mit der Car-Sharing-Teilnahme zu einem bedeutenden Teil überflüssig und geplante Anschaffungen von Haushalts-Pkw werden nicht realisiert, ohne dass damit eine Einbuße an Mobilitätschancen verbunden ist. Pro Car-Sharing-Fahrzeug werden im Durchschnitt vier bis acht Privat-Pkw ersetzt, was sich im Verkehrsgeschehen in verringertem Parkdruck in denjenigen Stadtvierteln auswirkt, in denen viele Car-Sharing-Kunden mit einem guten Angebot versorgt werden. Zumindest theoretisch ist ein bedeutender Flächengewinn durch Car-Sharing zu berechnen, der allen Verkehrsteilnehmern zugute kommt.

Zusätzlich wird in einem erheblich höheren Maße als vorher der ÖPNV genutzt, auch wird von Car-Sharing-Kunden stärker auf das Fahrrad, das Taxi oder den geliehenen Mietwagen zurückgegriffen als es vorher der Fall gewesen ist.

In der Schweiz wurde in einer Evaluationsstudie bilanziert, wie sich dieses Verkehrsverhalten in Bezug auf die CO_2-Verkehrsbelastung auswirkt. In der Emissionsrechnung kommt die Studie zum Ergebnis, dass jeder aktive Schweizer Car-Sharing-Nutzer jährlich 290 kg CO_2

weniger emittiert, weil er am Car-Sharing teilnimmt, als in einem Verkehrssystem ohne Car-Sharing.

Die Gesamtschau der Studienergebnisse verdeutlicht eindrucksvoll, dass Car-Sharing einen nennenswerten Beitrag zur Verkehrs- und Umweltentlastung leistet. Im integrativen Zusammenwirken mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad und Zufußgehen) stellt Car-Sharing einen stadt- und umweltverträglichen Autobaustein dar, der von seinen Nutzern sehr gezielt und sparsam eingesetzt wird.

Erfolgsfaktoren und Hemmnisse des Car-Sharing-Wachstums

Im vorletzten Kapitel des Berichts werden Erfolgsfaktoren eines außergewöhnlichen Car-Sharing-Wachstums erläutert und an einzelnen Beispielen ausführlicher beschrieben. Im Kontrast dazu werden im abschließenden Kapitel das Wachstum hemmende Faktoren abgeleitet.

Aus vielen Kundenbefragungen ist bekannt, dass ÖPNV-Kunden leichter als eingefleischte Autonutzer als neue Car-Sharing-Teilnehmer geworben werden können. Folgerichtig bietet es sich an, dass Car-Sharing-Anbieter in Kooperationen mit den örtlichen oder regionalen Verkehrsunternehmen zusammen arbeiten und gemeinsame Angebote zur Kundenansprache entwickeln.

Wissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, dass letztlich beide Partner davon profitieren. Verkehrsunternehmen haben mit gemeinsamen Kooperationsangeboten ein Mittel der Kundenbindung, das Stammkunden von der Abwanderung abhält. Mit Kooperationsprodukten, die an Monats- oder Jahreskarten des ÖPNV gebunden sind, werden Gelegenheitskunden animiert, auf höherwertige Tarifangebote zu wechseln. Außerdem profitieren Verkehrsbetriebe vom frischen, innovativen Image der Car-Sharing-Anbieter. Umgekehrt profitieren die Car-Sharing-Anbieter von der größeren Kundendatei der Verkehrsunternehmen und deren vielfältigeren Werbemöglichkeiten, mit deren Hilfe in einer Kooperation auf das Car-Sharing-Angebot hingewiesen werden kann. Eine aktive Kooperation, die auf gegenseitiges Vertrauen und Gleichberechtigung aufbaut, ist für beide Partner von Vorteil und mündet in einer echten Win-Win-Situation.

Als besonders weitreichende Beispiele einer erfolgreichen Kooperation zwischen Verkehrsbetrieben und Car-Sharing-Betreibern werden die Zusammenarbeit zwischen der STIB/MIVB und dem örtlichen Car-Sharing-Anbieter in Brüssel und das Mobilpaket HANNOVERmobil ausgeführt. Bei HANNOVERmobil werden eine Reihe von Mobilitätsdiensten auf einer gemeinsamen elektronischen Karte zusammengeführt, deren Inanspruchnahme in einer gemeinsamen Mobilitätsrechnung einmal im Monat abgerechnet wird.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist eine gute Mischung von privaten und gewerblichen Kunden an einem Standort. Dies ermöglicht eine komplementäre Fahrzeugnutzung, die besonders sparsam mit den vorhandenen Fahrzeugressourcen umgeht. Darüber hinaus wird den Privatkunden am Wochenende ein besseres Angebot zur Verfügung stellt, wenn die gewerblichen Kunden die Fahrzeuge nicht benötigen. Eine Broschüre des Bundesverbandes CarSharing in Deutschland hat die unterschiedlichen Nutzungsstrukturen und Motivationen gewerblicher Kunden exemplarisch vorgestellt.

Kommunen und Regionalverwaltungen sind aus zweierlei Gründen als Partner für eine Zusammenarbeit wichtig. Zum einen sind die Kommunalverwaltungen bedeutende Arbeitgeber in ihren Regionen und erzeugen viel Dienstreiseverkehr, der zum Teil mit Car-Sharing-Fahrzeugen bewältigt werden kann. Sie als gewerbliche Kunden zu gewinnen, ist eine wichtige Hilfe bei der Fahrzeugauslastung an Werktagen. Zum anderen ist die politische

Unterstützung durch die Kommunalpolitik wichtig, um Stellplätze für Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Raum und Unterstützung bei lokalen oder regionalen Informations- und Awarenesskampagnen zu erhalten. Beispielhaft werden die politischen Unterstützungsmaßnahmen im Großraum London, in Bremen und in einzelnen italienischen Städten erläutert.

Auch staatliche Förderkampagnen wie in Italien und der Schweiz können der Car-Sharing-Entwicklung zum Durchbruch verhelfen.

Als weitere Erfolgsfaktoren wird die Verbreitung von Informationen zur Kosteneffizienz der Car-Sharing-Nutzung identifiziert und die inzwischen weitgehend entwickelte, kundenfreundliche Car-Sharing-Technik beschrieben, die ihren wichtigen Anteil an der Zuverlässigkeit der Dienstleistung hat.

Als Hemmnis der Car-Sharing-Verbreitung werden fehlende politische Rahmenbedingungen identifiziert. Darunter fallen fehlende rechtliche Möglichkeiten, Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Straßenraum ausweisen zu können. Besonders in Deutschland spielt dieser Faktor in vielen gut entwickelten Car-Sharing-Städten eine besonders nachteilige Rolle, da die Anbieter in bestimmten dicht bebauten, urbanen Stadtteilen keine Flächen mehr auf privaten Gelände finden, um das Car-Sharing-Angebot kundennah weiter entwickeln zu können. Auch müssen widersprüchliche und zuweilen sogar kontraproduktive politische Signale und Förderprogramme sowie die in vielen Ländern praktizierte Subventionierung des privaten Autoverkehrs zu den Hemmnissen eines Car-Sharing-Wachstums gezählt werden.

Als persönlich bedingte Hemmnisse werden der unzureichende Kenntnisstand über die Verbreitung und Funktionsfähigkeit der lokalen Car-Sharing-Angebote und vor allem die emotionale Verbundenheit mit dem eigenen Fahrzeug und dessen Bedeutung als Statussymbol beschrieben. Zu diesen Hemmnisfaktoren kommen noch in manchen Ländern eine geringe Wertschätzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes, die unzureichende oder unzutreffende Kenntnis über die Kosten eines eigenen Fahrzeugs sowie die Kostenstruktur der Verkehrsmittelnutzung, wenn man bereits im Besitz eines eigenen Fahrzeuges ist.

1 Einleitung und Übersicht

1.1 Das Projekt *momo Car-Sharing*

Das Projekt *momo Car-Sharing* setzt sich zur Aufgabe, einen Beitrag zu einer zukunftsfähigen Mobilitätskultur zu leisten. Diese baut auf unterschiedlichen Mobilitätsoptionen auf, die nicht den Besitz eines eigenen Autos voraussetzen. Im europäischen Maßstab weist die Mobilitätsdienstleistung Car-Sharing ein großes, aber weitgehend noch nicht umgesetztes Potenzial auf. Als Form einer dezentralisierten Kurzzeit-Autovermietung ergänzt Car-Sharing die nachhaltigen Verkehrsmittel des Umweltverbundes, Zu-Fuß-Gehen, Fahrradfahren und den öffentlichen Verkehr, und stellt somit eine Alternative zum Besitz eines eigenen Autos dar. Mit Car-Sharing als marktorientierter Dienstleistung kann das Verkehrssystem rationaler und ressourcenschonender organisiert werden.

Das EU-Projekt momo hat das Ziel, die öffentliche Wahrnehmung für Car-Sharing zu vergrößern, die Angebotsqualität des Car-Sharing zu verbessern und die Energieeffizienz der bestehenden Car-Sharing-Anbieter zu steigern. Die momo-Projektgruppe setzt sich aus Stadtverwaltungen, Car-Sharing-Anbietern, Forschungsorganisationen, nationalen Energieagenturen und dem Weltverband der Verkehrsunternehmen UITP zusammen. 13 Organisationen aus acht europäischen Ländern sind direkt in der Projektgruppe beteiligt, das momo-Projekt möchte jedoch darüber hinaus Interesse and Aufmerksamkeit für Car-Sharing in ganz Europa wecken.

Das Projekt ist in folgende Arbeitspakete aufgeteilt:

WP 2: Zustandsbeschreibung
Bestandsaufnahme des Car-Sharing in Europa zum Zeitpunkt des Projektstarts.

WP 3 Interoperabilität und Komodalität
Barrieren im Zusammenspiel mit anderen umweltfreundlichen Verkehrsmitteln werden identifiziert und Strategien zur Überwindung dieser Barrieren beschrieben. Eine Bestandsaufnahme der technischen Systeme, die für ein Zusammenwirken genutzt werden können, wird durchgeführt. Es wird auch untersucht, wie die Effizienz in der Zusammenarbeit mit Kooperationspartner anderer Verkehrsanbieter verbessert werden kann.

WP 4 Neue Angebotsformen im Car-Sharing
Mit neuen Angeboten im Car-Sharing werden weitere Zielgruppen adressiert und zur Teilnahme angeregt.

WP 5 Aufmerksamkeitskampagnen
Die bestehenden Car-Sharing-Angebote sollen durch Veranstaltungen besser bekannt gemacht und mittels Awarenesskampagnen ins Bewusstsein von Nutzern und politischen Unterstützern gebracht werden.

WP 6 Verbesserung der Energieeffizienz der Car-Sharing-Anbieter
Obwohl die bestehenden Car-Sharing-Angebote bereits zu einer nennenswerten Verkehrs- und Umweltentlastung beitragen, kann dieser Beitrag noch verbessert werden. Welche Maßnahmen hierfür zielführend sind, wird in diesem Arbeitspaket untersucht und ausprobiert.

WP 7 Transferleistung zur Verbreitung des Car-Sharing
Mit Hilfe dieses Arbeitspaketes soll Car-Sharing weiter in der Fläche verbreitet werden. Dies kann entweder in europäischen Partnerländern geschehen, in denen die Car-Sharing-Angebote noch auf wenige zentrale Orte beschränkt sind oder das Projekt versucht, die Gründung neuer Car-Sharing-Angebote in Ländern zu unterstützen, wo bisher noch keine Anbieter auftraten.

WP 8 Monitoring und Wirkungsabschätzung der Car-Sharing-Angebote
Die während des momo-Projektes entstehenden neuen Angebote und Verfahrensweisen werden fortwährend beobachtet und auf ihre Entlastungswirkung hin untersucht. Dies geschieht sowohl in qualitativer wie quantitativer Hinsicht.

WP 9/10 Verbreitung der Projektergebnisse und Kommunikation nach außen
Zwischen- und Endergebnisse des Projektes werden verbreitet und kommuniziert. Dies soll sowohl innerhalb des Projektes zwischen allen Partnern als auch außerhalb des Projektes gegenüber dem Förderprogramm IEE (Intelligent Energy Europe) und der allgemeinen Öffentlichkeit geschehen.

Die folgende Grafik erläutert die Projektstruktur und das Zusammenspiel der einzelnen Projektbestandteile.

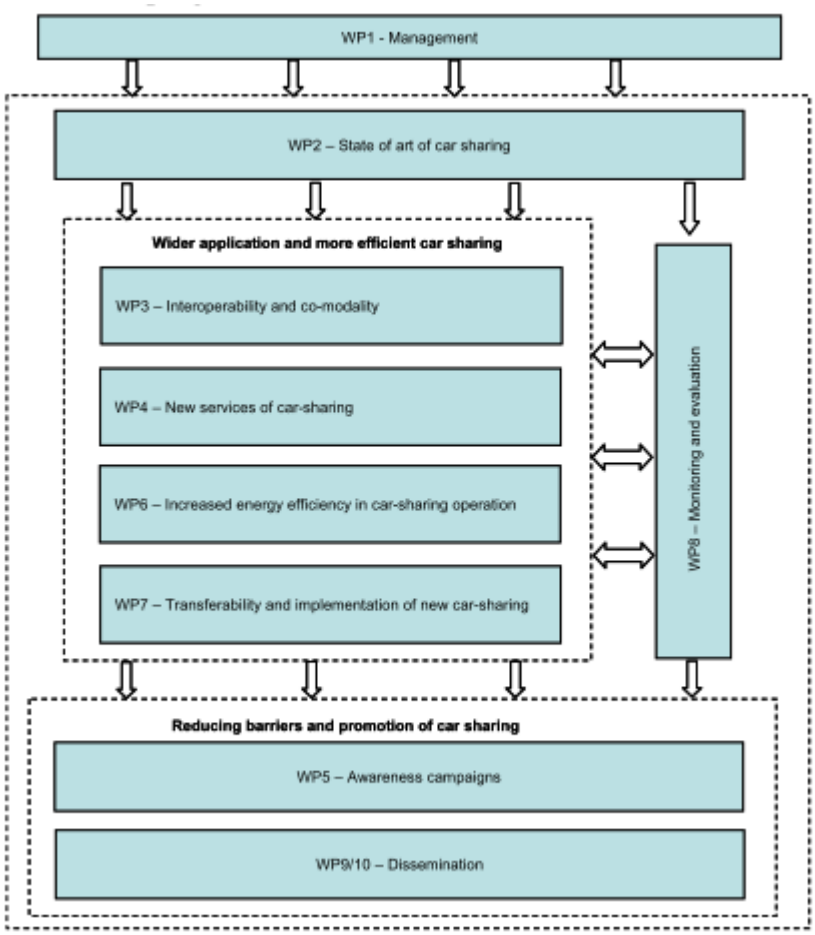


Abb. 1.1: Organisationsstruktur momo-Projekt

Der vorliegende Bericht ist der Abschlussbericht des Arbeitspaketes WP 2.

1.2 Inhalt des Berichts

Zu Beginn des Projektes bestanden in 14 europäischen Ländern mehr oder weniger in der Fläche verbreitete Car-Sharing-Angebote. Anfang 2009 wurden ca. 380.000 Car-Sharing-Teilnehmer in Europa gezählt, denen ca. 11.900 Car-Sharing-Fahrzeuge zur Verfügung standen. In Kapitel 2 wird in knappen Länderberichten der Stand des Car-Sharing in den 14 Ländern berichtet und eine Übersicht über die jeweilige Entwicklung, Anbieterstruktur und räumliche Verteilung der Angebote gegeben. Die Übersicht schließt mit einer vergleichenden Bewertung des erreichten Standes in den europäischen Car-Sharing-Ländern.

Die bekannten europäischen Car-Sharing-Anbieter wurden angeschrieben und um die Beantwortung eines einheitlichen Fragebogens gebeten. Der Fragebogen umfasste die vier Themenbereiche Car-Sharing-Nutzung, Kooperationen, politische Unterstützung und gute Beispiele der Car-Sharing-Praxis. Kapitel 3 gibt die Ergebnisse der Befragung wieder.

Kapitel 4 fasst das Wissen um die Car-Sharing-Teilnehmer zusammen. Hierbei geht es nicht nur um die Privatkunden, die Car-Sharing-Fahrzeuge hauptsächlich für Freizeitzwecke und Erledigungen buchen, sondern auch um Geschäftskunden, die Fahrzeuge bei der Ausübung ihrer dienstlichen Wege nutzen. Auch wenn die bereits vorhandenen Kunden im Mittelpunkt der Betrachtung dieses Kapitels stehen, wird abschließend ein Überblick über verschiedene Potenzialabschätzungen in Deutschland und der Schweiz gegeben. Auch wird eine aktuelle Car-Sharing-Studie der internationalen Unternehmensberatungsfirma Forst & Sullivan vorgestellt, die zeigt, dass Car-Sharing mittlerweile auch in den Blick internationaler Konzerne gerät.

Im Kapitel 5 werden die Umweltwirkungen des Car-Sharing dargestellt, wie sie in bestehenden Studien und Nutzerbefragungen abgeleitet werden. Die verkehrs- und umweltentlastende Wirkung des Car-Sharing ist die Voraussetzung für die von Land zu Land unterschiedlich wahrnehmbare politische Unterstützung dieser neuen, innovativen Dienstleistung. Die Entlastungswirkungen beruhen prinzipiell auf zwei unterschiedlichen Komponenten. Das sind zum einen die Auswirkungen, die von den Fahrzeugen in den Car-Sharing-Flotten ausgehen. Zum anderen bewirken die Komponenten des Car-Sharing-Angebotes auch einen positiven Einfluss auf das Verkehrsverhalten der Teilnehmer. Dies bedeutet, dass von den Car-Sharing-Teilnehmern sowohl die im Auto zurückgelegten Kilometer reduziert werden als auch verstärkt andere, umweltfreundlichere Verkehrsmittel genutzt werden. Auch wenn nicht unbedingt in allen Einzelfällen das Car-Sharing-Angebot ursächlich für das umweltfreundliche Verkehrsverhalten der Nutzer sein mag, wird ein solches Verhalten auf jeden Fall unterstützt und als dauerhaftes Verhalten stabilisiert, ohne dass Mobilitätschancen eingeschränkt werden.

Kapitel 6 beschreibt die Erfolgsfaktoren für ein überdurchschnittliches Car-Sharing-Wachstum und erläutert dies an einzelnen Beispielen. Hier werden die Motive und Wirkungen beschrieben, die hinter erfolgreichen Kooperationen stehen. Auch die Bedeutung der politischen Unterstützung der Car-Sharing-Angebote wird erläutert, damit die im Kapitel 5 beschriebenen Entlastungspotenziale in der Realität des städtischen Verkehrsgeschehens auch wirksam werden. Es wird abgeleitet, dass Car-Sharing im Vergleich zum Privatwagen unter bestimmten Rahmenbedingungen eine kosteneffiziente Mobilitätsdienstleitung ist.

Abschließend beschreibt Kapitel 7 diejenigen Faktoren, die hemmend auf die Car-Sharing-Teilnahme und das Kundenwachstum wirken. Hier ist in erster Linie die symbolische Bedeutung eines eigenen Autos anzuführen, dessen Besitz von den meisten Haltern mit gesellschaftlicher Wertschätzung und Teilnahme am gesellschaftlichen Leben gleichgesetzt wird.

Car-Sharing als nachhaltige Mobilitätsdienstleistung

Dienstleistungen können als nachhaltig im ursprünglichen Sinne bezeichnet werden, wenn sowohl ein ökologischer, ökonomischer und sozialer Nutzen entsteht. Im Kapitel 5 werden die Umweltwirkungen des Car-Sharing ausführlich aufgezeigt. Im Kapitel 6 wird unter anderem ausgeführt, dass Car-Sharing-Angebote für diejenigen Autofahrer im Vergleich zu einem eigenen Fahrzeug ein kostengünstiges Angebot darstellen, die im Jahr weniger als etwa 10.000 bis 12.000 Kilometer selbst mit einem Auto fahren und das Auto als Verkehrsmittel nicht täglich nutzen (müssen). Daneben stellt Car-Sharing auch ein soziales Angebot für Menschen dar, die ohne diesen Autozugang von Mobilitätschancen abgeschnitten wären und bestimmte Mobilitätswünsche mangels Alternativen mit anderen Verkehrsmitteln nicht durchführen könnten. Auch stellen die Car-Sharing-Anbieter selbst Arbeitsplätze zur Verfügung, die wegen des Dienstleistungscharakters der Angebote auch weitgehend nicht verlagerbar sind und vor Ort organisiert werden.

Der Schweizer Car-Sharing-Anbieter Mobility ist seit einigen Jahren dazu übergegangen, seinen jährlichen Geschäftsbericht als Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen. In beispielhafter Weise wird dort aufgezeigt, wie der Car-Sharing-Anbieter gleichzeitig ökologischen, ökonomischen und sozialen Nutzen erzeugt. Also im besten Wortsinne nachhaltig wirkt.

Car-Sharing ist deshalb im Gegensatz zum massenhaften privaten Autobesitz und seiner dominierenden Nutzung eine nachhaltige Mobilitätsdienstleistung. Übersetzt bedeutet dies, dass mit dem Car-Sharing die Lebensgrundlagen und Entwicklungschancen der zukünftigen Generationen erhalten bleiben. Und dies nicht nur in den entwickelten Ländern der Erde, sondern auch als Modell für andere Regionen dieser Erde. Die Car-Sharing-Angebote können umso stärker ihre Nachhaltigkeitswirkung verbreiten, je besser die Marktpotenziale realisiert werden. Aus diesem Grunde hat der Bundesverband CarSharing e. V., der Dachverband der deutschen Car-Sharing-Anbieter, die UITP-Charta der nachhaltigen Entwicklung unterzeichnet. Er dokumentiert damit gegenüber der UITP, dem Weltverband der Unternehmen des öffentlichen Verkehrs, dass er seine Organisation und Öffentlichkeitsarbeit in den Dienst der Nachhaltigkeit im Verkehr stellt und seine Mitgliedsorganisationen in diesem Sinne berät.

2 Stand des Car-Sharing in Europa

2.1 Überblick

Zur Zeit werden in 14 europäischen Ländern Car-Sharing-Angebote bereitgestellt. Tabelle 2.1 gibt die Anzahl der teilnehmenden Kunden und der zur Verfügung stehenden Fahrzeuge zu Beginn des Jahres 2009 wieder. Weitere Einzelheiten zu den Car-Sharing-Angeboten in Europa werden in den folgenden Unterkapiteln dargestellt.

Land	Car-Sharing-Kunden	Fahrzeuge im Car-Sharing	Bemerkungen und Quelle
Belgien	6.932	248	Stand Anfang 2009 (ohne Teilnehmer des nachbarschaftlichen Autoteilens), momo-Befragung in WP2
Dänemark	ca. 5.000	225	Stand Mitte 2009; Danske Delebiler 2009
Deutschland	137.000	3.900	Stand 01.01.2009, bcs 2009
Finnland	2.232	38	Stand Anfang 2009, momo-Befragung in WP2 (für Okt. 2009 sind 2.500 Kunden gemeldet)
Frankreich	13.000 (geschätzt)	700 (geschätzt)	2008: 9.550 Teilnehmer, bei einem Wachstum von 57 % in einem Jahr; Certu 2008
Großbritannien	64.679	1.459	Stand Ende Jan. 2009; Carplus 2009 (für Ende August 2009 wurden bereits 2.086 Fahrzeuge gemeldet)
Irland	63	9	Stand Anfang 2009; momo-Befragung in WP2
Italien	15.850	498	Stand Anfang 2009; momo-Befragung in WP2
Niederlande	27.000 (geschätzt)	1.832	Stand März 2009; Metz 2009
Österreich	11.000	169	Stand Anfang 2009; momo-Befragung in WP2
Portugal	100	12	Stand Anfang 2009; momo-Befragung in WP2
Schweden	14.889	mehr als 492	Stand Juni 2009, Schillander 2009
Schweiz	84.500	2.200	Stand Ende 2008, Mobility 2008
Spanien	2.504	127	Stand Anfang 2009; momo-Befragung in WP2
Gesamt	**ca. 385.000**	**ca. 11.900**	

Tab. 2.1: Car-Sharing-Kunden und -Fahrzeuge in Europa

2.2 Stand des Car-Sharing in europäischen Ländern

2.2.1 Belgien

Das professionelle Car-Sharing in Belgien existiert seit dem Jahre 2002. Im Rahmen des EU-Projektes MOSES wurde zunächst im September 2002 Car-Sharing im wallonischen Landesteil umgesetzt, im Mai 2003 folgte der Angebotsstart in Brüssel und ein weiteres Jahr darauf begann das erste Car-Sharing-Angebot in Flandern.

Anfang 2009 waren 6.932 Car-Sharing-Nutzer in Belgien registriert, die im Land 248 Fahrzeuge nutzen konnten. Anfang 2009 waren 12 belgische Städte mit einem Car-Sharing-Angebot versorgt. Im Oktober 2009 schloss die flächenmäßige Expansion von Cambio bereits 18 Städte in Belgien ein.

Das professionelle Car-Sharing wird von Optimobil Belgien organisiert und unter der Marke Cambio (Belgien) vermarktet. Optimobil Belgien kann in Europa als Beispiel einer gut aufgestellten Betreibergruppe angesehen werden, die ihre Lektionen von den Pionierorganisationen des europäischen Car-Sharing gelernt hat und in eigene nationale Wachstumsstrategien umsetzen konnte. Die Organisationsstruktur spiegelt dies wider: Die drei ursprünglichen Anteilseigner des nationalen Anbieters sind die Umwelt- und Verkehrsorganisation Taxistop, die im Non-Profit-Bereich arbeitet, ein nationaler Automobilclub und der deutsche Car-Sharing-Anbieter Cambio. Im Dezember 2009 kam ein vierter Anteilseigner hinzu, das nationale Eisenbahnunternehmen NMBS-Holding.

Taxistop hat bereits fünf Jahre vor dem Start des ersten Angebots diese Gründung vorbereitet und Kontakte zu anderen Car-Sharing-Anbietern in Europa aufgenommen. Cambio brachte seine profunden Kenntnisse in der Car-Sharing-Organisation und seine zur Marktreife entwickelten Systembestandteile in den Verbund ein, die anlässlich des Projektstarts in Belgien mehrsprachig ausgebildet wurden. Der nationale Anbieter Optimobil wiederum gründete Betreiberorganisationen in den einzelnen Landesteilen, die das operative Geschäft besorgen. Hieran sind in allen Landesteilen die jeweiligen regionalen Verkehrsunternehmen beteiligt.

Hinzu kommt in allen Landesteilen die politische Unterstützung der jeweiligen Regionalregierungen, die Car-Sharing als Teil einer umweltentlastenden Verkehrspolitik ansehen. Neben den institutionalisierten Gesellschaftsbeteiligungen arbeiten die Verkehrsunternehmen aktiv in Kooperationen mit den regionalen Car-Sharing-Anbietern zusammen und entwickeln gemeinsame Angebotsbausteine. Ein aktuelles Wachstum von 35 % innerhalb eines Jahres bestätigt den eingeschlagenen Weg.

Anders als in den meisten übrigen europäischen Ländern existiert in Belgien mit der Autopia vzw eine eigene Organisation, die sich die Förderung und Organisationsunterstützung des nachbarschaftlichen Car-Sharing im Freundes- und Bekanntenkreis zur Aufgabe gemacht hat. Deshalb verfügen wir in Belgien – im Gegensatz zu den anderen Ländern – auch über Erkenntnisse über diese mehr informellen privaten Car-Sharing-Zusammenschlüsse, soweit sie sich Autopia angeschlossen haben. Anfang 2009 waren dort 650 Teilnehmer registriert, die sich 110 private Autos in zwölf belgischen Städten teilen. Im Durchschnitt besteht eine Gruppe aus fünf bis acht Haushalten.[1]

[1] Weitere Informationen zu Autopia siehe momo fact sheet Nr. 10.

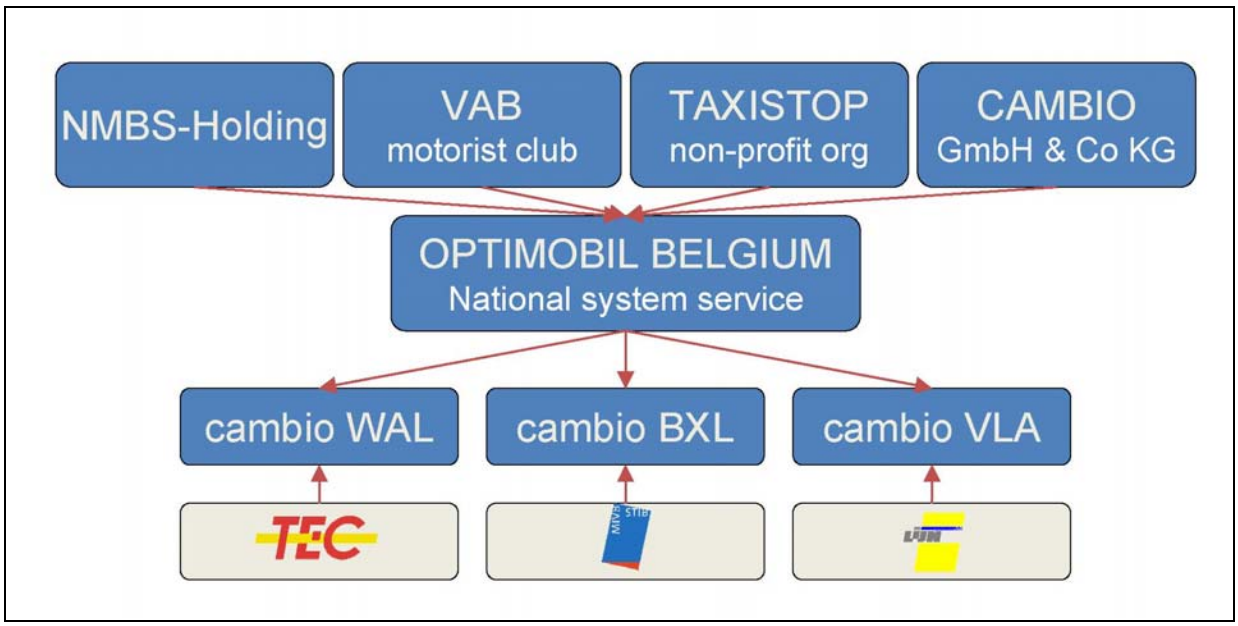


Abb. 2.1: Organisationsstruktur des Car-Sharing-Anbieters in Belgien, seit Dezember 2009 (Van Kesteren 2010)

Die nachbarschaftlichen Autoteiler-Gruppen werden von den professionellen Car-Sharing-Anbietern nicht als Konkurrenz oder Übergangsphänomen angesehen, sondern als eigenständige Nutzungsform parallel zum professionellen Car-Sharing begrüßt.

2.2.2 Dänemark

Car-Sharing-Angebote bestehen in Dänemark seit 1997. Im Dezember 1997 startete in Odense die erste Car-Sharing-Organisation, die jedoch heute nicht mehr am Markt ist. Ein knappes Jahr später startete Hertz Delebiler in Kopenhagen und der Aarhus Delebilklub. Zur Zeit sind zehn Anbieter bekannt, die in 24 dänischen Orten Car-Sharing organisieren (Danske Delebiler 2009). Danske Delebiler übernimmt die Funktion eines Dachverbandes der dänischen Car-Sharing-Anbieter.

Mitte 2009 waren bei diesen Anbietern ca. 5.000 Nutzer registriert, die sich 225 Fahrzeuge teilen. Auffallend ist die große Konzentration der Angebote auf die Hauptstadtregion. Fast die Hälfte aller Fahrzeuge und Stationen werden vom größten Anbieter Hertz Delebilen bereitgestellt, der zugleich auch das einzige Wirtschaftsunternehmen unter den dänischen Car-Sharing-Anbietern ist (Desaulniers et al. 2007).

2.2.3 Deutschland

Anfang des Jahres 2009 vereinigten die deutschen Car-Sharing-Anbieter 137.000 Teilnehmer in ihren Organisationen. Damit behauptete das deutsche Car-Sharing 20 Jahre seit Beginn des ersten Angebotes seine zahlenmäßige Spitzenstellung in Europa, was die absoluten Teilnehmerzahlen betrifft. Ihnen standen 3.900 Car-Sharing-Fahrzeuge zur Verfügung. 2008 war das zweite Jahr hintereinander, in dem mehr als 20.000 Neukunden – netto, das heißt nach Abzug der im Jahresverlauf austretenden Teilnehmer – gewonnen wurden.

In 270 deutschen Städten und Gemeinden wird Car-Sharing angeboten. In allen Großstädten über 200.000 Einwohner und in fast allen Großstädten über 100.000 Einwohner gibt es mindestens ein Car-Sharing-Angebot. Mit abnehmender Einwohnerzahl wird auch die Anzahl der Gemeinden mit Car-Sharing-Angeboten geringer.

Die Anbieterstruktur im deutschen Car-Sharing ist sehr inhomogen und dezentral. Etwa 110 Anbieter sind auf dem Markt vertreten, wobei die Übergänge zum nachbarschaftlichen Autoteilen mit geschlossenem Nutzerkreis fließend sind. Während insbesondere bei den größeren Car-Sharing-Anbietern eine leichte Tendenz zum Zusammenschluss in größeren Gruppen oder zumindest zur engeren Zusammenarbeit zu erkennen ist, entstehen auch immer wieder neue eigenständige Car-Sharing-Anbieter.

Die größten Anbietergruppen sind die in der Stadtmobil-Gruppe zusammengeschlossenen Anbieter in Stuttgart, Karlsruhe, der Rhein-Neckar-Region, dem Rhein-Main-Gebiet, Hannover und noch kleineren Neugründungen in Berlin und im Ruhrgebiet sowie die cambio-Gruppe mit Angeboten im Nordwesten von Deutschland (Bremen, Hamburg, Bielefeld, Köln, Aachen, Saarbrücken und ebenfalls einer noch kleinen Neugründung in Berlin). Die Deutsche Bahn organisiert ein eigenes Car-Sharing-Angebot an allen Fernverkehrs-Bahnhöfen in Deutschland sowie stadtweite Angebote in Berlin und seit Frühjahr 2009 auch in Köln und Stuttgart. Darüber hinaus versammelt sie unter dem Dach der Car-Sharing-Systemplattform DB Carsharing auch weitere Einzelanbieter (z. B. book-n-drive im Rhein-Main-Gebiet, teilAuto in Mitteldeutschland, Stattauto München, einfach mobil in Marburg, Gießen und Kassel, die Drive CarSharing-Gruppe), die alle das CallCenter der Bahn sowie deren Buchungs- und Abrechnungsplattform nutzen. Weitere große Einzelanbieter sind Greenwheels Deutschland, CarSharing Südbaden – Freiburg, Stadtteilauto Münster. Etwas über 50 Anbieter sind kleinere Einzelanbieter, die keiner der erwähnten Gruppen zuzuordnen sind und jeweils weniger als 20 Fahrzeuge im Car-Sharing betreiben. Mittlerweile stehen den Kunden in vielen Großstädten vergleichbare Car-Sharing-Angebote mehrerer konkurrierender Anbieter zur Auswahl.

Als politische Dachorganisation der deutschen Car-Sharing-Anbieter hat sich der Bundesverband CarSharing e. V. etabliert. 95 bis 97 Prozent des Marktes (bezogen auf Car-Sharing-Teilnehmer bzw. Car-Sharing-Fahrzeuge) werden von den Mitgliedern des Bundesverbandes CarSharing gehalten.

2.2.4 Finnland

In Finnland ist City Car Club mit Sitz in Helsinki zur Zeit der einzige Car-Sharing-Anbieter. Er hatte Anfang 2009 2.232 Kunden, welche die 38 Fahrzeuge der Gesellschaft nutzten. Ein knappes Fünftel der Nutzer kommt aus dem gewerblichen Bereich und nutzt das Car-Sharing-Angebot für dienstliche Zwecke (Laine 2009). Das finnische Car-Sharing-Angebot beschränkt sich auf die Hauptstadt Helsinki und drei weitere Orte in der Umgebung und startete im März 2000. Seit 2003 betreibt City Car Club auch ein Car-Sharing-Angebot in Schweden (Stockholm und Göteborg).

Eine Besonderheit zeichnet die Organisation des Car-Sharing-Angebotes in Helsinki in Europa aus. Hier gilt nicht das Prinzip „ein Car-Sharing-Stellplatz, ein Fahrzeug“, wie dies bei anderen europäischen Anbietern üblich ist. Vielmehr verteilen sich die 38 Car-Sharing-Fahrzeuge auf 92 Stationen. Das bedeutet, dass die Fahrzeuge nicht einzelnen Stationen fest zugeordnet werden, sondern variabel genutzt und gebucht werden. Die Car-Sharing-Kunden können Fahrzeuge an bestimmten Stationen reservieren, auch wenn dort zum Zeitpunkt der Buchung kein Fahrzeug steht. Mit einem Mindestvorlauf von zwei Stunden garantiert der Betreiber, dass der Kunde dann sein vorbestelltes Fahrzeug am gewünschten Platz vorfindet. Möglich wird dies unter anderem dadurch, dass Fahrzeuge, die sich gerade in der Wartung befinden, anschließend an vorbestellten Stationen platziert werden. Die Kunden müssen die Fahrzeuge auch nicht dort wieder zurückstellen, wo sie ihre Buchung begonnen haben. Sie müssen bei der Buchung lediglich angeben, an welcher Station sie das Fahrzeug

nach der Reservierung wieder abstellen werden. Nach Angaben des Betreibers funktioniert dieses System seit Beginn des Angebotes im Jahre 2000 ohne Probleme und auch ohne nennenswerten zusätzlichen Aufwand beim Servicepersonal.

2.2.5 Frankreich

Die ersten Car-Sharing-Anbieter gingen im Jahr 1999 in La Rochelle und Paris an den Start. Zur Zeit sind 18 Anbieter bekannt, die meisten davon sind nur in einer Stadt tätig. 18 französische Städte weisen ein Car-Sharing-Angebot auf, jedoch sind noch nicht alle Großstädte über 200.000 Einwohner versorgt.

2008 wurden in einer französischen Erhebung 9.550 Car-Sharing-Teilnehmer festgestellt, denen 548 Fahrzeuge zur Verfügung standen (Certu 2008). Da in diesem Jahr ein Kundenwachstum von 57 % erhoben wurde, wird in unserer Bestandsaufnahme von ca. 13.000 Car-Sharing-Teilnehmern und 700 Fahrzeugen Anfang 2009 ausgegangen. Von den drei Anbietern in der Hauptstadt Paris werden ca. 60% aller französischen Car-Sharing-Teilnehmer gehalten.

Zur Zeit ist eine große Dynamik auf dem französischen Car-Sharing-Markt festzustellen. Im Zeitraum 2007/2008 haben acht neue Anbieter ihren Betrieb aufgenommen.

Die Stadtverwaltung von Paris möchte Car-Sharing besonders fördern. Wenn ein Anbieter definierte Kriterien erfüllt, kann er ein von der Stadt vergebenes Car-Sharing-Label erhalten, das spezielle Vorrechte mit sich bringt. Dies sind beispielsweise gemeinsame Werbung mit der Stadt, günstige Stellplatzmieten in Parkhäusern und reservierte Stellplätze im Straßenraum. 2008 haben drei Anbieter (Caisse Commune, Mobizen und Okigo) dieses Label erhalten. Ein 2009 verabschiedetes Gesetz sieht die Möglichkeit für ganz Frankreich vor, dass Car-Sharing-Anbieter ein Label beantragen können.

France Autopartage ist ein Zusammenschluss von zehn lokalen Car-Sharing-Betreibern, die in der französischen Hauptstadt tätigen Anbieter sind dort hingegen nicht vertreten. Ziel dieses genossenschaftlichen Zusammenschlusses ist die Entwicklung und der Betrieb gemeinschaftlicher Systemtechnik, eines gemeinsamen Buchungssystems, der gemeinsame Bezug von Fahrzeugen und die Vermittlung von Kraftfahrzeugversicherungen.

2.2.6 Großbritannien

Großbritannien ist zur Zeit wohl das europäische Land mit dem dynamischsten Car-Sharing-Wachstum. Während im Dezember 2007 noch 32.000 Car-Sharing-Kunden in Großbritannien registriert waren, hat sich diese Zahl innerhalb eines Jahres auf 64.000 verdoppelt (Myers, Cairns 2009, S. 1).

Obwohl kleine lokale Car-Sharing-Anbieter bis in die 1970er Jahre datieren, begann das moderne Car-Sharing-Angebot im März 1999 mit dem Edinburgh City Car Club (ERC 2007, S. 2). Er baute sein erstes Angebot mit einer Unterstützung von £ 250.000 durch die Stadt Edinburgh, das britische Verkehrsministerium und die schottische Regierung auf. Das operative Geschäft wurde dem Autovermieter Budget Rent-a-car übertragen, der sich jedoch nach zwei Jahren aus internen Finanzgründen zurückzog. Im November 2001 wurde das Car-Sharing-Angebot mit einer weiteren Unterstützung von £ 40.000 durch die Stadtregierung von Edinburgh neu auf den Markt gebracht. Der Relaunch des Car-Sharing-Angebotes durch den City Car Club gelang, der Anbieter erweiterte seine Mobilitätsdienstleistung sukzessive auf andere britische Städte und ist heute die zweitgrößte Car-Sharing-Organisation in Großbritannien.

Aktuell werden vier große, kommerzielle und 12 kleinere Car-Sharing-Anbieter auf der Übersichtsseite von Carplus, einer nationalen gemeinnützigen Organisation zur Förderung einer verantwortlichen Autonutzung, geführt (siehe www.carclub.org.uk), die Anfang 2009 in 43 Orten tätig sind (Carplus 2009a). Während diese Zahl noch ein einigermaßen gut entwickeltes landesweites Angebot suggeriert, offenbart die genauere Analyse jedoch ein großes Ungleichgewicht. Drei Viertel der in Großbritannien stationierten Car-Sharing-Fahrzeuge befinden sich im Stadtgebiet von London (Carplus 2009b). Lediglich die Städte Edinburgh, Leeds, Brighton und Bristol verfügen noch über ein Angebot von mehr als 25 Fahrzeugen.

Die vier großen Anbieter Streetcar, City Car Club, Zipcar und Connect by Hertz sind alle auf dem Londoner Markt vertreten und teilen sich diesen untereinander auf, zwei dieser Anbieter organisieren auch in anderen britischen Großstädten Car-Sharing-Angebote.

Das aktuelle britische Car-Sharing-Wachstum wird vor allem von der Entwicklung in London bestimmt. Daran wiederum hat in besonderem Maße die Unterstützung durch Transport for London (TfL) einen großen Anteil, der zentralen Koordinations- und Planungsbehörde für den Verkehr im Großraum London, die direkt dem Bürgermeister von London untersteht. TfL hat Car-Sharing als verkehrsreduzierenden Autobaustein identifiziert, der dazu beiträgt, den privaten Autobesitz in London zu reduzieren und Verkehrsstaus abzubauen. Folgerichtig wurde eine politische Car-Sharing-Entwicklungsstrategie verabschiedet, die bis zum Jahr 2011 reichen soll. Dann, so die Überlegung der Politiker, haben die Car-Sharing-Angebote in London eine Marktreife erlangt, die ein weiteres marktgesteuertes Wachstum gewährleistet (TfL 2008). Weitere Einzelheiten dieses Förderprogramms sind im Kapitel 6 (Unterstützung durch Kommunen) beschrieben.

Jedoch wurde die Car-Sharing-Entwicklung auch in anderen Regionen unterstützt. Carplus hat in den Jahren 2001 bis 2004 ein Car-Sharing-Entwicklungsprogramm für den ländlichen Raum geleitet. Am Ende des Förderungszeitraums, im März 2004, hatten von 13 Regionen im Programm sechs ein neues Car-Sharing-Angebot auf die Straße gestellt, drei weitere sollten zu einem späteren Zeitpunkt starten (Carplus 2004).

Jüngst hat Carplus dem Verkehrsministerium Großbritanniens einen Plan zur Förderung eines Netzwerkes von Car-Sharing-Organisationen unterbreitet. Der sehr ambitionierte Plan sieht vor, dass innerhalb von vier Jahren das Car-Sharing-Netzwerk in Großbritannien auf 180.000 Teilnehmer anwächst, die auf 8.000 Car-Sharing-Fahrzeuge zugreifen können (Carplus 2007). Dafür werden 12,8 Mio. £ öffentliche Mittel veranschlagt. Dies würde die Wachstumsgeschwindigkeit verzehnfachen, verglichen mit den allein durch freie Marktkräfte erwarteten Steigerungen.

2.2.7 Irland

Das Car-Sharing-Angebot in Irland namens GoCar wurde während der Europäischen Woche der Mobilität im September 2008 vom irischen Verkehrsminister der Öffentlichkeit vorgestellt. GoCar wird von der irischen Beratungsfirma für nachhaltige Verkehrsangebote, Mendes GoCar Limited, betrieben und arbeitet eng mit dem deutschen Anbieter Cambio zusammen und nutzt deren Systemplattform. Das Angebot begann zunächst in der zweitgrößten Stadt des Landes Cork City. Anfang 2009 waren 63 Nutzer registriert, die acht Fahrzeuge an drei Stationen nutzten. Unter den Nutzern in der Anfangszeit konnte bereits die Stadtverwaltung Cork gewonnen werden, die in einer Dreijahresvereinbarung drei Fahrzeuge exklusiv für ihre Mitarbeiter während der Dienststunden blockt

2.2.8 Italien

Anfang 2009 haben elf Organisationen Car-Sharing-Angebote bereitgestellt. Von ihnen wurden 13.208 aktive Kundenkarten mit einer geschätzten Anzahl von 15.850 Nutzern gehalten, die sich auf 498 Fahrzeuge verteilten. 31 Städte waren zu diesem Zeitpunkt mit einem Car-Sharing-Angebot versorgt. Im März 2009 kam ein neues Angebot in Palermo mit zunächst 20 Fahrzeugen hinzu.

Bis auf eine Überschneidung von zwei Unternehmen in Mailand operieren die Anbieter jeweils in getrennten Regionen des Landes. Das erste italienische Car-Sharing-Angebot begann 2001 seinen operativen Betrieb in Mailand, es folgten Betriebsstarts im August 2002 in Bologna und Venedig.

Einzigartig in Europa und darüber hinaus wurde der Aufbau von Car-Sharing-Anbietern in Italien durch eine weitreichende politische Regierungsunterstützung begleitet. Infolge des im März 1998 vom italienischen Umweltministerium veröffentlichten Erlasses Nr. 267 über eine nachhaltige Verkehrspolitik wurde in einer Vereinbarung zwischen dem Ministerium und den italienischen Städten die halbstaatliche Organisation Iniziativa Car Sharing (ICS) gegründet. Diese nationale Koordinierungsstelle verfolgt folgende Zielsetzungen:

- Aufbau und Begleitung verschiedener Car-Sharing-Angebote in einem nationalen Car-Sharing-Netzwerk,
- garantierte professionelle Qualitätsstandards gegenüber den Nutzern,
- Unterstützung einer landesweiten Aufmerksamkeit gegenüber dem Car-Sharing-Angebot,
- Sicherstellen einer einheitlichen Car-Sharing-Systemtechnik und standardisierten Angebotsqualität (ICS 2003).

Die Städte und Regionen wurden von der ICS angeregt, Car-Sharing-Angebote auf den Weg zu bringen. In welcher Regie die dafür gegründeten Unternehmen organisiert sind, blieb den kommunalen Partnern der ICS freigestellt. So sind viele italienische Car-Sharing-Anbieter in kommunaler Hand oder Tochterfirmen von kommunalen Verkehrsbetrieben. Der Vorteil ist, dass eine enge Zusammenarbeit mit den lokalen Anbietern des öffentlichen Verkehrs und der städtischen Verkehrspolitik bereits institutionell verankert ist. Zufahrt zu Umweltzonen und freies Parken in den „Blauen Zonen“ der Innenstädte sowie die Mitbenutzung von Busspuren sind Privilegien, die italienische Car-Sharing-Nutzer in allen Städten in Anspruch nehmen können.

Innerhalb der vereinbarten Grenzen, die durch den Servicestandard vorgegeben sind, haben die einzelnen Anbieter alle operationalen, wirtschaftlichen und organisatorischen. Insbesondere sind sie alleine verantwortlich für:

- ihr Tarifangebot und die Marketingpolitik,
- Investitionen und Angebotsentwicklungen,
- Kooperationen vor Ort und die Zusammenarbeit mit den lokalen Behörden und anderen Car-Sharing-Anbietern.

In einer ersten Phase wurde vom Umweltministerium die Anschaffung der technischen Infrastruktur für neu gegründete Car-Sharing-Unternehmen mit einem Investitionszuschuss von bis zu 50 % unterstützt, das bewilligte Darlehen hatte ein Volumen von rund neun Millionen Euro (ICS 2009). In 2005 stellte das Umweltministerium weitere 10 Mio. Euro zur Verfügung.

2.2.9 Niederlande

In den Niederlanden wurden im März 2009 1.832 Car-Sharing-Fahrzeuge bereitgestellt, die von geschätzten 27.000 Kunden genutzt wurden (Metz 2009). Der Car-Sharing-Markt wird von sechs kommerziellen Anbietern bedient, die in 88 niederländischen Kommunen Car-Sharing-Fahrzeuge stationiert haben. Damit können theoretisch 8,2 Mio. Einwohner oder die Hälfte der Bevölkerung von einem Car-Sharing-Angebot in ihrer Stadt oder Gemeinde profitieren.

Der mit Abstand größte und zugleich älteste niederländische Anbieter ist Greenwheels, der alleine ca. 1.100 Fahrzeuge hält. Die größte Car-Sharing-Nachfrage ist in Amsterdam zu verzeichnen, hier sind vier kommerzielle Anbieter tätig. 700 Fahrzeuge werden von Greenwheels gehalten, die übrigen Anbieter halten 300 Fahrzeuge in der Stadt. Die Car-Sharing-Fahrzeugdichte beträgt in Amsterdam mehr als 100 pro 10.000 Einwohner. Dennoch beabsichtigt die Stadt Amsterdam, innerhalb kurzer Zeit die Anzahl der Car-Sharing-Fahrzeuge im Stadtgebiet zu verdoppeln und ist dafür auch bereit, eigene Fördermittel als Investitionszuschuss einzusetzen.

Den kommerziellen Anbietern hinzuzurechnen ist die Non-Profit-Organisation Wheels 4 all, die eine Vermittlungsplattform für das privat organisierte nachbarschaftliche Autoteilen bereitstellt, und deren Mitglieder in 59 Kommunen tätig sind.

Das kommerzielle Car-Sharing begann in den Niederlanden 1994 (Nanninga, Eerdmans 2006, S. 5).

2.2.10 Österreich

In Österreich wird das professionelle Car-Sharing heute von einem einzigen Anbieter organisiert, der landesweit tätig ist. Das Car-Sharing-Angebot wurde 1997 von der Denzel-Gruppe als Geschäftsbereich neben Autovermietung und weiteren Bereichen rund ums Auto gegründet. 2003 wurde das Autovermietungsgeschäft und das Car-Sharing-Angebot unter dem Namen Denzeldrive zusammengeführt. Anfang 2008 stieg der Schweizer Car-Sharing-Anbieter Mobility mit ein, seitdem wird das österreichische Car-Sharing-Angebot vom gemeinsamen Unternehmen Denzel Mobility CarSharing GmbH mit Sitz in Wien betrieben.

Anfang 2009 konnte die 11.000 Car-Sharing-Kunden 169 Fahrzeuge nutzen. In 20 österreichischen Städten wird Car-Sharing angeboten, wobei in Wien mit mehr als der Hälfte aller Fahrzeuge das weitaus größte Angebot stationiert ist.

2.2.11 Portugal

In Portugal existiert zur Zeit ein Car-Sharing-Anbieter, der in September 2008 während der Europäischen Woche der Mobilität in Lissabon an den Start ging. Anfang 2009 stellte er zwölf Fahrzeuge bereit, die von etwa 100 privaten und gewerblichen Car-Sharing-Kunden genutzt wurden.[2] Organisiert wird der erste portugiesische Car-Sharing-Service von Carristur, einer Tochterfirma des öffentlichen Verkehrsbetriebes von Lissabon, die u. a. für die Organisation der touristischen Zusatzangebote parallel zum regulären ÖPNV-Angebot zuständig ist.

[2] Angaben aus Antwort auf die momo-Befragung in WP2

2.2.12 Schweden

Im Juni 2009 hatten die schwedischen Car-Sharing-Anbieter 14.889 Fahrberechtigte unter Vertrag, die auf eine Flotte von circa 500 Car-Sharing-Fahrzeugen zugreifen konnten (Schillander 2009). Car-Sharing wird in 37 schwedischen Orten angeboten.

Die Anbieterstruktur ist sehr inhomogen. Es fällt zum einen auf, dass nur sieben der insgesamt 45 Anbieter über mehr als 100 Kunden verfügen bzw. mehr als 10 Fahrzeuge im Einsatz haben. Zum anderen ist in den größten schwedischen Städten Stockholm und Göteborg eine Vielzahl von Anbietern parallel am Markt (Göteborg zehn Anbieter, Stockholm neun Anbieter).

Lediglich zwei Anbieter sind in mehr als einem Ort tätig. Die lokale Ausrichtung der allermeisten Anbieter kommt auch dadurch zum Ausdruck, dass der Ortsname Teil des Anbieternamens ist. Lediglich der größte Anbieter, Sunfleet, erreicht mit 15 Orten in Schweden, in denen er sein Angebot organisiert, eine gewisse Flächenabdeckung. Sunfleet ist eine Tochterfirma des Autovermieters Hertz und des schwedischen Autoherstellers Volvo und ist seit 1998 im Car-Sharing tätig.

2.2.13 Schweiz

Die Schweiz kann aus mehreren Gründen als Mutterland des Car-Sharing bezeichnet werden. Hier wurde das erste Car-Sharing-Angebot modernen Typs umgesetzt. Nach über 20 Jahren Wachstum hat die Schweiz inzwischen eine – bezogen auf die Einwohnerzahl – Angebots- und Kundendichte erreicht, die einmalig in der Welt ist.

Im Mai 1987 wurden unabhängig voneinander zwei Car-Sharing-Organisationen in der Schweiz gegründet, die AutoTeilet Genossenschaft in Stans und die Genossenschaft ShareCom in Zürich. Zehn Jahre später, im März 1997 stimmten die Delegiertenversammlungen beider Organisationen einer Fusion zu, die heutige Mobility Genossenschaft wurde ins Leben gerufen. Sie ist heute der einzige Car-Sharing-Anbieter in der Schweiz.

Ende 2008 hielt Mobility 84.500 Kunden, die 2.200 Fahrzeuge in der gesamten Schweiz nutzen konnten. In 430 Städten und Gemeinden werden Car-Sharing-Angebote bereitgestellt. Dies ist eine erstaunliche Verbreitung, wenn man bedenkt, dass es in der Schweiz lediglich fünf Großstädte über 100.000 Einwohner gibt und nur weitere vier zwischen 50.000 und 100.000 Einwohner haben. Daraus folgt, dass der Großteil der Schweizer Orte, in denen Car-Sharing angeboten wird, Größenordnungen aufweisen, in denen in anderen europäischen Ländern kaum ein Car-Sharing-Angebot anzutreffen wäre.

Ebenso vorbildlich ist die große Teilnehmerdichte, wenn man bedenkt, dass die Schweiz lediglich 7,7 Mio. Einwohner hat. Bezogen auf die Einwohnerzahl hat Mobility die siebenfache Car-Sharing-Nachfrage im Vergleich zu Deutschland, wo die höchste absolute Zahl von Car-Sharing-Teilnehmern verzeichnet wird. Oder anders ausgedrückt: Hätte Deutschland eine der Schweiz vergleichbare Car-Sharing-Nachfrage, würden dort 900.000 Car-Sharing-Kunden am Car-Sharing teilnehmen.

Jedoch sind die Car-Sharing-Angebote nicht gleichmäßig über das gesamte Land verteilt. Es fällt auf, dass es in der deutschsprachigen Nordschweiz ein sehr enges Netz von Car-Sharing-Standorten gibt, in der französischsprachigen Westschweiz bereits eine deutlich reduzierte Flächenabdeckung aufzufinden ist und in den italienischsprachigen südschweizerischen Orten große Angebotslücken vorherrschen. Nach Angaben von Mobility ist dies jedoch weniger auf Einstellungsunterschiede der Bewohner in den Landesteilen zurückzu-

führen als vielmehr auf den Bearbeitungsstand durch Mobility selbst. So wurde im italienisch-sprachigen Tessin bisher am wenigsten für das Car-Sharing-Angebot geworben.

Der beispiellose Erfolg von Mobility lässt sich auf einige Faktoren zurückführen. So hat der Car-Sharing-Anbieter eine Vielzahl von Kooperationen mit Verkehrs- und Tarifverbünden und den Schweizer Bundesbahnen abgeschlossen, die ihnen viele Kunden eingebracht haben. Auch in anderen Bereichen existieren viele Kooperationen, beispielsweise mit der Einzelhandelskette Migros, der Post oder dem Touring Club Schweiz, dem größten Automobilverband im Lande. Es ist auffällig, dass einige Firmen ihre Eigenwerbung mit Mobility-Fahrzeugen gestalten und dabei vom guten landesweiten Image des Car-Sharing-Anbieters profitieren. Die Marke Mobility erfreut sich eines sehr guten Bekanntheitsgrades im Land. (Dies darf jedoch nicht damit verwechselt werden, dass die genaue Wirkungsweise und Handling des Car-Sharing vielen Interessenten zu wenig bekannt ist.)

Hervorzuheben ist auch, dass die Mobility Genossenschaft seit einigen Jahren einen sehr informativen Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht herausgibt, der in vorbildlicher Weise das bestehende Car-Sharing-Angebot und die Firmenprinzipien anhand der drei Säulen der Nachhaltigkeit (Ökonomie, Soziales und Umweltentlastung) beschreibt.

2.2.14 Spanien

In Spanien gibt es bisher nur einen Car-Sharing-Anbieter, Catalunya Carsharing SA, der unter dem Markennamen AVANCAR ein Angebot in der Region Barcelona organisiert. Dieses Angebot ging im Jahr 2005 an den Start. Anfang 2009 konnten 2.504 Kunden geworben werden, die sich 127 Fahrzeuge teilten. Neben der katalanischen Metropole sind weitere Car-Sharing-Angebote in drei Orten im Umland von Barcelona verfügbar.

Wie in Irland ist damit auch in Spanien bisher die Landeshauptstadt und größte Stadt des Landes nicht mit einem Car-Sharing-Angebot versorgt.

2.3 Vergleichende Einschätzung des Car-Sharing-Wachstums

In der einleitenden Übersicht (Tab. 2.1) wurden die Teilnehmerzahlen und Fahrzeuge im Car-Sharing in den einzelnen europäischen Ländern aufgelistet. Diese Zahlen alleine sagen jedoch wenig über den Erfolg aus, den die Car-Sharing-Anbieter in diesen Ländern bisher gehabt haben. Dazu sind die Einwohnerzahlen in den europäischen Car-Sharing-Ländern zu unterschiedlich. Auch müssen die Jahre berücksichtigt werden, die seit den ersten Anfängen vergangen sind. Dies wird in der nachfolgenden Abbildung 2.2 dargestellt. (Noch aussagekräftiger wäre es gewesen, wenn anstatt der Gesamtbevölkerungszahlen die Führerscheinbesitzer als Vergleichsmaßstab herangezogen worden wäre, aber diese Statistik steht für die europäischen Länder leider nicht mit einer aktuellen Zahlengrundlage zur Verfügung.)

Es ist deutlich erkennbar, dass die Schweiz mit großem Vorsprung die höchste Rekrutierung von Car-Sharing-Teilnehmern im Verhältnis zur Bevölkerungszahl aufweist. Fast 1,1 Prozent der Bevölkerung waren Anfang 2009 als Kunde beim Car-Sharing-Anbieter Mobility registriert. Deutschland, die Niederlande und Schweden folgen mit 0,16 bzw. 0,17 Prozent in weitem Abstand. Bezogen auf den Anteil der Bevölkerung, die als Car-Sharing-Teilnehmer geworben wurden, ist die Schweiz also um das 7-Fache besser als die nächsten Länder. Umgekehrt ausgedrückt: Wenn Deutschland eine vergleichbare Teilnehmerquote im Car-Sharing wie die Schweiz hätte, wären dort 900.000 Menschen Car-Sharing-Kunde.

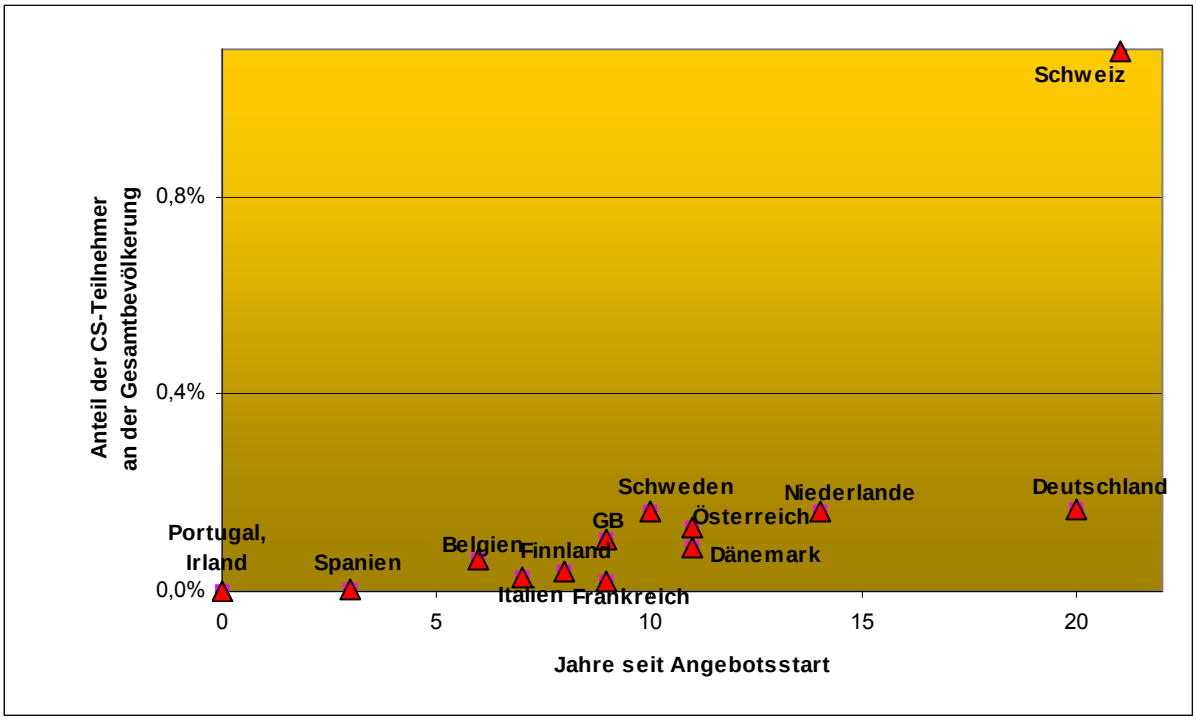


Abb. 2.2: Car-Sharing-Teilnehmer in den europäischen Ländern im Verhältnis zu den Einwohnerzahlen

Um den Entwicklungsstand der übrigen europäischen Car-Sharing-Länder zu verdeutlichen, wurde in der folgenden Abbildung die Schweiz ausgeblendet und der Maßstab mit den gleichen Daten wie die vorhergehende Grafik den anderen Ländern angepasst. Außerdem wurde eine Trendlinie der Entwicklung eingefügt, die ebenfalls die Schweiz ausblendet. Jetzt wird deutlich, welche europäischen Länder eine überdurchschnittliche Entwicklung seit dem Bestehen des ersten Car-Sharing-Angebotes bewältigt haben und wo das Wachstum im Vergleich unterdurchschnittlich erfolgt ist.

Belgien, Großbritannien, Schweden, Österreich und die Niederlande haben also – nach der Schweiz – ein überdurchschnittliches Wachstum aufzuweisen, während Spanien, Italien, Finnland, Frankreich, Dänemark und Deutschland dahinter zurückbleiben. Im Falle Deutschlands könnte als Erklärung dienen, dass dort als Pionierland des Car-Sharing zunächst eine Menge Entwicklungsarbeit geleistet werden musste und dadurch der Start nicht so dynamisch verlaufen ist, wie die jüngeren Nachfolgeländer. Jedoch hat die Schweiz in den ersten Jahren mit denselben Anfangsschwierigkeiten zu kämpfen gehabt, sie jedoch augenscheinlich sehr viel besser bzw. sehr viel schneller bewältigt.

Für die überdurchschnittlich dastehenden Car-Sharing-Länder Großbritannien und Schweden, sowie mit Einschränkungen auch für Österreich, kann festgestellt werden, dass die Car-Sharing-Angebote vor allem in den jeweiligen Hauptstadtregionen nachgefragt werden, während in den übrigen Landesteilen noch erhebliche Entwicklungspotenziale auf ihre Realisierung warten. In den Niederlanden betrifft dies zwar nicht die Hauptstadt, aber mit Amsterdam ist auch dort eine Region besonders als Car-Sharing-Wachstumsregion hervorzuheben.

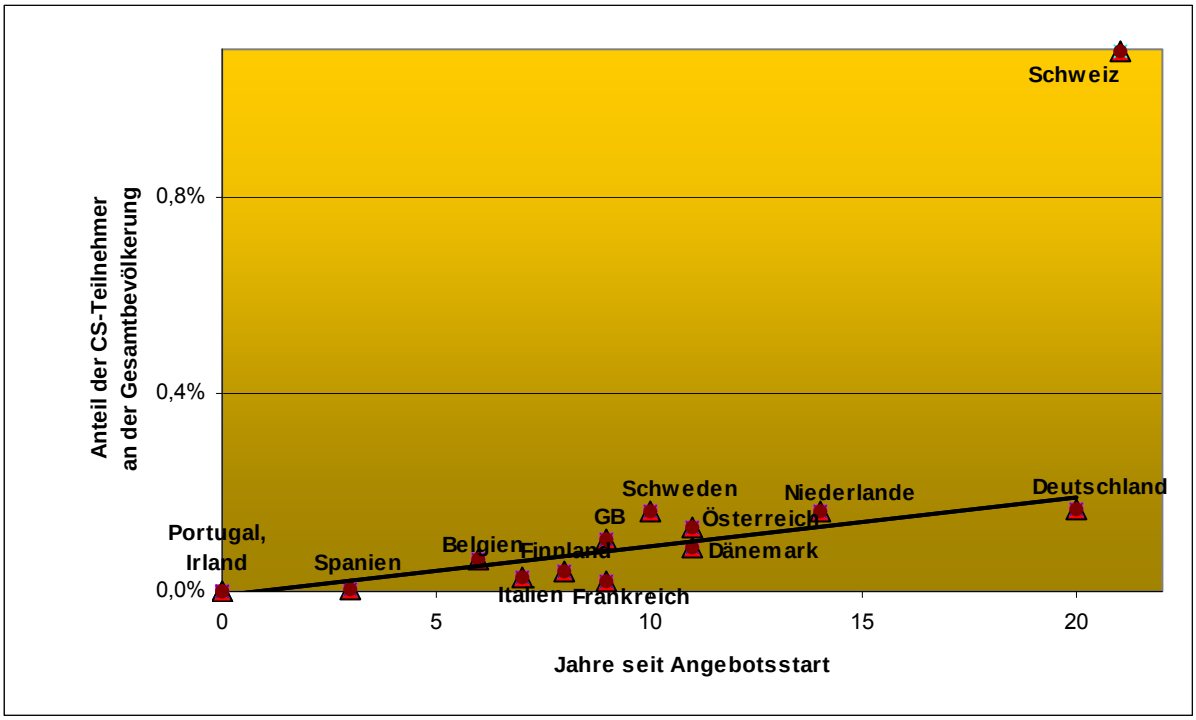


Abb. 2.3: Die Trendlinie der Car-Sharing-Teilnahme kennzeichnet über- und unterdurchschnittliche Car-Sharing-Rekrutierung

3 Befragung der europäischen Car-Sharing-Anbieter

Zu Beginn des Projektes *momo Car-Sharing* wurde eine Befragung aller bekannten Car-Sharing-Anbieter in Europa durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Befragung werden in diesem Kapitel vorgestellt.

3.1 Methodik der Befragung

Die Befragung der Car-Sharing-Anbieter in den europäischen Ländern mit bestehenden Car-Sharing-Angeboten wurde als schriftliche Abfrage per Email-Versand organisiert. Dafür wurden in einem ersten Schritt die Email-Adressen aller bekannten Car-Sharing-Anbieter recherchiert und zusammengestellt.

Parallel dazu wurde in einer internen Arbeitsgruppe, der für das Arbeitspaket WP 2 zuständige Personen der momo-Partner angehörten, der Fragebogen erstellt. Ziel dieses Arbeitsschrittes war es, die wichtigsten Fragestellungen zu identifizieren, mit denen zum einen der momentan erreichte Stand des Car-Sharing in Europa beschrieben werden konnte. Zusätzlich sollten Informationen erhoben werden, die in anderen Arbeitspaketen des Projektes *momo Car-Sharing* Eingang finden konnten. Aus vorangegangenen Befragungen war bekannt, dass die Car-Sharing-Anbieter von vielen Institutionen um die Beantwortung mehr oder weniger umfangreicher Fragebögen gebeten werden und deshalb eine gewisse Müdigkeit gegenüber Befragungen zu befürchten war. Deshalb sollte der Fragebogen auch relativ knapp gehalten werden.

Es wurde beschlossen, zwei getrennte Fragebögen zu entwickeln, die sich durch ihren Umfang unterschieden. Ein Fragebogen, der an die Car-Sharing-Organisationen in den momo-Partnerländern ging, war umfangreicher. Ein demgegenüber etwas verkürzter Fragebogen wurde an die Car-Sharing-Anbieter in denjenigen europäischen Ländern verschickt, in denen es keine direkten Kontakte über momo-Partner gab. Einen Sonderfall stellten die Schweiz und Österreich dar, da zur Mobility Genossenschaft bereits im Vorfeld ein direkter Informationskontakt vereinbart wurde. Im weiteren Kontext dieses Kapitels werden die Schweiz und Österreich daher vereinfachend unter dem Begriff momo-Partnerländer einbezogen.

Der Fragebogen umfasste die vier Themenbereiche Car-Sharing-Nutzung, Kooperationen, politische Unterstützung und gute Beispiele der Car-Sharing-Praxis. Der ausführlichere Fragebogen an die Anbieter in den momo-Partnerländern ist diesem Bericht im Anhang A angefügt.

Die Fragebögen wurden wie folgt versendet. In den momo-Partnerländern übernahmen die jeweils zuständigen Projektpartner die Verteilung der Fragebögen an die Car-Sharing-Anbieter in ihrem Land. Auch Rückmeldungen und Erinnerungsaktionen liefen über die Projektpartner. Für alle anderen europäischen Länder, in denen es zwar Car-Sharing-Angebote gibt, jedoch keine momo-Partner zur Verfügung standen, hat der für WP 2 verantwortliche momo-Partner Bundesverband CarSharing (bcs) die Verteilung der Fragebögen per Email durchgeführt. Ebenso wurde der Kontakt zur Schweizer Mobility über den bcs gehalten.

3.2 Rücklauf der Fragebögen

Insgesamt wurden 205 bekannte Car-Sharing-Anbieter in europäischen Ländern angeschrieben und um Rücksendung eines ausgefüllten Fragebogens gebeten. 131 dieser Adressaten sind in momo-Partnerländern und in den beiden assoziierten Ländern Schweiz und Österreich angesiedelt. Bis auf Deutschland war hier ein vollständiger Rücklauf zu verzeichnen. In Deutschland mit seiner sehr dezentralisierten Anbieterstruktur betrug der Rücklauf ausgefüllter und auswertbarer Fragebögen 59 %. Dieses weniger befriedigende Ergebnis hängt zum einen damit zusammen, dass nicht alle Car-Sharing-Anbieter in Deutschland Mitglied im bcs sind und der Kontakt zu diesen Organisationen weniger direkt ist, zum anderen ist es das Ergebnis der bereits oben erwähnten Schwemme von Anfragen zum Beantworten von Fragebögen und die damit verbundene Unlust, an weiteren Befragungen teilzunehmen.

In den nicht über Partner des momo-Konsortiums abgedeckten europäischen Ländern ist die Beantwortungsquote der Fragebögen deutlich geringer. Hier betrug der Rücklauf ausgefüllter Fragebögen trotz mehrfacher Erinnerungsmails nur 31 % der angefragten Anbieter.

Insgesamt haben 108 europäische Car-Sharing-Anbieter einen auswertbaren Fragebogen zurückgeschickt. Der Rücklauf wird als ausreichend repräsentativ angesehen.

Die detaillierten Angaben zur Versendung von Fragebögen und dem Rücklauf ausgefüllter Fragebögen können der Tabelle 3.1 entnommen werden.

Land	**Anzahl Fragebögen**	**Rücklauf ausgefüllter Fragebögen**
Gesamtergebnis Befragung		
insgesamt verschickte Fragebögen	205	100 %
ausgefüllte Fragebögen zurück	108	53 %
davon in momo-Partnerländern		
insgesamt verschickte Fragebögen	131	100 %
ausgefüllte Fragebögen zurück	84	64 %
davon Belgien	2	100 %
davon Deutschland	68	59 %
davon Finnland	1	100 %
davon Irland	1	100 %
davon Italien	11	100 %
davon Spanien	1	100 %
davon in assoziierten Partnerländern		
davon Österreich	1	100 %
davon Schweiz	1	100 %
davon in anderen europäischen Ländern ohne momo-Partner		
insgesamt verschickte Fragebögen	72	100 %
ausgefüllte Fragebögen zurück	22	31 %

Tab. 3.1: Rücklauf ausgefüllter Fragebögen

Die Qualität des Fragebogenrücklaufs ist jedoch nicht allein aus der Anzahl der ausgefüllten Fragebögen abzuleiten, da auch die Größe der einzelnen Anbieter einen aussagekräftigen Rückschluss auf die Repräsentativität einer Befragung erlaubt. Um diesen Aspekt der Repräsentativität aufzugreifen, wird in der folgenden Tabelle 3.2 – zumindest für die momo-Partnerländer – die Anzahl der Car-Sharing-Fahrzeuge, die von den antwortenden Anbietern gehalten werden, mit der Gesamtzahl der bekannten Car-Sharing-Fahrzeuge verglichen. Auf die Car-Sharing-Fahrzeuge als Vergleichsmaßstab wird zurückgegriffen, weil sie unter den Basisdaten des Car-Sharing-Angebotes am besten objektivierbar ist.

Land	**Anzahl Car-Sharing-Fahrzeuge bei antwortenden Anbietern**	**Anteil an allen Car-Sharing-Fahrzeugen**
Gesamtergebnis Befragung		
Fahrzeuge bei allen angeschriebenen Anbietern	11.909	100 %
Fahrzeuge bei antwortenden Anbietern	6.463	54 %
davon in momo-Partnerländern		
Fahrzeuge bei allen angeschriebenen Anbietern	4.820	100 %
Fahrzeuge bei antwortenden Anbietern	3.526	73 %
davon Belgien	358	100 %
davon Deutschland	2.496	64 %
davon Finnland	38	100 %
davon Irland	9	100 %
davon Italien	498	100 %
davon Spanien	127	100 %
davon in assoziierten Partnerländern		
davon Österreich	169	100 %
davon Schweiz	2.200	100 %
davon in anderen europäischen Ländern ohne momo-Partner		
Fahrzeuge bei allen angeschriebenen Anbietern	4.720	100 %
Fahrzeuge bei antwortenden Anbietern	568	12 %

Tab. 3.2: Repräsentativität der zurückgeschickten Fragebögen am Beispiel des Kriteriums Car-Sharing-Fahrzeuge

Aus der Aufstellung in Tabelle 3.2 (Basis sind die Car-Sharing-Fahrzeuge) ist im Vergleich mit der Tabelle 3.1 (Basis ist die Anzahl der Car-Sharing-Anbieter) ersichtlich, dass zwar in der Gesamtheit der Antwortenden die Repräsentativität auf der Grundlage der Anzahl der Organisationen mit der Repräsentativität auf der Grundlage der im Car-Sharing eingesetzten Fahrzeuge gleich ist. Jedoch sind gewichtige Unterschiede zwischen den momo-Partner-

ländern (einschließlich assoziierter Länder) und den übrigen europäischen Ländern erkennbar. Der Unterschied bei den momo-Partnerländern kommt durch den Rücklauf in Deutschland zustande. Hier haben vergleichsweise größere Car-Sharing-Anbieter geantwortet, die mehr Fahrzeuge im Car-Sharing einsetzen, als dem Durchschnitt entspricht (Anteil Rücklauf 64 % gegenüber 59 %). Dadurch wird auf Basis der Car-Sharing-Fahrzeuge eine größere Repräsentativität erzielt als es die bloße Anzahl der antwortenden Anbieter vermuten ließe. Bei den übrigen europäischen Ländern ist der gegenteilige Effekt erkennbar (Anteil Rücklauf 12 % gegenüber 31 %). Hier haben sich die größeren Anbieter deutlich mit der Beantwortung des Fragebogens zurückgehalten. Dies geht im Übrigen auch aus Tabelle 3.2 hervor.

3.3 Ausgewählte Befragungsergebnisse

Die Angaben in den folgenden Unterkapiteln basieren auf den Befragungsergebnissen der 108 europäischen Car-Sharing-Anbieter, die den im momo-Projekt verschickten Fragebogen ausgefüllt haben. Da die einzelnen Fragebögen unterschiedlich vollständig ausgefüllt wurden, also einzelne Fragen nicht beantwortet wurden, sei es weil die Daten zur Beantwortung nicht verfügbar waren oder weil die Inhalte einzelner Fragen als zu sensibel angesehen wurden, wird in den folgenden Auswertetabellen jeweils die Anzahl der antwortenden Car-Sharing-Anbieter angegeben (n = Anzahl der diese Frage beantwortenden Anbieter).

Die Auswertung beschränkt sich auf die Fragebogenbereiche Teil A (Daten der Car-Sharing-Nutzung), Teil B (Kooperationen) und Teil C (politische Unterstützung). Die nicht vorformulierten Antworten des Teils C gingen auch in die Beschreibungen der Kapitel 6 und 7 dieses Berichtes ein. Der Teil D des Fragebogens (gute Beispiele der Car-Sharing-Praxis) diente der Vorauswahl vorbildlicher Beispiele der Car-Sharing-Praxis, die in den zehn thematischen Fact Sheets als weiterem Output des Arbeitspaketes WP 2 ausgeführt wurden.

Für verschiedene Auswertungen wurde es als sinnvoll angesehen, neben dem Ergebnis für alle Car-Sharing-Anbieter zusätzlich zwischen größeren Anbietern mit mehr als 500 Kunden bzw. mehr als 20 Fahrzeugen und solchen mit bis zu 500 Kunden bzw. 20 Fahrzeugen zu unterscheiden. Dies erscheint zielführend, da zahlreiche kleinere Anbieter zum einen mit einem weniger professionellen Erscheinungsbild nach außen auftreten und häufig ihr Angebot mit einer nur ehrenamtlichen Mitarbeiterschaft organisieren. In vielen Fällen können große Anbieter auch mit Car-Sharing-Angeboten in Großstädten oder Ballungsräumen gleichgesetzt werden, während kleinere Anbieter häufig räumliche Nischen in kleineren Städten oder sogar im ländlichen Raum abdecken.

Wo es für die Interpretation der Ergebnisse zweckmäßig erscheint, werden Auswertungen auch nach Ländern differenziert dargestellt.

3.3.1 Erhebungsergebnisse zur Car-Sharing-Nutzung

Angebotsstart

Die antwortenden Car-Sharing-Anbieter verfügen über sehr unterschiedlich lange zeitliche Erfahrungen und decken das gesamte Spektrum bestehender moderner Car-Sharing-Angebote in Europa ab. In der Schweiz wird seit 1987 Car-Sharing angeboten, die ersten deutschen Teilnehmer an der Befragung starteten 1990. In Deutschland folgte 1992 eine Gründungswelle vieler Car-Sharing-Anbieter in großen Städten, aber auch einige kleine Anbieter begannen bereits zu diesem frühen Zeitpunkt mit ihren Angeboten. Die ersten Anbieter aus einem europäischen Land ohne momo-Partnerorganisation, die Fragebögen beantworteten, begannen 1998 mit ihren Car-Sharing-Projekten. In Italien wurden 2001 die

ersten Angebote in die Tat umgesetzt. Die Neugründungen reichen bis in die jüngste Zeit, so dass einige antwortende Car-Sharing-Anbieter noch nicht über langjährige Erfahrungen verfügen.

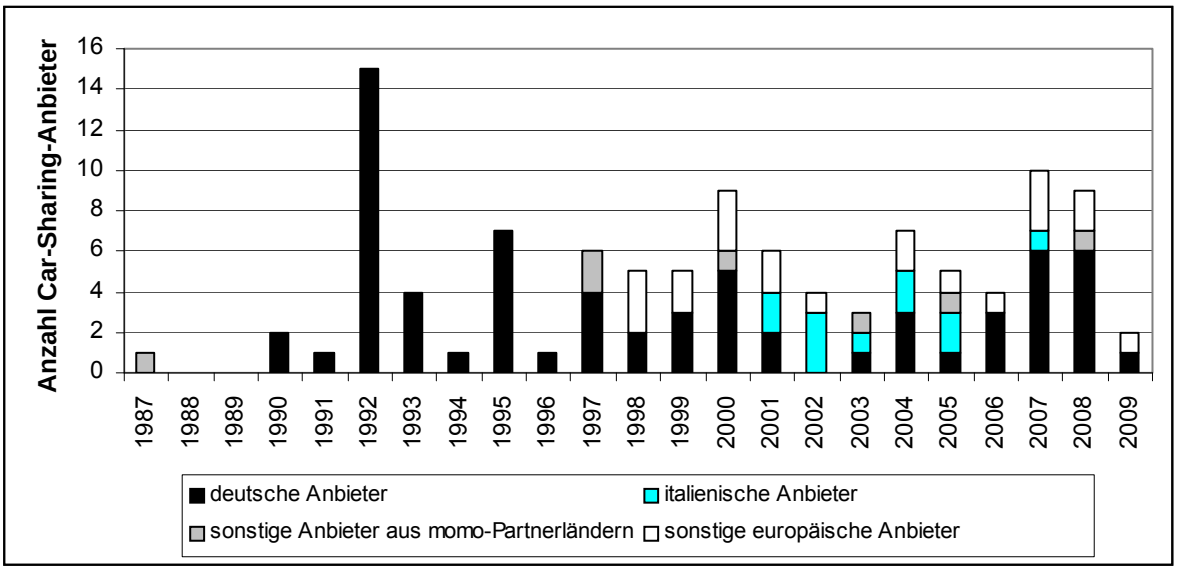


Abb. 3.1: Jahr des Angebotsbeginns der antwortenden Car-Sharing-Anbieter (n = 107)

Anzahl Car-Sharing-Nutzer

Insgesamt waren bei den antwortenden Car-Sharing-Anbietern der Befragung Anfang 2009 fast 220.000 Kunden bzw. Nutzer registriert. Das sind 58 % der für ganz Europa geschätzten Car-Sharing-Nutzer. Wie die folgende Grafik (Abbildung 3.2) zeigt, sind diese Nutzer sehr unterschiedlich auf die einzelnen Anbieter aufgeteilt. Die kleinen Anbieter mit weniger als 100 Nutzern machen sowohl in Deutschland als auch in den übrigen europäischen Ländern, in denen kein momo-Partner vertreten ist, die zahlenmäßig größte Gruppe aus. In den momo-Partnerländern (außer Deutschland) sind die mittelgroßen Anbieter mit 1.000 bis 5.000 Nutzern am häufigsten präsent.

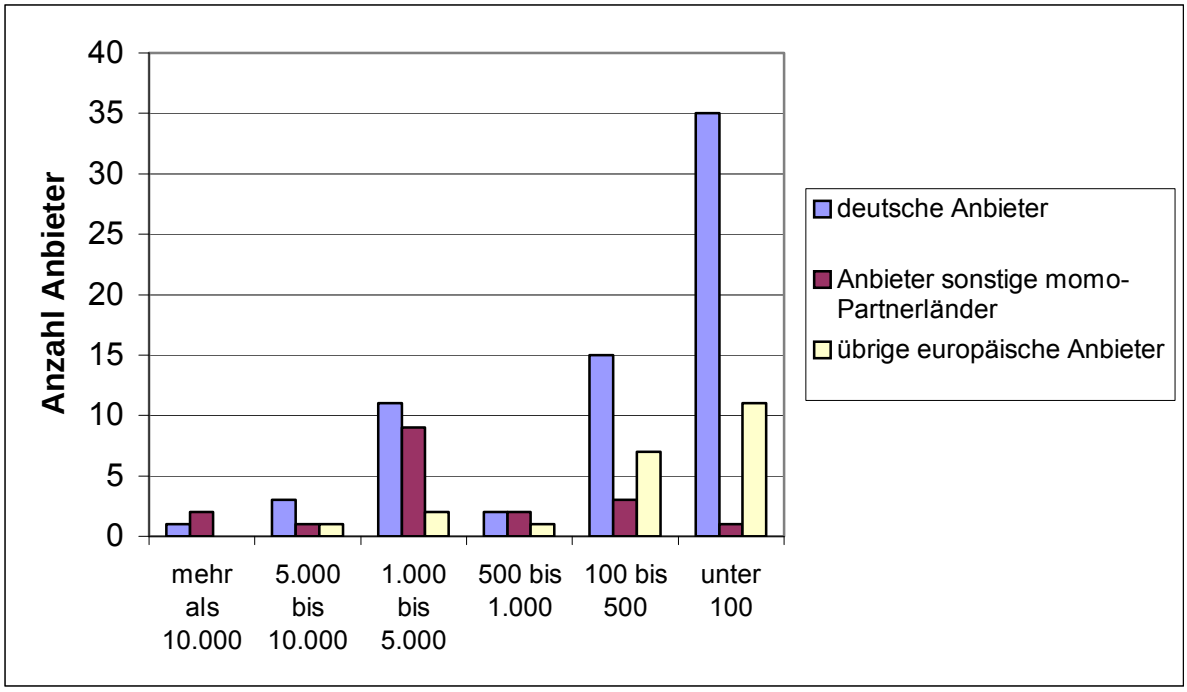


Abb. 3.2: Anzahl antwortender Car-Sharing-Anbieter nach Größenordnung der Nutzerzahlen (n = 107)

Bei vielen Car-Sharing-Anbietern ist zwischen der Anzahl von Kunden bzw. Mitgliedern, mit denen Verträge abgeschlossen werden, und der Anzahl von Nutzungsberechtigten aus diesen Verträgen zu unterscheiden. Dies ist dadurch zu erklären, dass in vielen Fällen zwar nur ein Vertrag mit einem Kunden abgeschlossen wird, damit jedoch ebenso eine Nutzungsberechtigung durch weitere führerscheinbesitzende Mitglieder der Familie oder im Haushalt lebende Personen begründet wird. Im Durchschnitt sind 1,1 Personen pro abgeschlossenem Privatkundenvertrag nutzungsberechtigt. bei kleineren Anbietern erhöht sich diese Zahl auf durchschnittlich 1,2 Nutzungsberechtigte (siehe auch Tab. 3.3).

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 80)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 21)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 59)**
Anzahl Nutzungsberechtigte pro Privatkundenvertrag	1,11	1,11	1,21

Tab. 3.3: Nutzungsberechtigte pro abgeschlossenem Vertrag bei Privatkunden

Dieselbe Unterscheidung zwischen Verträgen und Nutzungsberechtigten wurde auch für gewerbliche Kunden unternommen. Das Verhältnis zwischen Verträgen und Nutzungsberechtigten erreicht im gewerblichen Bereich etwa die dreifache Anzahl im Vergleich zu den Privatkunden. Dies ist einerseits nachvollziehbar, da ein Vertragsabschluss mit einem gewerblichen Kunden ausdrücklich zum Ziel hat, dass alle Mitarbeiter einer Firma, Verwaltung oder Organisation Zugang zu Car-Sharing-Fahrzeugen für ihre dienstlichen Fahrten bekommen sollen. Anderseits zeigt der relativ geringe Anteil von Nutzern zu Verträgen, dass vorwiegend kleinere gewerbliche Kunden in die Auswertung genommen wurden. Jedoch ist

auch zu berücksichtigen, dass nur etwa die Hälfte der antwortenden Car-Sharing-Anbieter hierzu Angaben machten.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 51)	größere Car-Sharing-Anbieter (n = 21)	kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 30)
Anzahl Nutzungsberechtigte pro gewerblichem Kundenvertrag	3,32	3,29	3,96

Tab. 3.4: Nutzungsberechtigte pro abgeschlossenem Vertrag bei gewerblichen Kunden

Eine letzte Auswertung zu den Car-Sharing-Nutzern betrifft das Verhältnis von Privatkunden und gewerblichen Kunden bei den Anbietern. Über alle Anbieter betrachtet wurden 93 % der Nutzungsverträge mit privaten Kunden abgeschlossen, 7 % mit gewerblichen Kunden. Die kleineren Car-Sharing-Anbieter mit weniger als 500 Kunden weisen mit 10,5 % gewerblichen Kunden eine deutlich höhere Quote bei den Gewerbekunden auf. Bezogen auf die nutzungsberechtigten Kunden schlägt das Verhältnis deutlich in Richtung auf die Gewerbekunden aus: 16 % der nutzungsberechtigten Car-Sharing-Kunden nutzen die Car-Sharing-Fahrzeuge aus gewerblichen Anlässen, demgegenüber macht der private Anteil nur noch 84 % aus. Bei den kleineren Anbietern zeigt sich hier wiederum ein deutlich höherer Anteil zugunsten der Gewerbekunden: 27 % gewerbliche Nutzungsberechtigte stehen hier 73 % privaten Nutzungsberechtigten gegenüber.

	alle Car-Sharing-Anbieter	größere Car-Sharing-Anbieter	kleinere Car-Sharing-Anbieter
Anteil Verträge, Privatkunden und gewerbliche Kunden	Privatkunden = 93,3 % gewerbl. Kunden = 6,7 % (n = 57)	Privatkunden = 93,4 % gewerbl. Kunden = 6,6 % (n = 23)	Privatkunden = 89,5 % gewerbl. Kunden = 10,5 % (n = 34)
Anteil Nutzungsberechtigte, Privatkunden und gewerbliche Kunden	Privatkunden = 84,3 % gewerbl. Kunden = 15,7 % (n = 58)	Privatkunden = 84,7 % gewerbl. Kunden = 15,3 % (n = 21)	Privatkunden = 72,7 % gewerbl. Kunden = 27,3 % (n = 37)

Tab. 3.5: Anteil Verträge und Nutzungsberechtigte, Privat- und gewerbliche Kunden

Car-Sharing-Stationen

Die antwortenden Car-Sharing-Anbieter hatten am angegebenen Stichtag insgesamt 6.463 Car-Sharing-Fahrzeuge im Einsatz, die an 3.312 Stationen angeboten wurden. Daraus ergibt sich ein Verhältnis über alle Anbieter von 1,92 Fahrzeugen pro Car-Sharing-Station. Die kleineren Anbieter mit bis zu 20 Fahrzeugen weisen mit 1,31 eine deutlich niedrigere Fahrzeugverfügbarkeit pro Station auf (siehe Tab. 3.6). Die größeren Anbieter organisieren ihre Fahrzeugverfügbarkeit pro Station zum Teil als zielgerichtete Angebotsgestaltung, während

von den kleinen Anbietern dieses Marketinginstrument aufgrund geringerer finanzieller Spielräume oft nicht wahrgenommen werden kann. Je vielfältiger die Fahrzeugauswahl an einer Station, desto größer ist die Flexibilität für die Kunden in Bezug auf die zeitliche Verfügbarkeit oder die Auswahl zwischen unterschiedlichen Fahrzeugmodellen.

Es gibt jedoch auch größere Anbieter, die bewusst einen höheren Anteil Ein-Fahrzeug-Stationen anbieten, um so eine größere Flächenabdeckung zu erzielen. Ein anderes Extrem in der Stationsentwicklung wird vom finnischen Car-Sharing-Anbieter umgesetzt, der in Helsinki wesentlich mehr Stationen vorhält als Car-Sharing-Fahrzeuge. Die einzelnen Stationen sind also nicht ständig mit Fahrzeugen besetzt. Dies gleicht er dadurch aus, dass er Fahrzeuge nach vorreserviertem Bedarf durch Kunden flexibel verschiebt.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 106)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 39)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 67)**
Anzahl Car-Sharing-Fahrzeuge pro Station	1,92	1,98	1,31

Tab. 3.6: Durchschnittliche Anzahl von Car-Sharing-Fahrzeugen an Stationen

Car-Sharing-Fahrzeuge

Die Car-Sharing-Anbieter wurden danach gefragt, ob sie Fahrzeuge mit besonderer umweltfreundlicher Antriebstechnologie in ihrer Flotte haben. Wobei unter der Fragestellung nicht Fahrzeuge mit normalem Benzin- oder Dieselantrieb verstanden wurden, welche die Schadstoffklassen EURO 4 oder EURO 5 einhalten.

47 Anbieter haben die Frage mit „ja“ beantwortet. 9 % der Fahrzeuge dieser Anbieter weisen einen besonderen umweltfreundlichen Antrieb aus. Wenn man davon ausgeht, dass nicht nur diejenigen Car-Sharing-Anbieter, welche die Frage mit „nein“ beantwortet haben, sondern auch diejenigen, die keine Antwort auf die Frage gegeben haben, nicht über Fahrzeuge mit besonderem umweltfreundlichem Antrieb in ihrer Flotte verfügen, reduziert sich der Anteil von „Öko-Fahrzeugen“ bei allen antwortenden Anbietern der Umfrage auf lediglich 4 %.

Erstaunlich ist es, dass die kleineren Anbieter mit 20 oder weniger Fahrzeugen mit 22 % über einen wesentlich höheren Anteil umweltfreundlicher Fahrzeuge in ihrer Flotte verfügen als die größeren Anbieter, bei denen dieser Anteil lediglich 8 % ausmacht. Aus der Umfrage kann nicht abgeleitet werden, ob bei den kleineren Anbietern ein höheres Umweltbewusstsein, größere Experimentierfreudigkeit oder die räumliche Nähe zu entsprechenden Tankstellen bzw. Ladestationen die Ursache für ihren deutlich größeren Anteil von umweltfreundlichen Fahrzeugen darstellt. Ein weiteres überraschendes Detail ist auch, dass alle vier Elektrofahrzeuge in der Auswertung von kleineren Anbietern angeschafft wurden.

In der anschließenden Tabelle 3.7 sind die Ergebnisse im Detail dargestellt.

In Klammern jeweils: Anteil an gesamter Flotte dieser Anbieter	**alle Car-Sharing-Anbieter (n = 47)**	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 23)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 24)**
Anzahl Fahrzeuge mit CNG-Antrieb (komprimiertes Erdgas)	163 (6,0 %)	149 (5,8 %)	14 (8,1 %)
Anzahl Fahrzeuge mit LNG-Antrieb (verflüssigtes Erdgas)	30 (1,1 %)	17 (0,7 %)	13 (7,6 %)
Anzahl Fahrzeuge mit Hybrid-Antrieb	37 (1,4 %)	33 (1,3 %)	4 (2,3 %)
Anzahl Fahrzeuge mit Elektroantrieb	4 (0,1 %)	0 (0,0 %)	4 (2,3 %)
Anzahl Fahrzeuge mit sonstigem Antrieb (Autogas, Ethanol)	13 (0,5 %)	10 (0,4 %)	3 (1,7 %)
Gesamtanzahl Fahrzeuge mit besonderem umweltfreundlichem Antrieb	**247 (9,0 %)**	**209 (8,2 %)**	**38 (22,1 %)**

Tab. 3.7: Car-Sharing-Fahrzeuge mit besonderer umweltfreundlicher Antriebstechnologie

In den folgenden zwei Grafiken sind die Ergebnisse der Umfrage bezüglich des spezifischen CO_2-Ausstoßes der Car-Sharing-Flotten wiedergegeben. Es wurde sowohl nach dem durchschnittlichen CO_2-Ausstoß der gesamten Car-Sharing-Flotte eines Anbieters gefragt als auch noch einmal differenziert nach dem spezifischen CO_2-Ausstoß nur der leichten Nutzfahrzeuge. In den Grafiken wird wiederum differenziert nach Angaben, die aus der jeweiligen Betriebsstatistik errechnet wurden und solchen, die lediglich geschätzt wurden. Letztere Angaben sind sicherlich mit größerer Vorsicht anzusehen als die errechneten Angaben.

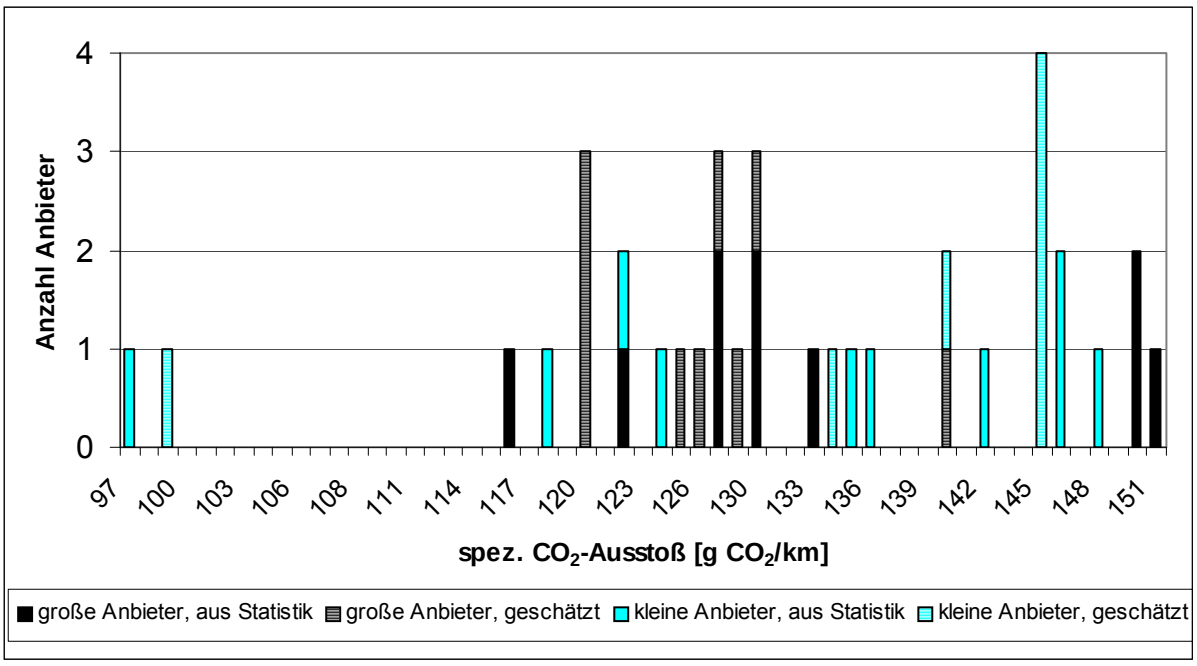


Abb. 3.3: Spezifischer CO_2-Ausstoß der Car-Sharing-Flotten (n = 36)

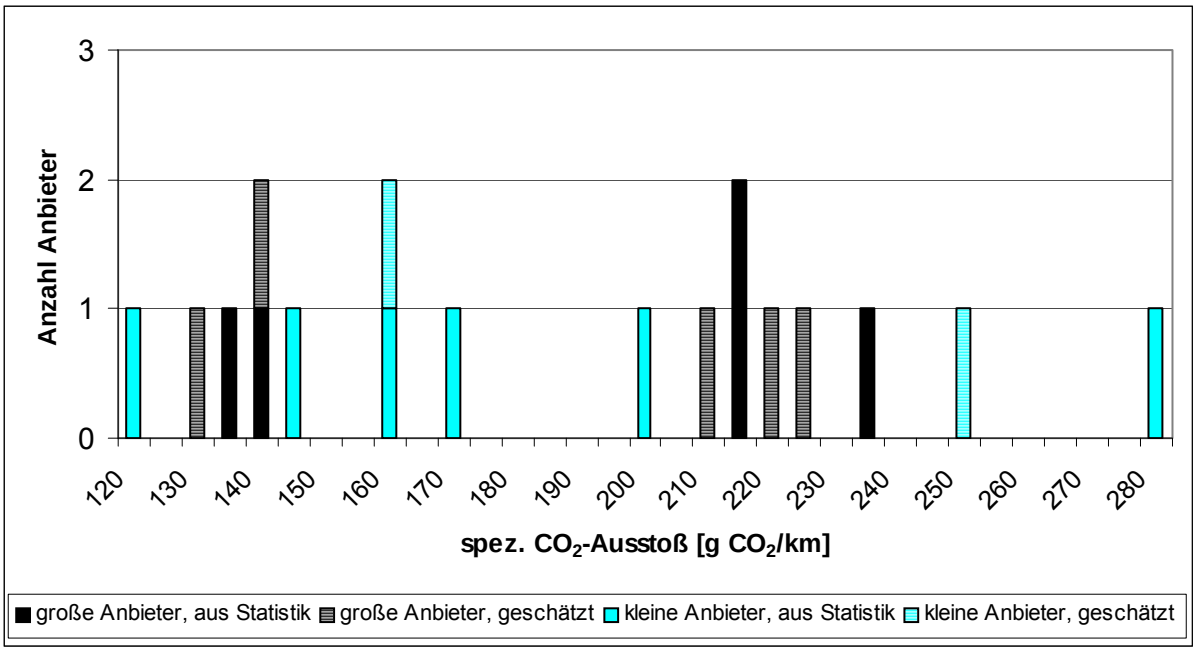


Abb. 3.4: Spezifischer CO_2-Ausstoß der leichten Nutzfahrzeuge in den Car-Sharing-Flotten (n = 18)

Der nach der Anzahl der Fahrzeuge gewichtete durchschnittliche spezifische CO_2-Ausstoß beträgt bei den größeren Anbietern mit mehr als 20 Fahrzeugen 141,9 g CO_2/km (n = 10). Hierbei wurden nur diejenigen Anbieter berücksichtigt, deren Angaben aus der Flottenstatistik berechnet wurden. Dieser relativ hohe spezifische Ausstoß wird maßgeblich von dem Schweizer Anbieter Mobility beeinflusst, der in seiner Flotte einen relativ hohen Anteil höher motorisierter Fahrzeuge für seine gewerblichen Kunden vorhält. Werden die Fahrzeuge von Mobility aus der Durchschnittsberechnung ausgenommen, ergibt sich ein Wert für den

spezifischen CO_2-Ausstoß von 129,6 g CO_2/km (n = 9). Dieser liegt ziemlich nahe am Wert der kleineren Anbieter mit bis zu 20 Fahrzeugen, die einen spezifischen CO_2-Ausstoß von 128,1 g CO_2/km (n = 10) aufweisen.

Damit sind diese Car-Sharing-Anbieter, die berechnete Angaben zu den durchschnittlichen CO_2-Ausstößen ihrer Bestandsflotten machten, bereits heute sehr nahe an der EU-Vorgabe, die die europäischen Autohersteller für ihre Neuwagenflotten ab dem Jahr 2015 einhalten müssen. Zu beachten ist hierbei, dass in die Berechnungen der Car-Sharing-Anbieter nicht nur die Neuwagen eingingen, sondern auch bereits länger in den Flotten eingestellte Fahrzeuge mitgezählt wurden.

Zu den leichten Nutzfahrzeugen und den Kleinbussen, die in den Car-Sharing-Flotten vorgehalten werden, konnte keine vergleichbare Durchschnittsberechnung durchgeführt werden, da hierfür keine extra Bestandszahlen abgefragt wurden, und somit keine Gewichtung der Angaben nach der Fahrzeuganzahl vorgenommen werden konnte.

Räumliche Verteilung der Car-Sharing-Nutzer

Die Erfahrung vieler Anbieter belegt, dass die räumliche Verteilung der Car-Sharing-Nutzer im Stadtgebiet typische Verteilungsmuster erkennen lässt, die offenbar weitgehend unabhängig von den konkreten Städten sind. Danach wohnt ein Großteil der privaten Car-Sharing-Nutzer in dichtbebauten, innenstadtnahen Stadtteilen. Die kleinteilige Mischung von unterschiedlichen Nutzungen (Wohnen, Einkaufen, Kleingewerbe und Dienstleistungen) erzeugt in diesen Quartieren eine hohe Urbanität und vermittelt ihren Bewohnern eine besondere Lebendigkeit des gebauten Raumes. Diese Stadtteile haben vielfach ein gutes ÖPNV-Angebot und sind gut mit dem Fahrrad zu erreichen. Andererseits ist hier häufig der Parkdruck zum Abstellen der privaten Kraftfahrzeuge besonders hoch.

Um nachzuprüfen, ob die befragten Car-Sharing-Anbieter in unserer Untersuchung ähnliche Verteilungsmuster ihrer Kunden aufweisen, wurde die Frage der Verteilung der privaten wie der gewerblichen Kunden im Stadtgebiet gestellt. Es wurden idealtypisch die folgenden vier Stadtbereiche unterschieden: 1. Stadtzentrum/Innenstadt, 2. innenstadtnahe, dicht bebaute Stadtteile, 3. etwas weiter vom Stadtzentrum entfernte Stadtteile und 4. periphere Stadtteile. Allerdings konnte vermutlich nicht in allen Fällen sichergestellt werden, dass jeder Antwortende die gleichen Vorstellungen von der räumlichen Lage der Gebiete hatte. Auch beruhen die Angaben eher auf Schätzungen, als dass genaue Statistiken darüber geführt und herangezogen wurden.

Bezogen auf alle antwortenden Car-Sharing-Anbieter wohnt ein Drittel der Privatkunden im Zentrum ihrer Städte, eine weitere Hälfte in den die City umlagernden, dicht bebauten Stadtteilen. 12 % der Privatkunden finden sich in den weiter entfernten Stadtteilen, in denen häufig auch größere Anteile des sozialen Wohnungsbaus zu finden sind. Lediglich 5 % der Privatkunden kommen aus den peripheren Stadtteilen, die häufig einen größeren Anteil begrünter Wohngrundstücke mit freistehenden Einfamilienhäusern aufweisen. Diese Ergebnisse unserer Umfrage sind vergleichbar mit anderen wissenschaftlichen Untersuchungen der räumlichen Verteilung der Car-Sharing-Nutzer. Sie sind nicht das Ergebnis einer angebotsgesteuerten Stationsentwicklung der Anbieter, sondern beruhen auf den Mobilitätsorientierungen und Präferenzen der typischen Bewohner dieser Stadträume.

Die Unterschiede zwischen größeren und kleineren Anbietern lassen sich daraus erklären, dass kleinere Anbieter eher in kleineren Städten zu finden sind, in denen der Anteil der Einwohner im Zentrum noch größer ist und dicht bebaute innenstadtnahe Stadtteile nicht so deutliche Urbanitätsqualitäten besitzen.

Im Prinzip findet sich ein ähnliches räumliches Verteilungsmuster auch bei den gewerblichen Car-Sharing-Nutzern, wie Abbildung 3.5 zeigt. Das stimmt damit überein, dass es sich bei den gewerblichen Kunden der antwortenden Car-Sharing-Anbieter vorwiegend um kleinere Firmen oder Organisationen handelt, was aus der Anzahl von 3,3 Nutzungsberechtigten pro gewerblichem Kundenvertrag geschlossen werden kann (siehe Tabelle 3.4). Kleinere Agenturen und Dienstleistungsbetriebe siedeln sich ebenfalls bevorzugt in innenstadtnahen, gemischt genutzten Stadtteilen an, so dass die Hauptursprungsräume sowohl der privaten als auch der gewerblichen Car-Sharing-Kunden bisher gut übereinstimmen. Mit der bereits anlaufenden Verbreitung des Car-Sharing-Gedankens in größere Firmen mag sich das mit der Zeit ändern.

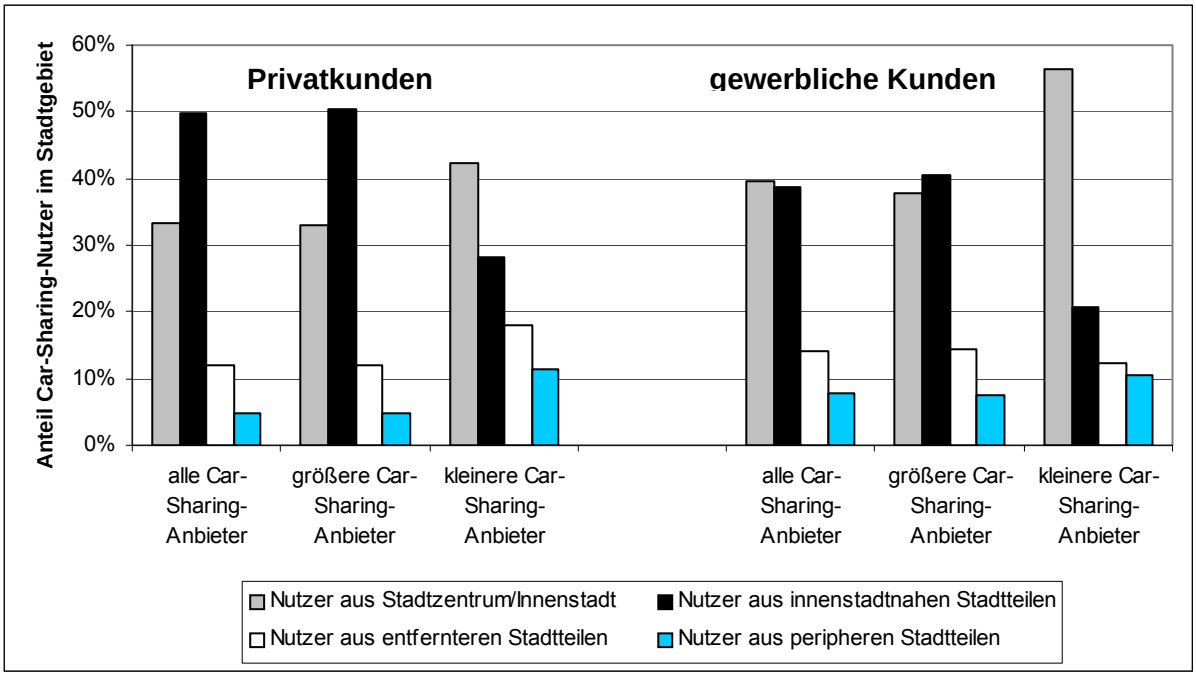


Abb. 3.5: Räumliche Verteilung der Car-Sharing-Nutzer im Stadtgebiet

Abgeschaffte Privatwagen

In Frage A.11 wurden die Car-Sharing-Anbieter darüber befragt, ob Ihnen Angaben vorliegen, wie viele ihrer Kunden wegen ihrer Car-Sharing-Teilnahme ein Privatauto abgeschafft oder den geplanten Neukauf eines Privatwagens nicht getätigt haben. 34 Anbieter haben geantwortet, dass Ihnen – aus unterschiedlichen Quellen – dazu Informationen vorliegen.

Die Angaben beruhen sowohl auf routinemäßig erhobenen Angaben bei der Neuaufnahme von Kunden als auch auf persönlichen Gesprächen mit neuen Kunden bzw. Mitgliedern, letzteres ist vor allem bei kleineren Anbietern relevant. Teilweise wurden die Angaben auch aus wissenschaftlichen Untersuchungen und Kundenbefragungen bezogen, die in einigen Fällen auch schon einige Jahre zurückliegen.

Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse der Befragung können also nicht als wissenschaftlich verifizierter Befund gewertet werden, sondern eher als Beleg dafür, dass eine erhebliche Anzahl von Privatwagen durch die Car-Sharing-Nutzung überflüssig wird und von ihren Besitzern abgeschafft wird. Dabei ist es unerheblich und auch nicht abgefragt worden,

ob es sich bei den abgeschafften Fahrzeuge um die einzigen Fahrzeuge im Haushalt der Car-Sharing-Teilnehmer handelt oder um den Zweit- oder gar Drittwagen.

Wenn man davon ausgeht, dass jeder genannte Car-Sharing-Nutzer mindestens einen Privatwagen abgeschafft oder nicht angeschafft hat, wurden von den Kunden der 34 antwortenden Car-Sharing-Anbietern mehr als 13.800 Privatwagen ersetzt. Nach den angegebenen Antworten ist also von einem guten Viertel der Car-Sharing-Kunden ein solches Verhalten bekannt. Wenn die Anzahl der abgeschafften oder nicht angeschafften Privatwagen mit der Anzahl der in den Car-Sharing-Flotten eingesetzten Fahrzeuge verglichen wird, so kommen auf jedes Car-Sharing-Fahrzeug im statistischen Mittel sieben abgeschaffte oder nicht angeschaffte Privatwagen. Die kleineren Anbieter kommen danach auf einen deutlich niedrigeren Wert von 1,9 abgeschaffte Privatwagen auf jedes Car-Sharing-Fahrzeug.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 34)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 11)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 23)**
Anzahl Car-Sharing-Kunden, die Privatwagen abgeschafft oder geplanten Neukauf abgesagt haben	13.815	13.546	269
entspricht Anteil an allen Kunden dieser Anbieter	27,3 %	27,7 %	15,6 %
Verhältnis abgeschaffte oder nicht angeschaffte Privatwagen zu Fahrzeugen in Car-Sharing-Flotte	7,0 zu 1	7,3 zu 1	1,9 zu 1

Tab. 3.8: Abgeschaffte oder nicht angeschaffte Privatwagen von Car-Sharing-Kunden

Kennzahlen der Car-Sharing-Nutzung

Die fünf Fragen, deren Ergebnisse in den folgenden Tabellen wiedergeben werden, wurden lediglich den Car-Sharing-Anbietern in den momo-Partnerländern gestellt. Die Angaben der Car-Sharing-Anbieter wurden nach der Anzahl der Fahrzeuge in ihren Flotten gewichtet.

Die größeren Car-Sharing-Anbieter mit mehr als 20 Fahrzeugen erreichen eine durchschnittliche **Jahresfahrleistung** ihrer Fahrzeuge im Car-Sharing-Betrieb von 23.510 km, die kleineren Anbieter kommen demgegenüber nur auf eine Jahresfahrleistung von 13.658 km. Damit zeigt sich, dass größere Anbieter ihre Fahrzeuge wesentlich effizienter einsetzen können.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 51)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 22)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 29)**
km pro Car-Sharing-Fahrzeug bei antwortenden Car-Sharing-Anbietern	23.158	23.510	13.658

Tab. 3.9: Durchschnittliche Jahresfahrleistung der Car-Sharing-Fahrzeuge in 2008

Car-Sharing-Fahrzeuge werden im Durchschnitt für ein Viertel des Tages von den Kunden reserviert. Auch hier sind die Fahrzeuge der größeren Anbieter besser **ausgelastet** (28,8 % der Tageszeit) als diejenigen der kleineren Anbieter (22,6 %). Jedoch ist der Unterschied zwischen beiden Kategorien wesentlich geringer als bei den durchschnittlichen Jahresfahrleistungen.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 48)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 25)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 23)**
Anteil der Stunden (in % von 24 Std.), in denen die Car-Sharing-Fahrzeuge täglich ausgelastet waren	25,9 %	28,8 %	22,6 %

Tab. 3.10: Zeitliche Auslastung der Car-Sharing-Fahrzeuge in 2008

In einer weiteren Frage wurde nach der Anzahl der jährlichen **Buchungen pro Privatkunde** bzw. gewerblichem Kunde gefragt. Hier zeigt sich, dass die kleineren Anbieter mit weniger als 500 Car-Sharing-Nutzern eine höhere durchschnittliche Buchungszahl pro Privatkunden aufweisen (19,7 Buchungen pro Kunden und Jahr) als die größeren Anbieter (15,1 Buchungen).

Die Auswertung der jährlichen Buchungen pro gewerblichem Kunden wird hier nicht dargestellt, da befürchtet werden muss, dass die Frage von vielen Antwortenden nicht richtig beantwortet wurde und die Fehlerwahrscheinlichkeit als zu hoch eingeschätzt wird.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 36)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 16)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 20)**
Durchschnittliche Anzahl von Buchungen pro Privatkunden	15,2	15,1	19,7

Tab. 3.11: Anzahl von Buchungen durch Privatkunden in 2008

Die **Jahresfahrleistung pro privatem Kunde** hat im Jahr 2008 für alle Anbieter 737 Kilometer betragen. Auch dieses Ergebnis wird vor allem durch die erheblich größere Anzahl gewichteter Kunden der größeren Anbieter bestimmt. Demgegenüber weisen die kleineren Anbieter mit weniger als 500 Nutzern mit durchschnittlich 1.159 Jahreskilometer erheblich höhere Fahrleistungen aus. Die durchschnittlichen Jahresfahrleistungen pro gewerblichem Kunden weisen etwa 2,5-fach höhere Werte aus. Der durchschnittliche gewerbliche Kunde hat im Jahr 2008 1.868 Kilometer im Car-Sharing-Fahrzeug zurückgelegt. Zu beachten ist hierbei, dass in die Berechnung nicht die Anzahl der Nutzungsberechtigten, sondern die der abgeschlossenen Vertragspartner eingeht. Auch bei den gewerblichen Kunden haben die kleineren Anbieter wesentlich höhere durchschnittliche Fahrleistungen pro Kunde.

	alle Car-Sharing-Anbieter	größere Car-Sharing-Anbieter	kleinere Car-Sharing-Anbieter
Gewichtete durchschnittliche Jahresfahrleistung pro Privatkunde im Jahr 2008 [in km]	737 (n = 31)	732 (n = 13)	1.159 (n = 18)
Gewichtete durchschnittliche Jahresfahrleistung pro gewerblichem Kunde im Jahr 2008 [in km]	1.868 (n = 20)	1.837 (n = 8)	2.868 (n = 12)

Tab. 3.12: Jahresfahrleistung je Privat- und je gewerblichem Kunde in 2008

Die letzte Abfrage in diesem Bereich betraf die **durchschnittliche zeitliche Ausleihdauer**. Bei den Privatkunden dauerte die durchschnittliche Ausleihe 8,5 Stunden an, bei den gewerblichen Kunden war sie mit 7,6 Stunden etwas kürzer. Jedoch ist bei dieser Auswertung zu beachten, dass nur eine relativ kleine Anzahl von Anbietern die Fragen beantwortet hat. Gegenüber anderen Erfahrungswerten erscheinen die Ergebnisse relativ hoch.

	alle Car-Sharing-Anbieter	größere Car-Sharing-Anbieter	kleinere Car-Sharing-Anbieter
Durchschnittliche Ausleihdauer pro privatem Kunde [in Stunden]	8,5 (n = 29)	9,5 (n = 13)	7,6 (n = 16)
Durchschnittliche Ausleihdauer pro gewerblichem Kunde [in Stunden]	7,6 (n = 19)	8,9 (n = 7)	6,9 (n = 12)

Tab. 3.13: Durchschnittliche Ausleihdauer in 2008

Die Fragen A.13.1 bis A.13.3 nach den **Zielgruppen**, die von den Car-Sharing-Anbietern in besonderer Weise angesprochen werden, wurden von den meisten Befragten nicht in der erwarteten Richtung beantwortet. Aus den Antworten lässt sich entnehmen, dass das Zielgruppenverständnis bei vielen Befragten nicht sehr differenziert ist oder die Frage gänzlich fehlinterpretiert wurde. Daher wird auf eine Auswertung dieser Fragestellung verzichtet.

3.3.2 Erhebungsergebnisse zu Kooperationen der Car-Sharing-Anbieter

Der zweite Teil des Fragebogens beschäftigte sich mit den Kooperationen, die von den Car-Sharing-Anbietern mit anderen Verkehrsunternehmen oder Mobilitätsdienstleistern eingegangen wurden.

Kooperationen mit ÖPNV-Unternehmen

Die größte Rolle bei den Kooperationen spielt die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die den öffentlichen Personennahverkehr in den Städten oder im Umland der Städte organisieren. Hierbei werden drei unterschiedliche Beteiligte unterschieden: 1. die in den Städten den ÖPNV betreibenden örtlichen Verkehrsunternehmen, 2. die Verkehrsunternehmen, die in den Umlandregionen regionale Busdienste anbieten oder Eisenbahnen ins Umland betreiben sowie 3. die Aufgabenträger des ÖPNV bzw. die Verkehrsverbünde, die in integrierten ÖPNV-Verbänden oftmals für die Tarifpolitik eines größeren Gebietes zuständig sind.

Ein Drittel der antwortenden Car-Sharing-Anbieter verfügt über eine Kooperation mit einem **örtlichen Verkehrsunternehmen**. Hierbei ist festzustellen, dass die größeren Anbieter wesentlich mehr Vereinbarungen über eine Zusammenarbeit geschlossen haben, hier ist der Anteil der kooperierenden Car-Sharing-Anbieter mit zwei Dritteln fast doppelt so hoch.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)**
Kooperation mit örtlichem Verkehrsunternehmen vereinbart (vertraglich oder informell)	37 Car-Sharing-Anbieter (34,3 %)	23 Car-Sharing-Anbieter (65,7 %)	14 Car-Sharing-Anbieter (19,2 %)

Tab. 3.14: Kooperationen mit örtlichen Verkehrsunternehmen

Inhalte von Kooperationen mit örtlichen Verkehrsunternehmen sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Vergünstigte Tarifangebote und Einstiegskonditionen für ÖPNV-Stammkunden,
- gemeinsame Werbeaktivitäten und Öffentlichkeitsarbeit zugunsten Car-Sharing,
- gemeinsames Marketing,
- gemeinsame Vertriebswege zur Aufnahme von neuen Car-Sharing-Kunden,
- gemeinsame Informationsstände,
- Angebot von Car-Sharing-Stellplätzen auf Flächen der Verkehrsunternehmen,
- regelmäßige Kommunikation über Car-Sharing gegenüber ÖPNV-Kunden,
- Car-Sharing-Anbieter ist Teil eines Verkehrsunternehmens,
- freies Parken an Eisenbahnstationen,

- Vergünstigungen im Car-Sharing für Mitarbeiter des Verkehrsunternehmens,
- Car-Sharing-Informationen in ÖPNV-Liniennetzplänen und an Haltestellen,
- gemeinsame elektronische Zugangskarte.

Die Zusammenarbeit wird von den Car-Sharing-Anbietern vor allem als Instrument angesehen, die Aufmerksamkeit in der Bevölkerung gegenüber dem Car-Sharing-Angebot zu erhöhen, die Bedeutung der Zusammenarbeit wird sowohl von den größeren Anbietern als auch von den kleineren Organisationen durchschnittlich als wichtig angesehen (Bewertung auf der Skala zwischen 1 = sehr wichtig bis 5 = nicht wichtig mit 2,24 angegeben). Mit 2,37 leicht schwächer wurde die Bedeutung der Zusammenarbeit für das Kundenwachstum im Car-Sharing angesehen, wobei jeweils die größeren Anbieter eine etwas bessere Einschätzung abgaben. Der Zustand der Kooperationen wurde jedoch nur als mittel bzw. befriedigend eingeschätzt (Bewertung aller Antwortenden 2,76), es wird also von Seiten der Car-Sharing-Anbieter Verbesserungspotenzial gesehen.

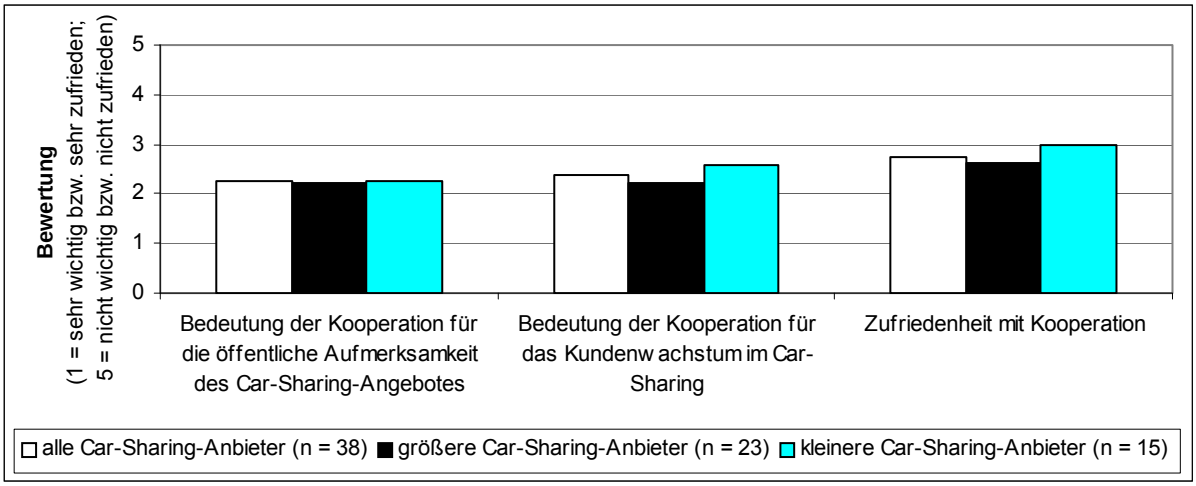


Abb. 3.6: Bewertung der Kooperationen mit örtlichen Verkehrsunternehmen

Gegenüber **regionalen Verkehrsunternehmen** verfügen wesentlich weniger Anbieter über Erfahrungen mit Kooperationen. Hier hat lediglich ein Viertel der größeren Car-Sharing-Anbieter eine Zusammenarbeit mit einem regionalen Verkehrsunternehmen vertraglich oder informell vereinbart. Bei den kleineren Anbietern sind es nur 5 %.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)**
Kooperation mit regionalem Verkehrsunternehmen vereinbart (vertraglich oder informell)	13 Car-Sharing-Anbieter (12,0 %)	9 Car-Sharing-Anbieter (25,7 %)	4 Car-Sharing-Anbieter (5,5 %)

Tab. 3.15: Kooperationen mit regionalen Verkehrsunternehmen

Inhalte von Kooperationen mit regionalen Verkehrsunternehmen sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Vergünstigte Tarifangebote,
- gemeinsames Marketing,
- Verkehrsunternehmen unterstützt Werbung für Car-Sharing,
- Zusammenarbeit im Vertrieb,
- Kommunikation über Car-Sharing,
- regionales Verkehrsunternehmen ist Anteilseigner des Car-Sharing-Anbieters.

Die Bewertung der Bedeutung dieser Kooperationen fällt im Vergleich zu den örtlichen Verkehrsunternehmen bei den regionalen Verkehrsunternehmen für die Gesamtheit der Antwortenden etwas zurückhaltender aus. Dies ist jedoch darauf zurückzuführen, dass die kleineren Car-Sharing-Anbieter eine deutlich schlechtere Bewertung der Kooperation, sowohl in Bezug auf die öffentliche Aufmerksamkeit als auch in Bezug auf das Kundenwachstum, abgeben. Die größeren Car-Sharing-Anbieter, die auf der regionalen Ebene über eine Kooperation mit einem Verkehrsunternehmen verfügen, bewerten diese sogar positiver als gegenüber den örtlichen Verkehrsunternehmen. Auch ist hier im Vergleich zu den örtlichen Kooperationen eine etwas höhere Zufriedenheit über den Zustand der Zusammenarbeit festzustellen.

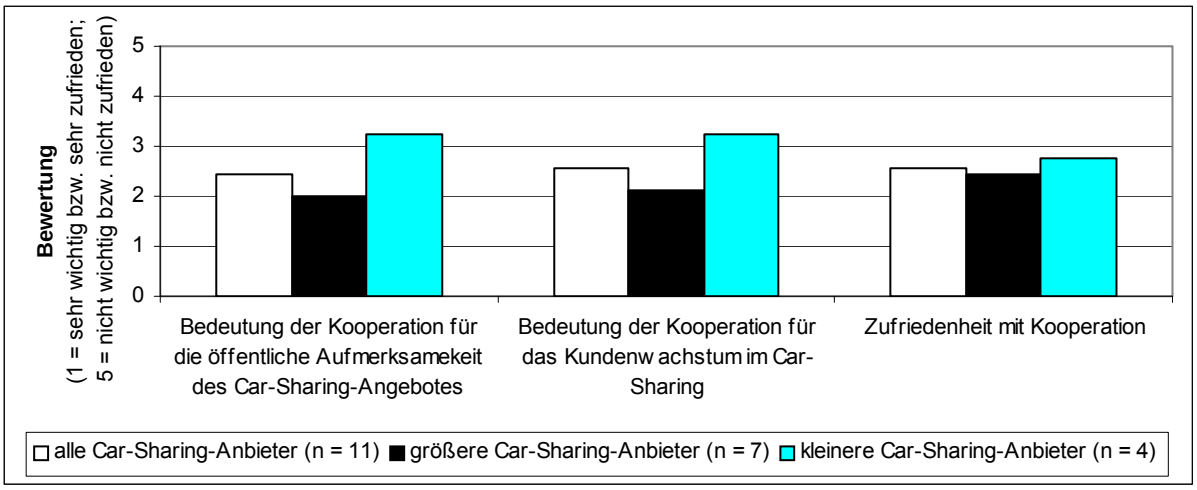


Abb. 3.7: Bewertung der Kooperationen mit regionalen Verkehrsunternehmen

Die Hälfte der größeren Car-Sharing-Anbieter hat eine Kooperation mit einem **ÖPNV-Aufgabenträger bzw. einem Verkehrsverbund** vereinbart, bei den kleineren Anbietern sind es nur 11 %.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)	kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)
Kooperation mit Aufgabenträger des ÖPNV oder Verkehrsverbund vereinbart (vertraglich oder informell)	26 Car-Sharing-Anbieter (24,1 %)	18 Car-Sharing-Anbieter (51,4 %)	8 Car-Sharing-Anbieter (11,0 %)

Tab. 3.16: Kooperationen mit Aufgabenträgern ÖPNV oder Verkehrsverbünden

Inhalte von Kooperationen mit ÖPNV-Aufgabenträgern oder Verkehrsverbünden sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Gemeinsame vergünstigte Tarifangebote für ÖPNV-Stammkunden,
- Kooperation bei Werbemaßnahmen,
- gemeinsames Marketing,
- Zusammenarbeit im Vertrieb, Aufnahme von Car-Sharing-Kunden in Mobilitätszentrale,
- Car-Sharing-Stellplätze werden in Haltestellenplänen angezeigt,
- Zusammenarbeit mit ÖPNV Call Center,
- Car-Sharing-Anbieter bekommt (zeitlich begrenzt) finanzielle Unterstützung durch ÖPNV-Aufgabenträger,
- gemeinsames elektronisches Zugangsmedium,
- vergünstigte ÖPNV-Tarife für Car-Sharing-Kunden,
- Aufgabenträger ist Anteilseigner des Car-Sharing-Unternehmens.

Die Bedeutung dieser Kooperationen für die öffentliche Wahrnehmung des Car-Sharing-Angebotes wird mit 2,67 über alle Anbieter schlechter eingeschätzt als bei den vorangegangenen ÖPNV-Kooperationen. Dies wird durch eine schlechtere Einstufung durch die größeren Anbieter bedingt. Die Bedeutung der Kooperationen für das Kundenwachstum im Car-Sharing wird von den kleineren Anbietern als höher geschätzt als bei den vorhergehenden Gruppen. Die größeren Anbieter schätzen diese Bedeutung niedriger ein. Die Zufriedenheit mit den Kooperationen kann als mittel bewertet werden.

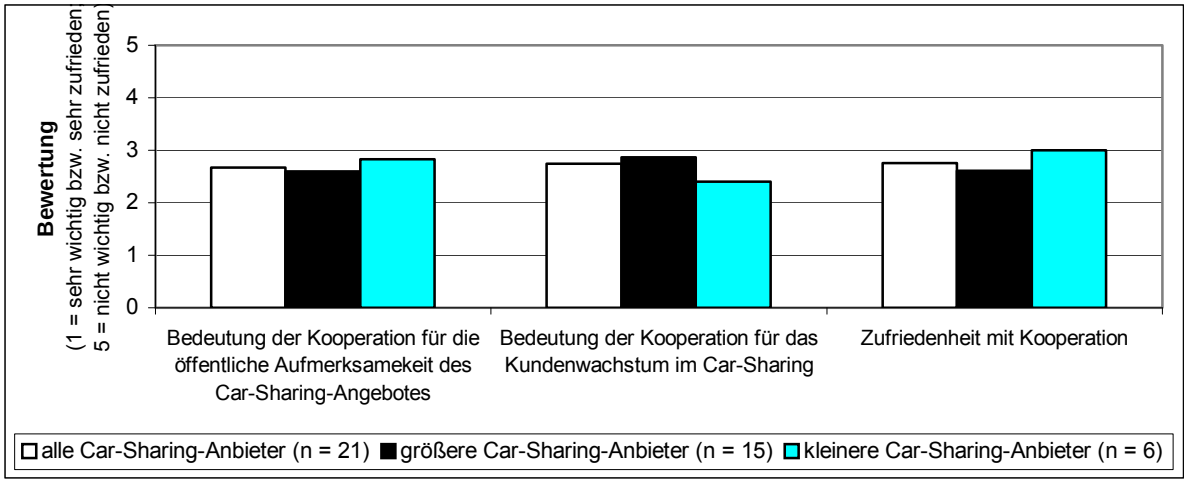


Abb. 3.8: Bewertung der Kooperationen mit ÖPNV-Aufgabenträgern und Verkehrsverbünden

Kooperationen mit Fahrradanbietern

Nur ein Viertel der größeren Car-Sharing-Anbieter und lediglich 5 % der kleineren hat eine Zusammenarbeit mit einem Fahrradverleih-Unternehmen oder einem Fahrradanbieter vereinbart.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)**
Kooperation mit Fahrradanbieter oder Fahrradverleih vereinbart (vertraglich oder informell)	13 Car-Sharing-Anbieter (12,0 %)	9 Car-Sharing-Anbieter (25,7 %)	4 Car-Sharing-Anbieter (5,5 %)

Tab. 3.17: Kooperationen mit Fahrradanbietern oder Fahrradverleih-Unternehmen

Inhalte von Kooperationen mit Fahrradanbietern oder Fahrradverleih-Unternehmen sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Rabattaktionen für Car-Sharing-Kunden,
- gegenseitige Werbeaktivitäten,
- Informationen über Car-Sharing an Kunden von Fahrradläden,
- günstige Einstiegskonditionen ins Car-Sharing für Kunden von Fahrradläden,
- Sonderkonditionen für Car-Sharing-Kunden im Fahrradparkhaus.

Die Bedeutung der Kooperationen mit Fahrradanbietern in Bezug auf die öffentliche Aufmerksamkeit wird von den größeren Anbietern mit mittel, von den kleineren nur mit weniger wichtig eingestuft. Die Bedeutung für das Kundenwachstum wird von allen als weniger wichtig erachtet.

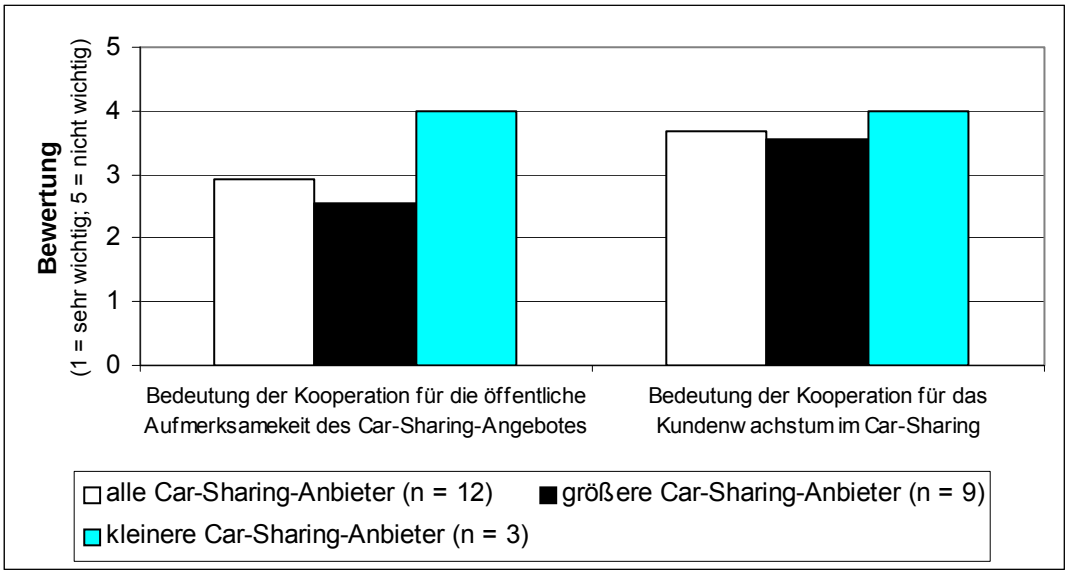


Abb. 3.9: Bewertung der Kooperationen mit Fahrradanbietern oder Fahrradverleih-Unternehmen

Kooperationen mit Taxidiensten

Nur neun antwortende Car-Sharing-Anbieter sind eine Zusammenarbeit mit einem örtlichen Taxidienst eingegangen.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)**
Kooperation mit Taxidienst vereinbart (vertraglich oder informell)	9 Car-Sharing-Anbieter (8,3 %)	6 Car-Sharing-Anbieter (17,1 %)	3 Car-Sharing-Anbieter (4,1 %)

Tab. 3.18: Kooperationen mit örtlichen Taxidiensten

Inhalte von Kooperationen mit örtlichem Taxidienst sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Vergünstigte Taxitarife für Car-Sharing-Kunden,
- Car-Sharing-Buchungszentrale (auch zeitweise) bei Taxizentrale,
- Kundentransfer bei Störungen per Taxi,
- bargeldlos Taxi fahren,
- Car-Sharing-Werbung auf Taxis.

Die Bedeutung dieser Kooperationen wird im Durchschnitt von allen Car-Sharing-Akteuren zwischen weniger wichtig und nicht wichtig für die öffentliche Wahrnehmung bzw. das Kundenwachstum bewertet.

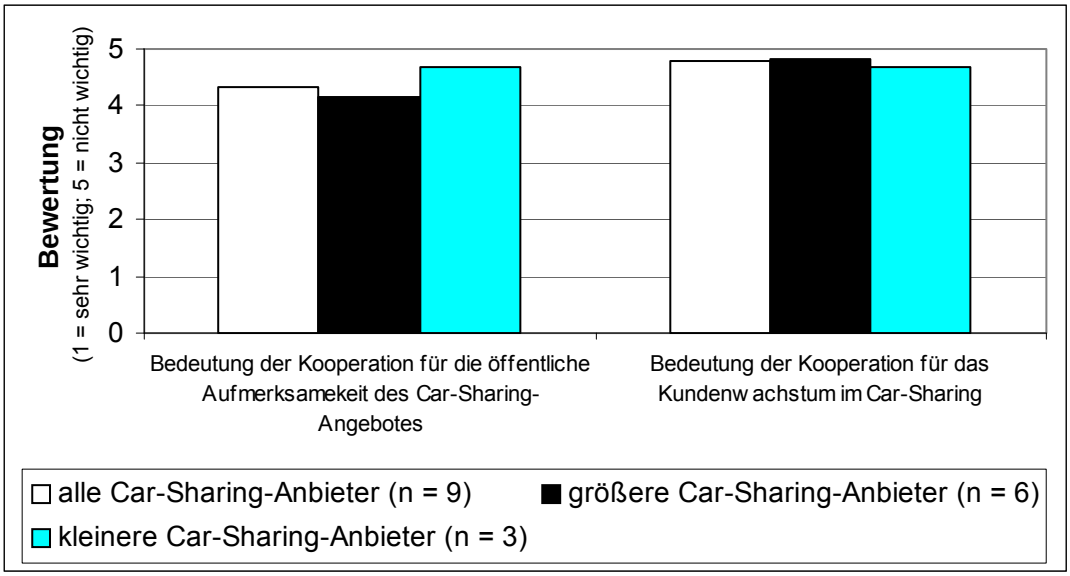


Abb. 3.10: Bewertung der Kooperationen mit örtlichen Taxidiensten

Kooperationen mit Autovermietungs-Unternehmen

Die Zusammenarbeit mit Autovermietungs-Unternehmen hat für die Car-Sharing-Anbieter eine größere Bedeutung. Fast ein Drittel der antwortenden Anbieter verfügt über eine solche Kooperation, bei den größeren Car-Sharing-Unternehmen sogar fast jeder zweite.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)**
Kooperation mit Autover-mietungsunternehmen vereinbart (vertraglich oder informell)	32 Car-Sharing-Anbieter (29,6 %)	17 Car-Sharing-Anbieter (48,6 %)	15 Car-Sharing-Anbieter (20,5 %)

Tab. 3.19: Kooperation mit Autovermietungsunternehmen

Inhalte von Kooperationen mit Autovermietungsunternehmen sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Günstigere Tarife für Car-Sharing-Kunden,
- Überbrücken von Kapazitätsengpässen im Car-Sharing-Fuhrpark,
- längere Fahrten werden mit Fahrzeugen der Autovermietung durchgeführt,
- Car-Sharing-Fahrzeuge werden bei Autovermietunternehmen geleast,
- Ausleihen von Kleintransportern, die nicht Bestandteil im Car-Sharing-Fuhrpark sind,
- Einwegfahrten mit Autovermietfahrzeugen.

Die Bedeutung der Kooperation für die öffentliche Wahrnehmung wurde von den Car-Sharing-Anbietern mit 3,34 nur als mittel eingeschätzt, die Bedeutung für das Kundenwachs-tum wurde mit 3,62 noch etwas geringer bewertet.

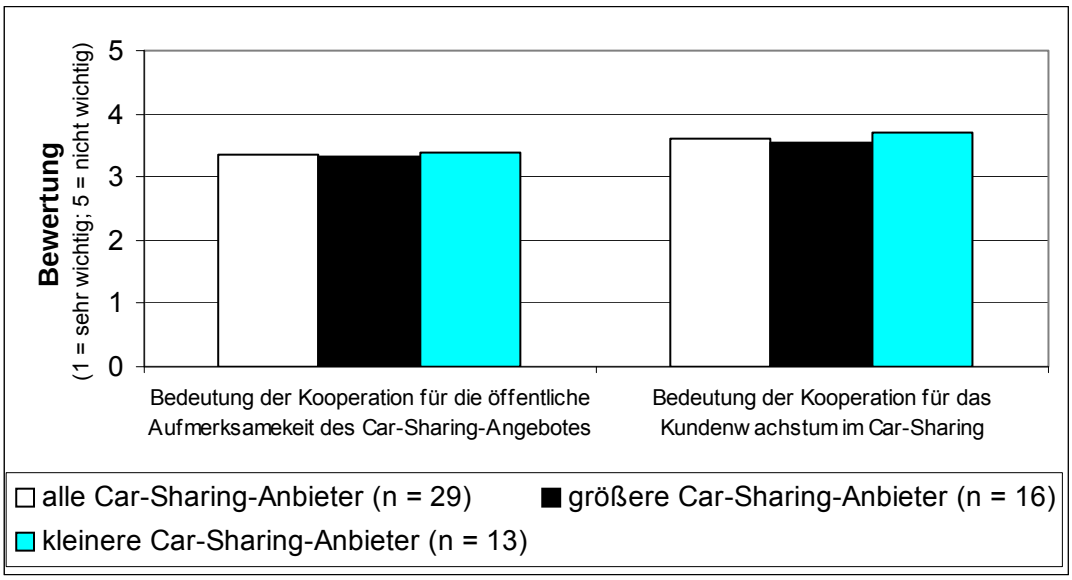


Abb. 3.11: Bewertung der Kooperationen mit Autovermietungsunternehmen

Kooperationen mit Autohäusern

Jeder fünfte Car-Sharing-Anbieter ist eine Kooperation mit einem Autohaus eingegangen, wobei skeptisch nachgefragt werden kann, ob von den Antwortenden zwischen einer normalen Handelsbeziehung zum Kauf eines Autos und einer weitergehenden kontinuierlichen Zusammenarbeit unterschieden wurde. Die größeren Car-Sharing-Anbieter sehen einen größeren Bedarf nach einer Zusammenarbeit, hier hat jeder Vierte eine solche Kooperation vereinbart.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)**
Kooperation mit Autohaus vereinbart (vertraglich oder informell)	20 Car-Sharing-Anbieter (18,5 %)	9 Car-Sharing-Anbieter (25,7 %)	11 Car-Sharing-Anbieter (15,1 %)

Tab. 3.20: Kooperation mit Autohäusern

Inhalte von Kooperationen mit Autohäusern sind neben dem normalen Bezug von Neufahrzeugen (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Bezug von Neuwagen zu vergünstigten Konditionen,
- Anmietung von Fahrzeugen,
- Unfallersatzwagen.

Die Bedeutung der Kooperationen mit Autohäusern differiert in der Einschätzung zwischen größeren und kleineren Car-Sharing-Anbietern sehr stark. Während die größeren Anbieter die Bedeutung als mittel einstufen, tendieren die kleineren Anbieter zwischen weniger und nicht wichtig.

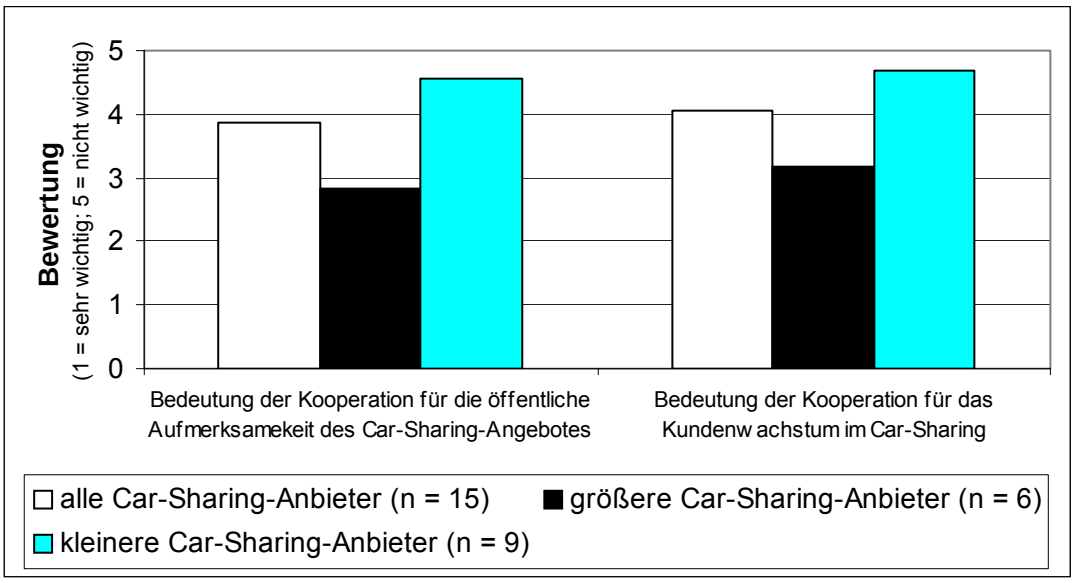


Abb. 3.12: Bewertung der Kooperationen mit Autohäusern

Kooperationen mit Autowerkstätten

Sowohl was die Anzahl der Kooperationen mit Autohäusern angeht gibt es große Ähnlichkeiten zu den Kooperationen mit Autohäusern als auch bezüglich der Einschätzung ihrer Bedeutung für öffentliche Wahrnehmung und Kundenwachstum. Insofern kann auf das dort Beschriebene verwiesen werden.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)	kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)
Kooperation mit Autowerkstatt vereinbart (vertraglich oder informell)	22 Car-Sharing-Anbieter (20,3 %)	11 Car-Sharing-Anbieter (31,4 %)	11 Car-Sharing-Anbieter (15,1 %)

Tab. 3.21: Kooperationen mit Autowerkstätten

Inhalte von Kooperationen mit Autowerkstätten sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Sondertarife bei Reparaturen,
- Car-Sharing-Stellplatz auf Gelände der Werkstatt,
- Rabatt auf Lohnkosten bei Werkstattleistungen,
- Werkstatt reserviert eigenständig Fahrzeuge bei Inspektionen und Reparaturen, holt die Fahrzeuge ab und bringt sie wieder zurück,
- Servicevertrag,
- Werkstatt vergibt Car-Sharing-Fahrzeuge als Ersatzfahrzeuge bei Unfällen und längeren Reparaturen an seine Kunden,

- Werkstatt stellt Ersatzfahrzeug bei längeren Reparaturen,
- Vorzugskonditionen bei Reparaturen (schnellere Bearbeitung).

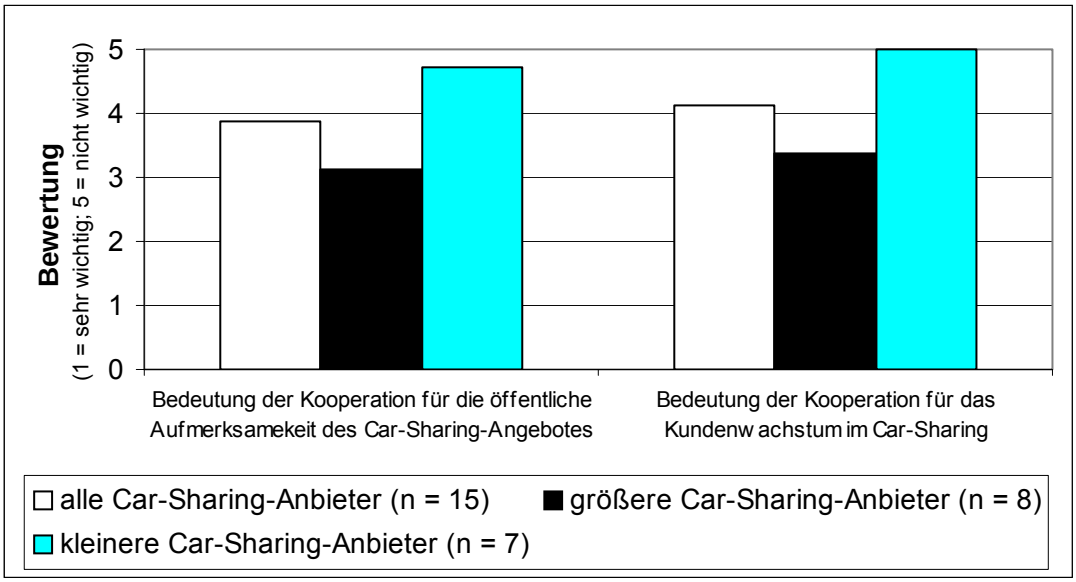


Abb. 3.13: Bewertung der Kooperationen mit Autowerkstätten

Kooperationen mit Parkhausgesellschaften

Ein Drittel der größeren Car-Sharing-Anbieter verfügt über eine Kooperation mit einer Parkhausgesellschaft, während es bei den kleineren Anbieter nur 5 % sind. Da davon ausgegangen werden kann, dass größere Anbieter hier für Anbieter in größeren Städten stehen, wo privater Parkraum knapp ist, ist das Zurverfügungstellen von Stellplätzen in Parkhäusern, auf denen Car-Sharing-Stationen eingerichtet werden können, ein Hauptgrund für solche Kooperationen.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)**
Kooperation mit Parkhausgesellschaft vereinbart (vertraglich oder informell)	15 Car-Sharing-Anbieter (13,9 %)	11 Car-Sharing-Anbieter (31,4 %)	4 Car-Sharing-Anbieter (5,5 %)

Tab. 3.22: Kooperationen mit Parkhausgesellschaften

Inhalte von Kooperationen mit Parkhausgesellschaft sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Vermietung von Car-Sharing-Stellplätzen,
- Vermietung von kostenlosen Stellplätzen, wenn Werbeaufkleber für Parkhausgesellschaft auf Car-Sharing-Fahrzeugen,
- Stellplätze zu ermäßigten Konditionen,

- kostenlose Stellplätze an exponierter Stelle für Car-Sharing-Fahrzeuge,
- Parkhausgesellschaft veranlasst Ahnden von Falschparkern auf Stellplätzen des Car-Sharing-Anbieters.

Die Bedeutung dieser Kooperationen wird sowohl von den größeren als auch von den kleineren Anbietern mit mittel angegeben, wobei die Bedeutung für das Kundenwachstum geringfügig schlechter bewertet wird als diejenige für die öffentliche Wahrnehmung.

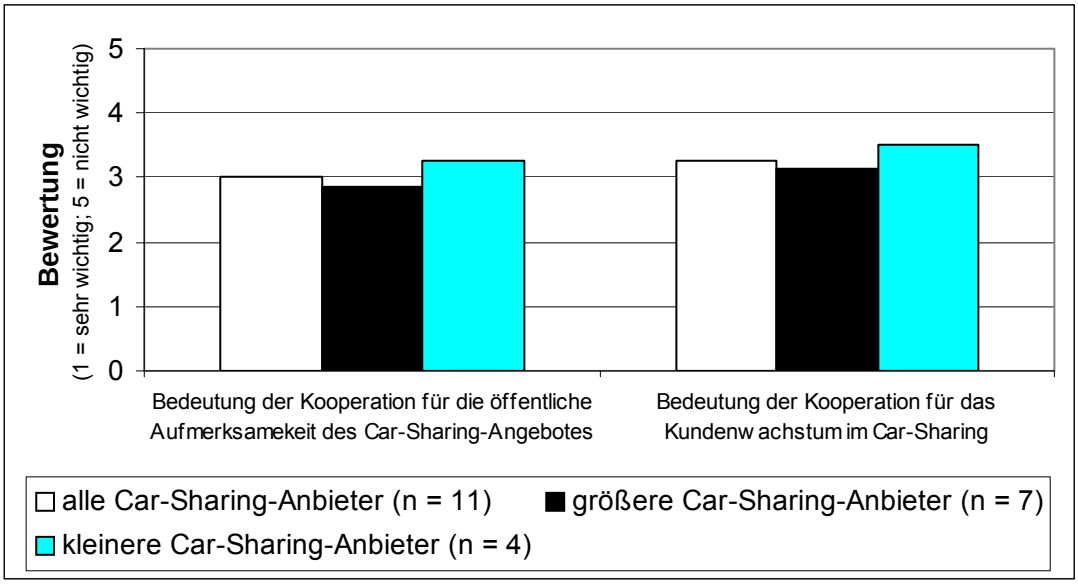


Abb. 3.14: Bewertung der Kooperationen mit Parkhausgesellschaften

Kooperationen mit Wohnungsgesellschaften

Ein knappes Drittel der größeren Anbieter hat eine Zusammenarbeit mit einer Wohnungsgesellschaft vereinbart, während dies bei den kleineren Anbietern nur eine geringe Rolle spielt.

	alle Car-Sharing-Anbieter (n = 108)	**größere Car-Sharing-Anbieter (n = 35)**	**kleinere Car-Sharing-Anbieter (n = 73)**
Kooperation mit Wohnungsgesellschaft vereinbart (vertraglich oder informell)	13 Car-Sharing-Anbieter (12,0 %)	10 Car-Sharing-Anbieter (28,6 %)	3 Car-Sharing-Anbieter (4,1 %)

Tab. 3.23: Kooperationen mit Wohnungsgesellschaften

Inhalte von Kooperationen mit Wohnungsgesellschaften sind (Reihenfolge in der Häufigkeit der Nennungen):

- Bereitstellung von Car-Sharing-Stellplätzen auf Gelände der Gesellschaft,
- Sonderkonditionen im Car-Sharing für Mieter,

- Marketingzusammenarbeit, gemeinsame Werbung,
- Öffentlichkeitsarbeit für Car-Sharing in internen Medien,
- besondere Aufnahmekonditionen für Mieter.

Erstaunlich ist, dass die Bewertung der Bedeutung der Zusammenarbeit mit Wohnungsgesellschaften bei den größeren Anbietern schlechter ausfällt als bei den kleineren, wohingegen sie deutlich häufiger solche Kooperationen eingehen. Insgesamt wird die Beurteilung der Bedeutung im Mittelfeld eingeordnet.

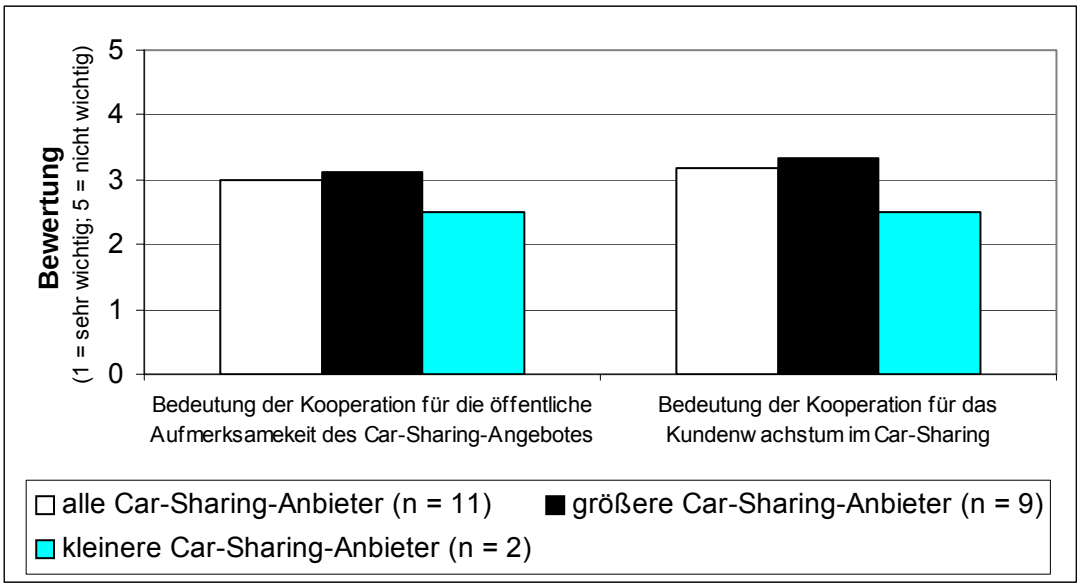


Abb. 3.15: Bewertung der Kooperationen mit Wohnungsgesellschaften

3.3.3 Erhebungsergebnisse zur politischen Unterstützung

Im dritten Teil des Fragebogens wurde nach der Unterstützung gefragt, welche die Car-Sharing-Anbieter auf den unterschiedlichen politischen Ebenen bekommen.

Nationale politische und gesetzliche Rahmenbedingungen

Die Antworten auf die Frage nach den politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen, die ein erfolgreiches Car-Sharing-Angebot auf nationaler Ebene unterstützen, können nicht befriedigen. Im Durchschnitt aller antwortenden Car-Sharing-Anbieter (n = 89) werden die Rahmenbedingungen auf der Skala zwischen 1 = sehr gut und 5 = mangelhaft lediglich als ausreichend bewertet. Eine bessere Bewertung wird lediglich von den Car-Sharing-Anbietern in Belgien, Finnland und Italien gegeben.

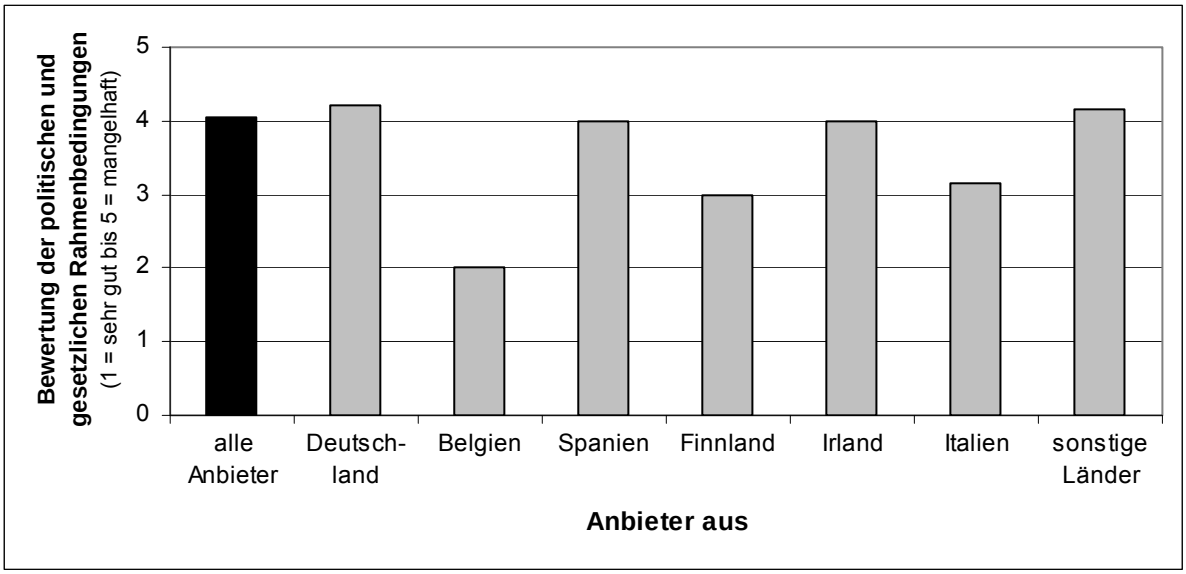


Abb. 3.16: Beurteilung der nationalen politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Car-Sharing-Angebot

Auf die Frage, welche nationalen politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen den Befragten besonders beim Aufbau ihres Car-Sharing-Angebotes geholfen haben, wurden folgende Antworten gegeben (geordnet nach der Häufigkeit der Antworten):

- Gewährung einer finanziellen Starthilfe aus einem nationalen Budget,
- Einführung einer nationalen Koordinierungsstelle,
- Möglichkeit, Car-Sharing-Stellplätze im öffentlichen Straßenraum einzurichten,
- Einführung eines nationalen Verkehrszeichens für Car-Sharing-Anbieter bzw. -Angebote,
- Einführung einer City-Maut,
- Einführung von Umweltzonen.

Die Antworten der Car-Sharing-Anbieter werden an dieser Stelle unkommentiert wiedergegeben. Eine eigene Darstellung von fördernden und hemmenden Rahmenbedingungen wird in den Kapiteln 6 und 7 vorgenommen.

Auf die Frage, welche nationalen politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen als besonders veränderungsbedürftig angesehen werden, wurden folgende Antworten gegeben (geordnet nach der Häufigkeit der Antworten):

- Möglichkeit, Car-Sharing-Stellplätze im öffentlichen Straßenraum einzurichten,
- Steuerbegünstigung für Car-Sharing-Angebote, Car-Sharing als gemeinnützigen Zweckbetrieb anerkennen,
- bessere gesetzliche Definition des Car-Sharing bzw. überhaupt eine gesetzliche Regelung und Förderung des Car-Sharing,
- Abwrackprämien, die auch Car-Sharing-Angeboten zugute kommen,
- bessere Kommunikation über Car-Sharing,
- schärfere Umweltgesetze und -richtlinien,

- höhere allgemeine Parkgebühren,
- Öffnen der Vorrangspuren für Car-Sharing-Fahrzeuge,
- kostenfreies Parken für Car-Sharing-Fahrzeuge,
- bessere Berücksichtigung ökologischer Gesichtspunkte in der Steuergesetzgebung,
- Lockerung der Führerscheinkontrollpflicht für Car-Sharing-Angebote,
- allgemein finanzielle Unterstützung für Car-Sharing-Angebote,
- klares politisches Bekenntnis zum Car-Sharing,
- versteckte Subventionen für private und gewerblich genutzte Pkw abbauen.

Unterstützung auf der kommunalen Ebene

Die Unterstützung durch die kommunale Politik bzw. durch die städtischen Verwaltungen wird als durchschnittlich oder befriedigend angesehen. Die größeren Anbieter beurteilen die kommunale Unterstützung leicht besser, jedoch sind die Unterschiede nicht sehr ausgeprägt, wie die Abbildung 3.17 zeigt.

Die kommunale Unterstützung bezieht sich auf folgende Bereiche (geordnet nach der Häufigkeit der Antworten):

- Car-Sharing-Stellplätze werden kostenfrei auf städtischen Grundstücken zur Verfügung gestellt,
- Car-Sharing-Stellplätze werden gegen moderate Mietpreise zur Verfügung gestellt,
- Kommune hilft bei Maßnahmen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades von Car-Sharing,
- Stadt nutzt das Car-Sharing-Angebot als gewerblicher Kunde,
- kostenfreie Stellplätze im städtischen Parkhaus,
- Stellplätze im öffentlichen Straßenraum durch Teilentwidmung oder andere rechtliche Regelungen zur Verfügung gestellt,
- projektbezogene finanzielle Unterstützung,
- Schlüsseltresor wurde an städtischem Gebäude angebracht,
- Aufnahme von Car-Sharing-Angebot in städtischen Verkehrsplan,
- vergleichbare Behandlung des Car-Sharing-Angebotes wie ÖPNV,
- Stadt half bei Lobbyarbeit gegenüber regionalen Stellen,
- Einladung zu Informationsveranstaltung durch Stadt,
- Stadt vermittelte Kontakt zu potenziellen Kooperationspartnern,
- Erlaubnis für Zugang von Car-Sharing-Fahrzeugen zu verkehrsbeschränktem Bereich,
- weitreichende politische Unterstützung.

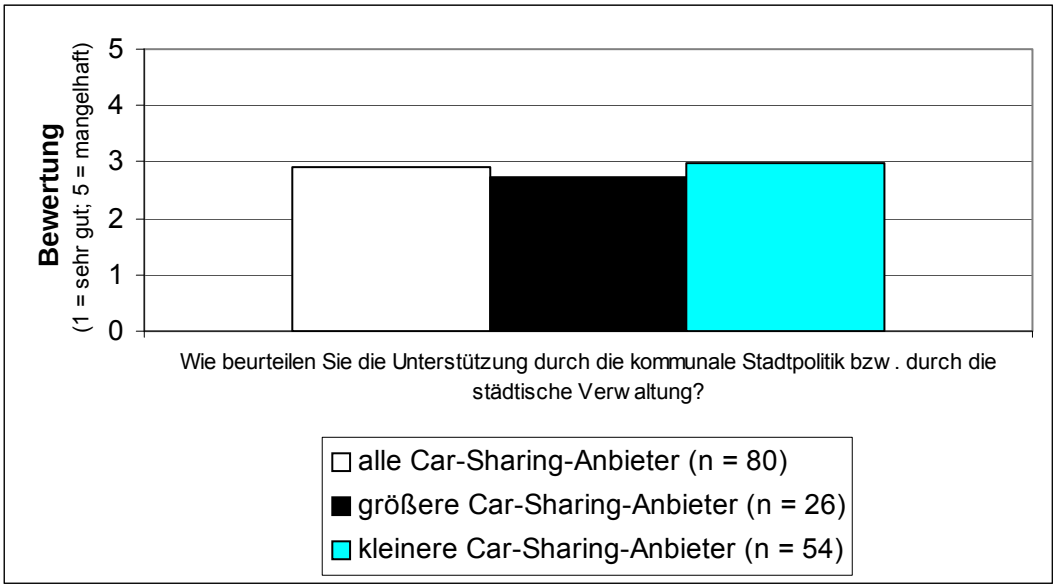


Abb. 3.17: Beurteilung der Unterstützung durch kommunale Stadtpolitik bzw. durch städtische Verwaltung

4 Die Motive der Car-Sharing-Kunden

Dieses Kapitel beschäftigt sich hauptsächlich mit den bestehenden Car-Sharing-Kunden. Wie sind sie soziodemografisch zu beschreiben, welche Motivation hat zum Car-Sharing-Beitritt geführt, welche Merkmale schätzen sie besonders am Car-Sharing-Angebot? Das sind einige der Fragen rund um die Kunden, die in einer vergleichenden Betrachtung verschiedener Anbieter und europäischer Länder beantwortet werden sollen.

Hierbei wird auch über Ergebnisse einiger Befragungen berichtet, welche die Projektpartner zu Beginn des momo-Projektes in ihren Ländern durchführten.

Auch wenn es sehr viel mehr Studien und Befragungsergebnisse über die privaten Car-Sharing-Kunden gibt, sollen die gewerblichen Kunden, soweit das Material es hergibt, in die Beschreibung mit eingeschlossen werden.

4.1 Die bestehenden Privatkunden

4.1.1 Soziodemografische Merkmale der Car-Sharing-Teilnehmer

Geschlecht

Car-Sharing-Kunden sind in der Mehrzahl männlich. Dies zeigt der Vergleich der Privatkundenstruktur unterschiedlicher Anbieter.

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	Anteil männlicher Privatkunden	Anteil weiblicher Privatkunden	Quelle
cambio Brüssel, Belgien	58 %	42 %	Taxistop, cambio 2009
diverse Anbieter, Italien	58 %	42 %	IME 2009
3 Anbieter in London, Großbritannien	69 %	31 %	Synovate 2006
Mobility, Schweiz	53 %	47 %	BfE 2006
2 Anbieter in Frankfurt am Main, Deutschland	63 %	37 %	traffiQ 2007
10 Anbieter, Deutschland	58 %	42 %	Wuppertal-Institut 2007

Tab. 4.1: Anteil Männer und Frauen unter den bestehenden Privatkunden verschiedener Anbieter

Alter

Der Großteil der Kunden ist im Alter zwischen 26 und 49 Jahren. Sowohl Jüngere unter 26 Jahren als auch Ältere über 60 Jahre sind deutlich unterrepräsentiert. Auch hier zeigen die verschiedenen Untersuchungen deutliche Übereinstimmungen. Abweichungen hiervon zeigt eine Kundenbefragung in London aus dem Jahre 2006: Hier sind 50 % der Car-Sharing-

Kunden im Alter zwischen 25 und 34 Jahren (Synovate 2006). Dies ist eine deutlich jüngere Altersstruktur als in anderen Untersuchungen.

Haushaltsgröße

Ein- und Zweipersonenhaushalte überwiegen bei den Car-Sharing-Teilnehmern. Die durchschnittliche Personenzahl in den Car-Sharing-Haushalten liegt bei etwas über 2 Personen. Zu diesem Ergebnis kommen beispielweise die Untersuchungen Taxistop, cambio 2009, City Car Club 2009, traffiQ 2007, Wuppertal-Institut 2007, Synovate 2006.

Formale Bildung

Wie die folgende Tabelle 4.2 zeigt, verfügen Car-Sharing-Kunden zu einem signifikant höheren Anteil über eine gute formale Bildung als es dem Durchschnitt der Bevölkerung entspricht. Auch dies ist ein deutliches Merkmal, das sich bei allen bekannten Kundenbefragungen in Europa findet.

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	Kundenanteil mit hoher formaler Bildung	Kundenanteil mit mittlerer formaler Bildung	Kundenanteil mit sonstiger formaler Bildung	Quelle
cambio Brüssel, Belgien	60,1 % mit Universitätsausbildung, 24,8 % mit sonstiger hoher, nicht universitärer Ausbildung	6,9 % High-School-Abschluss	8,2 %	Taxistop, cambio 2009
diverse Anbieter, Italien	41 % “with higher educational qualification”	52 % “graduate”	7 %	IME 2009
3 Anbieter in London, Großbritannien	85 % mit Bachelor oder Masters Degree	10 % „A Level“	5 %	Synovate 2006
2 Anbieter in Frankfurt am Main, Deutschland	70 % mit Hochschulabschluss	k. A.	k. A.	traffiQ 2007
10 Anbieter in Deutschland	88,6 % mit Abitur oder Fachhochschulreife 7,6 % abgeschlossener Realschulabschluss		3,8 %	Wuppertal-Institut 2007

Tab. 4.2: Anteile unterschiedlicher formaler Bildungsabschlüsse unter Car-Sharing-Kunden

Beschäftigungsstatus

Private Car-Sharing-Teilnehmer sind in der Mehrzahl Beschäftigte oder Selbstständige. Entsprechend der Altersstruktur sind Auszubildende und Studierende als prägender Teil der jüngeren Altersgruppe sowie Rentner als Teil der älteren Altersgruppe unterrepräsentiert.

Auch Arbeitslose und Personen, die ohne eigenes Einkommen im Haushalt arbeiten, fehlen weitgehend als Car-Sharing-Kunden.

Einzelne Ergebnisse der Struktur der Berufstätigkeit unter den Car-Sharing-Kunden sind:

- Höherer Anteil von (Vollzeit-)Beschäftigten (71 %) in Brüssel, als es dem Bevölkerungsdurchschnitt entspricht (Taxistop, cambio 2009). Wobei Arbeiter gegenüber Angestellten unterrepräsentiert sind. In Brüssel ist die zweitgrößte Berufsgruppe unter den Car-Sharing-Teilnehmern diejenige der unabhängig Selbstständigen (13 %).
- 52 % Beschäftigte, 22 % Freiberufliche in Italien (IME 2009).
- 89 % Berufstätige bei zwei Car-Sharing-Anbietern in Frankfurt am Main, Deutschland (traffiQ 2007).
- 92 % Beschäftigte in London (Synovate 2006).

Autobesitz

Car-Sharing-Teilnehmer zeichnen sich dadurch aus, dass sie deutlich weniger Autos im Haushalt besitzen als der Durchschnitt der Bevölkerung. Dies zeigen einige Untersuchungen, die in Tabelle 4.3 zusammengestellt sind. Die Aussage gilt auch für die Haushalte der Car-Sharing-Teilnehmer in Italien, auch wenn dort der Anteil der autolosen Haushalte vergleichsweise niedrig ausfällt.

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	Anteil Nutzer bzw. Nutzerhaushalte ohne eigenes Auto	Quelle
cambio Brüssel, Belgien	73 %	Taxistop, cambio 2009
City Car Club, Helsinki, Finnland	83 %	City Car Club 2009
Mobility, Schweiz	76 %	BfE 2006
diverse Anbieter, Italien	52 %	IME 2009
3 Anbieter in London, Großbritannien	74 %	Synovate 2006
2 Anbieter in Frankfurt am Main, Deutschland	92 %	traffiQ 2007
10 Anbieter in Deutschland	84 % bezogen auf Nutzer, 70 % bezogen auf Haushalte	Wuppertal-Institut 2007

Tab. 4.3: Anteil von Nutzern bzw. Nutzerhaushalten ohne eigenes Auto

Zeitkarten des ÖPNV

Die folgende Tabelle 4.4 zeigt die Ausstattung der Car-Sharing-Kunden mit Zeitkarten des öffentlichen Verkehrs. Übereinstimmendes Ergebnis aller entsprechenden Untersuchungen ist, dass Car-Sharing-Kunden zu einem höheren Anteil über Zeitkarten des öffentlichen Verkehrs verfügen als der Durchschnitt der jeweiligen Bevölkerung.

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	Anteil ÖPNV-Stammkunden vor Beitritt	Anteil ÖPNV-Stammkunden nach Beitritt	Quelle, Bemerkungen
cambio Brüssel, Belgien	k. A.	60 % STIB 15 % SNCB	Taxistop, cambio 2009; Anteil Kunden mit „subscription“ (STIB = ÖPNV in Brüssel; SNCB = staatliche Eisenbahngesellschaft)
diverse Anbieter, Italien	k. A.	41 %	IME 2009, Anteil Kunden mit „public transport pass“
Mobility, Schweiz		73 % “Ein Viertel der Haushalte besitzt heute mehr ÖV-Abos als vorher, 8 % weniger.“	BfE 2006; Anteil Kundenhaushalte mit General-, Strecken- oder Regionalverbund-Abo
2 Anbieter in Frankfurt am Main, Deutschland	28 %	39 %	traffiQ 2007; Anteil Kunden mit ÖPNV-Jahreskarten
10 Anbieter in Deutschland	k. A.	43,3 %	Wuppertal-Institut; Anteil Kunden mit ÖPNV-Zeitkarte

Tab. 4.4: Anteil von Nutzern mit Zeitkarten (Jahres- oder Monatskarten) des öffentlichen Verkehrs

Fazit

Die Tabellen dieses Kapitels weisen sehr weitgehende soziodemografische Übereinstimmungen der Nutzer aus. Trotzdem können sich Nutzerstrukturen unterschiedlicher Anbieter signifikant voneinander unterscheiden. Beispiel hierfür ist eine Kundenbefragung des ÖPNV-Aufgabenträgers traffiQ in Frankfurt am Main (Deutschland), der die Kunden zweier im Wettbewerb miteinander stehender Car-Sharing-Anbieter umfasste (traffiQ 2005). Beide Anbieter starteten im Jahr 2000 mit ihrem Car-Sharing-Angebot. Während der Anbieter Stadtmobil Rhein-Main einen Männeranteil von 55 % unter seinen Kunden aufweist, beträgt dieser beim Anbieter book-n-drive 72 %. Der Anteil Berufstätiger beträgt bei Stadtmobil 84 %, bei book-n-drive 93 %, der Anteil Studenten bei Stadtmobil 9 %, bei book-n-drive 1%. Der Anteil von Teilnehmerhaushalten mit einem Haushaltseinkommen über 3.000 Euro netto bei Stadtmobil 28 %, bei book-n-drive 39 %.

In der Veröffentlichung zur Untersuchung wird betont, dass diese Unterschiede eine Momentaufnahme darstelle, die sich inzwischen bereits verändert hat (traffiQ 2007). Diese Momentaufnahme kann Ergebnis gezielt unterschiedlicher Kundenansprachen der Anbieter sein und beispielsweise ein Stück den Erfolg bestimmter Tarifangebote an einzelne Zielgruppen repräsentieren.

4.1.2 Milieuzugehörigkeit der heutigen Car-Sharing-Teilnehmer

Eine neuere deutsche Studie des Wuppertal-Instituts hat unter anderem die Milieuzugehörigkeit von Car-Sharing-Teilnehmern untersucht. Ausgegangen wurde dabei von repräsentativen Kundenstichproben von zehn deutschen Car-Sharing-Anbietern unterschiedlicher Größe. Es wurde ein für die deutsche Gesellschaft angepasstes sozialwissenschaftliches Milieukonzept von Prof. Michael Vester von der Universität Hannover zugrunde gelegt. Die Milieuzugehörigkeit der Befragten wurde mittels eines Fragebogens mit einem Set von 24 Einstellungsitems und einer anschließenden Clusteranalyse festgestellt (Wuppertal-Institut 2007).

Tabelle 4.5 belegt, dass die im Jahr 2004 befragten Car-Sharing-Kunden überwiegend den oberen Milieus angehören. Innerhalb der oberen Milieugruppen sind die Car-Sharing-Teilnehmer eher unter den eigenverantwortlich gestalteten Lebensentwürfen anzutreffen. Die Anordnung der Tabelle ist so zu verstehen, dass die Milieugruppen von oben nach unten einen sinkenden Herrschaftseinfluss innerhalb der Gesellschaft ausüben. Innerhalb der Milieugruppen sind die Milieus von einer avantgardistischen über eine eigenverantwortliche Lebensgestaltung bis hin zur hierarchiegebundenen und autoritären Lebensgestaltung angeordnet.

In den Unterschichtmilieus sind Car-Sharing-Teilnehmer heute fast nicht anzutreffen. Das zeigt sich in der stadträumlichen Verteilung beispielsweise daran, dass in Arbeiterstadtteilen und Stadtteilen mit großem Sozialwohnungsanteil kaum Car-Sharing-Kunden anzutreffen sind. In den Mittelschichtmilieus fehlen die eher hierarchiegläubigen bis autoritär strukturierten Milieus unter den Car-Sharing-Teilnehmern.

In der Studie des Wuppertal-Instituts schwingt die Kritik an den deutschen Car-Sharing-Anbietern mit, dass sie nur ein eingeschränktes Car-Sharing-Angebot bereitstellen würden. Insbesondere würden sie damit nicht die Wünsche der stärker autoorientierten Bevölkerung treffen und damit bewusst Teile der Bevölkerung von der Car-Sharing-Teilnahme abhalten. Diese Kritik kann nicht nachvollzogen werden, da sich die Teilnehmerzahl im deutschen Car-Sharing seit Durchführung der Studie von etwa 60.000 Car-Sharing-Kunden auf heute fast 160.000 Kunden fast verdreifacht hat. Es kann davon ausgegangen werden, dass zwar in der Mehrzahl wiederum die oberen Milieus diesen Zuwachs ausmachen, jedoch der Diffusionsprozess des Car-Sharing in alle oberen und mittleren Gesellschaftsschichten weiter voranschreitet.

Aus den Untersuchungsergebnissen geht immerhin hervor, dass Car-Sharing zwar eine kosteneffiziente Dienstleistung ist, jedoch bestimmte Unterschichtmilieus (bisher noch) nicht erreicht. Es wird vermutet, dass in diesen Milieus der Besitz eines eigenen Fahrzeugs als symbolisches Merkmal der Zugehörigkeit zur Gesellschaft eine weitaus höhere Bedeutung besitzt, als die mögliche Kosteneinsparung durch die Car-Sharing-Teilnahme. Dies wird im Kapitel 7 noch weiter ausgeführt.

Bezeichnung Milieugruppe	**Bezeichnung Milieu**	**Anteil an der deutschen Bevölkerung**	**Anteil an den befragten Car-Sharing-Kunden** (n = 1.474)
Oberes bürgerliches Milieu	Bildungsliberale	ca.11 %	41,9 %
	Konservativ-Distinktive	ca. 12 %	12,9 %
Respektable Volks- und Arbeitnehmermilieus	Junge erlebnisorientierte Arbeitnehmer	ca. 11 %	10,2 %
	Selbstbestimmte moderne Arbeitnehmer	ca. 13 %	13,3 %
	Bildungs-Kleinbürger	ca. 12 %	16,0 %
	Modernisiert-kleinbürgerliche Arbeitnehmer	ca. 16 %	4,8 %
	Restriktiv-kleinbürgerliche Arbeitnehmer	ca. 9 %	0,5 %
Unterprivilegierte Volksmilieus	Erlebnisorientierte Unterprivilegierte	ca. 6 %	0,0 %
	Realistische Unterprivilegierte	ca. 11 %	0,5 %

Tab. 4.5: Milieuzugehörigkeit von deutschen Car-Sharing-Kunden in der 2004 durchgeführten Studie des Wuppertal-Instituts

4.1.3 Gründe für den Car-Sharing-Beitritt

Ein gewisser Wandel in der Kundenzusammensetzung seit Start der ersten Car-Sharing-Angebote vor etwa 20 Jahren zeigt sich an den genannten Begründungen zur Car-Sharing-Teilnahme. Befragt nach den wichtigsten Gründen zum Beitritt steht nicht mehr der Umweltschutz an erster Stelle, wie dies in der Pioniergeneration der Fall war. Stattdessen werden Kostengesichtspunkte und Bequemlichkeitsbegründungen immer wichtiger.

Tabelle 4.6 listet die jeweils wichtigsten drei Begründungen zur Teilnahme am Car-Sharing aus unterschiedlichen Befragungen auf.

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	1. Priorität	2. Priorität	3. Priorität	Quelle, Bemerkung
cambio Brüssel, Belgien	„Habe kein Auto, benötige aber gelegentlich eins“ 33,2 %	„Beitrag zur Umweltverbesserung“ 18,7 %	„Kein Kümmern um Fahrzeugwartung“ 16,5 %	Taxistop, cambio 2009; 3 Antwortmöglichkeiten aus vorgegebenen Alternativen
diverse Anbieter, Italien	Vorübergehendes oder dauerhaftes Fehlen eines eigenen Autos 48 %	Kosteneffizienz des Angebotes 17 %	Praktikabilität des Angebots 15 %	IME 2009
3 Anbieter in London, Großbritannien	„Car-Sharing ist billiger als ein eigenes Auto“ 52 % als Hauptgrund, 28 % als weiterer Grund	„Car-Sharing ist umweltfreundlicher als die Nutzung eines eigenen Autos“ 16 % als Hauptgrund, 38 % als weiterer Grund	„Car-Sharing ist genauso bequem zu nutzen wie ein eigenes Auto“ 12 % als Hauptgrund, 31 % als weiterer Grund	Synovate 2006
Mobility, Schweiz	„Ökologische Gründe“ 29,6 %	„Mobility war finanziell attraktives Angebot“ 21,4 %	„Steigender Transportbedarf im Haushalt“ 6,7 %	BfE 2006
2 Anbieter in Frankfurt am Main, Deutschland	Seltener Fahrzeugbedarf 1,4	Sinnvolle Ergänzung zum ÖPNV 2,0	Umweltschutz 2,3	traffiQ 2007; Mittelwerte, Skala von 1 = sehr zutreffend bis 5 = nicht zutreffend

Tab. 4.6: Wichtigste benannte Gründe für den Car-Sharing-Beitritt der Privatkunden

Zur Bequemlichkeit und Praktikabilität der Car-Sharing-Nutzung trägt auch das dezentrale Stationsnetz in der Nähe der Wohnungen oder Arbeitsplätze der Nutzer bei. Dieses bewirkt kurze Wege zu den Car-Sharing-Stationen und schnelle Erreichbarkeit der Fahrzeuge. In Brüssel wohnen fast 80 % der befragten Kunden weniger als einen Kilometer von einer Car-Sharing-Station entfernt. Sie erreichen ihre Stationen in den meisten Fällen zu Fuß oder mit dem Fahrrad (Taxistop, cambio 2009). In Helsinki haben 60 % der Kunden weniger als 500 Meter zwischen Wohnung und Car-Sharing-Station zurückzulegen, 40 % mehr als 500 Meter. Die Entfernung zwischen Arbeitsplatz und Car-Sharing-Station ist sogar noch kürzer: 63 % bis zu 500 Meter, 37 % mehr als 500 Meter (City Car Club 2008). In London erreichen 86 % der befragten Kunden die nächste Station innerhalb von 15 Minuten, 34 % sogar

innerhalb von 5 Minuten. Die Mehrzahl (79 %) läuft zu Fuß zur Car-Sharing-Station (Synovate 2006).

Welches waren die wichtigsten Medien und Informationskanäle, über die die Kunden auf das Car-Sharing-Angebot in ihrer Stadt aufmerksam wurden?

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	1. Priorität	2. Priorität	3. Priorität	Quelle, Bemerkung
cambio Brüssel, Belgien	Freunde und Familie (ca. 28 %)	Berichterstattung in den Medien (ca. 16 %)	über Poster und Faltblätter (ca. 12 %)	Taxistop, cambio 2009
3 Anbieter in London, Großbritannien	Freunde und Bekannte, die bereits Kunden sind (21 %)	über eine Internet-suchmaschine (17 %)	über Faltblätter im Briefkasten bzw. an der Car-Sharing-Station (jeweils 13 %)	Synovate 2006
2 Anbieter in Frankfurt am Main, Deutschland	Werbung: Plakate, Broschüren (48 %)	Medien: Presse, Internet, Rundfunk (32 %)	Freund, Bekannte, Kollegen (23 %)	traffiQ 2007; Mehrfach-nennungen möglich
1 Anbieter in München, Deutschland	Freunde und Bekannte 32 % (1996: 29 %)	Werbung allgemein 26 % (1996: 23 %)	Presseberichte 16 % (1996: 30 %)	MVV 2003

Tab. 4.7: Wichtigste Medien und Informationskanäle, über die Kunden auf das Car-Sharing-Angebot aufmerksam wurden

4.1.4 Zufriedenheit mit Car-Sharing-Anbieter und -angebot

Aus allen bekannten Befragungen von Privatkunden geht eine außergewöhnlich hohe Zufriedenheit sowohl mit dem Anbieter als auch mit dem Angebot hervor. Dies ist insofern bemerkenswert, als Interessenten des Car-Sharing-Angebotes, die noch nicht über eigene Erfahrungen verfügen, regelmäßig eine gewisse Portion Skepsis erkennen lassen. Sie stellen – gewissermaßen als Vorurteil – die Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit des Angebots weit häufiger in Frage, als dies vom Urteil der erfahrenen Nutzer belegt wird.

Die aus allen Untersuchungen erkennbar hohe Zustimmung zum Car-Sharing ist umso erfreulicher, als es sich um ein System handelt, dessen Qualität in starkem Maße von der Mitwirkung seiner Nutzer abhängt. Durch die automatisierten Verfahrensabläufe erfolgt die Weitergabe der Fahrzeuge im Prinzip von Nutzer zu Nutzer, ohne dass im Regelfall ein Mitarbeiter des Anbieters zwischengeschaltet ist. Von der Zuverlässigkeit und vom Verantwortungsbewusstsein des Vornutzers hängt also in starkem Maße die Zufriedenheit des Nachnutzers ab.

Die folgende Tabelle 4.8 stellt einige Ergebnisse der Kundenzufriedenheit zusammen.

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	Anteil sehr zufriedener Kunden	Anteil zufriedener Kunden	Quelle, Bemerkung
cambio Brüssel, Belgien	50,0 %	43,5 %	Taxistop, cambio 2009
5 Anbieter in Großbritannien Bestandskunden	29 % (50 % vorhergehende Studie 2007)	51 % (44 % vorhergehende Studie 2007)	Myers, Cairns 2009
1 Anbieter in Großbritannien Neukunden	23 %	49 %	Myers, Cairns 2009
3 Anbieter in London, Großbritannien	93 %		Synovate 2006
2 Anbieter in Frankfurt am Main, Deutschland	62 %	33 %	traffiQ 2007
diverse Anbieter, Italien	durchschnittliche Zufriedenheit 7,7 (Wertebereich zwischen 1 = nicht zufrieden und 10 = sehr zufrieden)		IME 2009
Mobility, Schweiz	durchschnittliche Zufriedenheit 4,5 (Wertebereich zwischen 1 = sehr unzufrieden und 5 = sehr zufrieden)		Mobility 2009

Tab. 4.8: Zufriedenheitsbewertung der Kunden

Einige der angeführten Befragungen spiegeln Zufriedenheitswerte mit einzelnen Angebotskomponenten wider und geben den Anbietern detailliert Auskunft über gewünschten Verbesserungs- oder Weiterentwicklungsbedarf aus Kundensicht (beispielsweise IME 2009; Taxistop, cambio 2009).

Bei einer Befragung von Car-Sharing-Kunden in London im Jahr 2006 sagten 62 % der Befragten, dass ihre Erwartungen mit dem Beitritt erfüllt wurden, bei weiteren 34 % der Befragten wurden die Erwartungen mehr als erfüllt. Die Zufriedenheit wuchs mit der Zeitdauer der Teilnahme sogar noch, was darauf schließen lässt, dass die Zufriedenheit mit der Häufigkeit der Nutzung ansteigt.

Allerdings weisen zwei weitere Kundenbefragungen in Großbritannien, die zu einem späteren Zeitpunkt mit einem Abstand von ein bis zwei Jahren durchgeführt wurden, einen Rückgang der Zufriedenheit aus. Dies könnte bedeuten, dass der in der Zwischenzeit zwischen beiden Befragungen erfolgte sehr große Kundenzuwachs andere Bevölkerungsgruppen angesprochen hat, die mit größeren Erwartungen gegenüber dem Angebot oder niedrigerer Toleranz gegenüber dem jeweiligen Anbieter Kunden geworden sind. Auch ist es denkbar, dass der sehr starke Kundenzuwachs innerhalb kurzer Zeit die Anbieter überfordert hat und zu Lasten der Servicequalität des Angebots ging. Daraus würde folgen, dass Anbieter große Anstrengungen unternehmen müssten, damit ein hohes Kundenwachstum nicht mit einem Rückgang der Servicequalität erkauft wird.

Trotz der hohen Kundenzufriedenheit ist auch eine nicht unbedeutende Kundenfluktuation zu beobachten. Bei einer im Jahr 2003 durchgeführten Befragung der deutschen Car-Sharing-Anbieter wies eine Reihe von Anbietern hohe Kündigungsraten auf, die pro Jahr mehr als 20 % der Kunden umfassen konnten (Loose et al. 2004). Im allseits beobachteten Car-

Sharing-Wachstum drückt sich also der Überschuss neuer Kunden im Vergleich zu den Kündigungen aus. Von den Anbietern wurden folgende Gründe für Kündigungen ihrer Kunden nach der Häufigkeit der Nennungen aufgezählt: 1. Kündigungen wegen Umzug in eine andere Stadt, 2. Kündigung wegen Kauf eines eigenen Fahrzeugs, 3. Kündigung, weil Altkunden zu wenig Bedarf an der Autonutzung hatten, 4. Kündigung aus beruflichen Gründen. Erst danach wurden Kündigungen wegen Änderung von Tarifen, Unzufriedenheit mit dem Anbieter oder weil die Car-Sharing-Nutzung zu kompliziert sei als Gründe angeführt. Dies waren jedoch nicht Ergebnisse von Kundenbefragungen, sondern die mehr oder weniger subjektive Meinung der Anbieter über die Austrittsmotive ihrer Kunden.

Die im Jahr 2006 veröffentlichte Schweizer Evaluationsstudie war beauftragt worden, weil das Nettokundenwachstum von Mobility in den Jahren 2004 und 2005 eine Abflachung gegenüber den Vorjahren erkennen ließ. Dies war nicht so sehr auf einen Rückgang von Neukunden zurückzuführen, sondern mehr auf ein Ansteigen der Kündigungen in bestimmten Kundengruppen. Deshalb wurde in der Evaluationsstudie auch eine Analyse der Kündigungsgründe vorgenommen.

Die Ergebnisse sowohl der deutschen als auch der Schweizer Untersuchung können so interpretiert werden, dass in erster Linie Änderungen von Mobilitätsbedürfnissen zum Austritt führten und weniger Unzufriedenheit mit dem Anbieter oder dem Angebot. Manche dieser Kunden sind nicht auf alle Zeit verloren, sondern kommen wieder zum Car-Sharing zurück, falls sich die Rahmenbedingungen erneut ändern, wie sich an Einzelfällen beobachten lässt.

Die Gesamtzahl der Car-Sharing-Kunden kann einen hohen Anteil passiver Kunden beinhalten. Dies zeigt eine Evaluationsstudie des Schweizer Anbieters Mobility aus dem Jahre 2005. Passive Kunden sind solche, die im Betrachtungsjahr keine Car-Sharing-Buchung aufweisen. In der Schweiz machten die passiven Kunden 31 % der Privatkunden und 30 % der gewerblichen Nutzer aus. Dieser Anteil wird natürlich vom Tarifsystem beeinflusst und kann umso höher sein, je weniger Teilnahmeentgelt unabhängig von einer Nutzung erhoben wird. In der Schweiz wird der große Anteil passiver Kunden auch dadurch beeinflusst, dass starke Kooperationen mit den Organisationen des öffentlichen Verkehrs eingegangen wurden und darüber viele Kunden geworben wurden, die sich hauptsächlich mit Hilfe des öffentlichen Verkehrs fortbewegen. Car-Sharing hat für diese Kundengruppen vor allem die Bedeutung einer Mobilitätsversicherung, auf die man im Notfall zurückgreift. Wenn der ÖPNV jedoch gut organisiert ist und wie in der Schweiz hervorragend funktioniert, tritt dieser Notfall nur selten ein.

4.2 Die bestehenden Geschäftskunden

Leider gibt es zu den bestehenden Kunden, die Car-Sharing aus dienstlichen oder geschäftlichen Gründen während der Arbeit nutzen, nur vergleichsweise wenig systematisch erhobene Informationen. Diese wichtige Kundengruppe wird zum einen von manchen Anbietern noch wenig als Zielgruppe ihrer werblichen Anstrengungen wahrgenommen, zum anderen werden sie in Kundenbefragungen oft nicht gesondert ausgewertet.

Aus der eigenen Befragung der europäischen Car-Sharing-Anbieter im momo-Projekt wissen wir, dass mindestens 16 % der Nutzungsberechtigten zu den Geschäftskunden zählen (siehe Kapitel 3). Bei einzelnen Anbietern kann dieser Anteil noch um einiges höher ausfallen.

Evaluation Business Car-Sharing in der Schweiz

2005 wurden in der Schweiz 400 Business-Kunden des Car-Sharing-Anbieters Mobility angeschrieben und um Beantwortung eines Fragebogens gebeten. 144 Betriebe haben den

Fragebogen ausgefüllt. Durchschnittlich beschäftigten die am Car-Sharing teilnehmenden Betriebe 51 Personen. 36 % der dort beschäftigten Mitarbeiter hatten Zugriff auf die Car-Sharing-Fahrzeuge, im Durchschnitt 18 Personen pro Betrieb (BfE 2006). Die Geschäftskunden teilten sich wie folgt auf:

Tätigkeitssektor der Geschäftskunden	Anzahl Betriebe	Prozentuale Verteilung nach Sektoren	Anzahl ausgegebene Nutzungskarten	Anteil nach ausgegebenen Nutzungskarten
Dienstleistungen	89	60, 0 %	281	68,9 %
Industrie, Baugewerbe	22	14,2 %	61	14,9 %
Non-Profit-Organisationen	14	13,5 %	36	8,8 %
Öffentliche Verwaltung	10	7,1 %	19	4,7 %
Sonstige	7	5,2 %	11	2,7 %
Gesamt	142	100,0 %	408	100,0 %

Tab. 4.9: Aufteilung der befragten Geschäftskunden von Mobility, Schweiz nach Sektoren und Nutzungsberechtigungen (Quelle: BfE 2006)

80 Betriebe oder 56 % der befragten Betriebe verfügten weder vor dem Beitritt zum Car-Sharing noch nachher über eigene Geschäftsfahrzeuge. Fünf teilnehmende Betriebe verringerten die Anzahl ihrer eigenen Geschäftsfahrzeuge.

Car-Sharing für gewerbliche Kunden in Italien

In Italien wurde eine repräsentative Befragung von 3.060 privaten und geschäftlichen Nutzern der Car-Sharing-Angebote in den Städten Bologna, Florenz, Genua, Mailand, Modena, Parma, Rimini, Rom, Turin und Venedig durchgeführt. Das italienische Umweltministerium hat für das momo-Projekt eine Zusammenfassung der Ergebnisse der Untersuchung verfasst (IME 2009).

Car-Sharing-Geschäftskunden rekrutieren sich in Italien hauptsächlich aus privaten Firmen (92 %) und zum kleinen Teil aus Verwaltungen des öffentlichen Dienstes (8 %). 80 % der Geschäftskunden haben weniger als 15 Beschäftigte. Im Durchschnitt verfügen die Firmen und Verwaltungen über 1,7 elektronische Zugangskarten zu den Car-Sharing-Fahrzeugen, die durchschnittlich von 3,1 Personen genutzt werden. 40 % der Geschäftskunden sind in einer Umweltzone lokalisiert, 76 % in einer Zone mit aktiver Parkraumbewirtschaftung.

40 % der teilnehmenden Firmen besitzen keine eigenen Kraftfahrzeuge, 27 % verfügen lediglich über ein Fahrzeug, 19 % über zwei bis fünf eigene Fahrzeuge.

Als Gründe für die Teilnahme am Car-Sharing wurde in erster Priorität die Praktikabilität des Angebots (42 %) angeführt, gefolgt von der Notwendigkeit eines Ersatzes für ein abgeschafftes Firmenfahrzeug. Im Durchschnitt werden die Car-Sharing-Fahrzeuge von den Geschäftskunden 0,9 Mal in der Woche reserviert. Dabei werden im Schnitt fast 140 Kilometer im Monat gefahren und dafür knapp 140 Euro im Monat für die Car-Sharing-Nutzung ausgegeben.

Geschäftskunden geben den Car-Sharing-Angeboten eine gute Bewertung, die jedoch mit einer durchschnittlichen Bewertung von 7,5 um 0,2 Punkte unter der Bewertung der Privatkunden bleibt (bei einer Werteskala zwischen 1 = nicht zufrieden und 10 = sehr zufrieden). Eine auffallend gute Bewertung wird für das Angebot in Parma abgegeben (8,3 von den Geschäftskunden, 8,1 von den Privatkunden), während die Geschäftskunden das Angebot in Florenz am schlechtesten bewerten (6,8 von den Geschäftskunden, 7,5 von den Privatkunden). Die Untersuchung weist auch Bewertungen für einzelne Angebotskomponenten aus, die hier nicht im Detail wiedergegeben werden.

In der Wahrnehmung der Befragten sagen 20 % der Geschäftskunden, dass sie ihre Autonutzung mit der Car-Sharing-Teilnahme zurückgefahren haben. 27 % konnten dadurch ihre Fahrtkosten im Stadtverkehr verringern. 21 % der Geschäftskunden haben mit der Car-Sharing-Teilnahme ihre eigene Geschäftswagenflotte verringert.

40 % der Befragten sagten aus, dass die Nutzen durch Car-Sharing die Kosten überwiegen. Für 38 % der Befragten stehen Nutzen und Kosten im Gleichklang. Als kritische und damit verbesserungswürdige Punkte werden mit jeweils 21 % der Nennungen sowohl die Fahrzeuge (Modellvielfalt und Sauberkeit) als auch die Stationen (Anzahl und Sichtbarkeit) angesehen. Als nächst wichtiger Kritikpunkt werden die Tarife genannt (13 % der Nennungen).

Untersuchung der Geschäftskunden bei Stadtmobil Karlsruhe, Deutschland

In Karlsruhe wird Car-Sharing seit Mitte 1995 angeboten. Anfang Mai 2003 waren 185 Car-Sharing-Fahrzeuge an 69 Standorten in Karlsruhe und in den von der Stadtmobil Karlsruhe GmbH & Co. KG bedienten Umlandgemeinden in Betrieb. Zu dieser Zeit trugen Geschäftskunden ca. 10 % zum Jahresumsatz bei. Einen spezifisch auf Geschäftskunden ausgerichteten Tarif bot Stadtmobil zwar nicht an. Für Großkunden konnten jedoch individuelle Tarifvereinbarungen getroffen werden. Firmenkunden wird außerdem ermöglicht, bestimmte Zeitfenster im Voraus en bloc zu buchen.

Zum Zeitpunkt der Untersuchung verfolgte Stadtmobil noch keine spezifischen Werbe- und Akquisitionsstrategien für Geschäftskunden.

Von April bis Juni 2003 wurde im Rahmen einer Diplomarbeit eine teilstandardisierte telefonische Befragung bei allen Geschäftskunden von Stadtmobil Karlsruhe durchgeführt (Wanner 2003). Insgesamt konnten 66 vollständige Interviews mit bestehenden Geschäftskunden geführt werden.

56 % der befragten Unternehmen beschäftigen bis zu sechs Personen, 79 % bis zu 19 Personen. Lediglich einer der befragten Geschäftskunden repräsentiert ein Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten. In der Mehrzahl gehören sie der Dienstleistungsbranche an. Zehn Gewerbekunden sind Vereine und Verbände. Klein- und Kleinstbetriebe der Dienstleistungsbranche sowie Vereine und Verbände können also als besonders dem Car-Sharing zugeneigt bezeichnet werden. Sie machen – zumindest zum Zeitpunkt der Untersuchung – die Mehrzahl der betrieblichen Car-Sharing-Kunden aus.

Dass Privatkunden oft durch Tipps und Informationsarbeit von Freunden und Bekannten, die bereits Car-Sharing praktizieren, geworben werden, ist durch mehrere Befragungen bekannt. Dass auch eine knappe Mehrheit der Firmenkunden (53 %) durch eine persönliche Empfehlung – beispielsweise durch Mitarbeiter, die Car-Sharing privat nutzen – auf das Angebot aufmerksam wurde, überrascht etwas. Weitere 23 % sind durch Printmedien und Werbung innerhalb der Stadt aufmerksam geworden, dies setzt jedoch bereits eine aufgeschlossene Haltung voraus.

91 % der befragten Geschäftskunden haben eine Car-Sharing-Station in ihrer unmittelbaren Umgebung zur Verfügung. 67 % haben lediglich einen Fußweg von maximal fünf Minuten zurückzulegen, weitere 24 % benötigen maximal zehn Minuten.

Bei der Hälfte der Befragten werden neben dem Car-Sharing auch jeweils Privat-Pkw oder die Bahn für Dienstreisen und -wege genutzt, 35 % der Firmen haben auch mindestens einen Firmenwagen zur Verfügung. Durch Car-Sharing wird meist nur ein Teil der dienstlich zurückgelegten Pkw-Kilometerleistungen bewältigt, in der Hälfte der befragten Firmen werden bis zu 50 % der dienstlich bedingten Pkw-Fahrleistungen mit Car-Sharing zurückgelegt. Ein Viertel der Unternehmen, denen überwiegend keine Firmenwagen oder Privat-Pkw zur dienstlichen Nutzung zur Verfügung stehen, bewältigen bis zu 90 - 100 % der Pkw-Fahrleistungen mit Car-Sharing-Fahrzeugen.

23 befragte Unternehmen besitzen firmeneigene Dienstfahrzeuge. Drei Viertel von diesen haben ihren Fuhrpark, nachdem sie Kunde eines Car-Sharing-Anbieters geworden waren, nicht verändert. Sie nutzen Car-Sharing also als zusätzliche Mobilitätsoption in Kombination mit eigenen Firmenfahrzeugen und der Privat-Pkw-Nutzung der Mitarbeiter. Die Car-Sharing-Teilnahme hält sie eventuell davon ab, ihren eigenen Fuhrpark zu vergrößern.

Als Motivation für die Teilnahme am Car-Sharing geben 65 % der Befragten Kostenersparnisse an, mit 33 % folgt die bessere Pkw-Verfügbarkeit und seltene Pkw-Nutzung (24 %). Umweltschutzgründe sowie geringerer Verwaltungsaufwand spielen nur eine untergeordnete Rolle. Innerhalb des Kostenaspekts werden in der Reihenfolge ihrer Bedeutung geringere Investitionskosten, niedrigere Fixkosten für die Unterhaltung des Fuhrparks und Einsparungen bei Fahrzeugpflege und Wartung genannt. Kostentransparenz bei der Abrechnung sowie der Flexibilitätsgewinn durch den – auch kurzfristigen – Zugriff auf Car-Sharing-Fahrzeuge und die Kurzzeitnutzung werden von einer Vielzahl der Befragten als sehr wichtig erachtet. Ökologische Motive werden zwar nicht als besonders wichtig eingestuft, sind jedoch ein positiver Nebenaspekt. Drei Viertel sehen nicht einen Stellplatzmangel (für eigene Fahrzeuge) oder die Kosten für Stellplätze als bedeutsam an.

Die meisten Geschäftskunden nutzen Car-Sharing wöchentlich oder zumindest monatlich. Fast 40 % unternehmen mit dem Car-Sharing-Fahrzeug vorwiegend Fahrten über 100 km, ein Drittel fährt durchschnittlich zwischen 10 und 50 Kilometer pro Buchung.

Die Zufriedenheit der Geschäftskunden mit dem Angebot ist mit einem Mittelwert von 1,8 über alle Zufriedenheitsaspekte sehr hoch (bei Antwortvorgaben zwischen „sehr zufrieden“ = 1 und „nicht zufrieden“ = 5). Überdurchschnittlich zufrieden sind die Antwortenden insbesondere mit folgenden Teilbereichen: Nähe der Standorte und Zugänglichkeit der Fahrzeuge (Mittelwert 1,1), Zuverlässigkeit (1,5), Verfügbarkeit der Fahrzeuge sowie Kundenbetreuung (beide 1,7). Am „schlechtesten“, mit einer immer noch guten Beurteilung von 2,2 schneidet der Bereich Fahrtkosten bei den befragten Geschäftskunden ab.

Studie des Wuppertal-Instituts, Deutschland

In einer Längsschnittuntersuchung des Wuppertal-Instituts wurden im Jahre 2003 die Geschäftskunden dreier deutscher Car-Sharing-Anbieter in einem vorhergehenden Zeitraum von einem bzw. vier Jahren untersucht (Wuppertal-Institut 2007).

Bei zwei Anbietern kamen durchschnittlich zwei Nutzungsberechtigte auf einen Vertragspartner, beim dritten sechs. Ein Viertel der Geschäftskunden war als passiv zu bezeichnen, hatte also im Untersuchungszeitraum keine Buchungen von Car-Sharing-Fahrzeugen vorgenommen. Es wurde festgestellt, dass Geschäftskunden häufiger buchen als private Kunden, pro Ausleihvorgang länger fahren und im Jahr mehr Gesamtkilometer im Car-

Sharing zurücklegen. Geschäftskunden griffen häufiger auf Mittelklassewagen zu als private Kunden. Es wurde vermutet, dass insbesondere längere Fahrten von Geschäftskunden häufiger mit Mittelklassewagen zurückgelegt wurden. Im Wochenverlauf lasten private und gewerbliche Kunden die Fahrzeuge weitgehend komplementär aus, Geschäftskunden buchten vorwiegend unter der Woche tagsüber, private Kunden am Wochenende und abends.

Knapp die Hälfte der Geschäftskunden reduzierte seine Fahrleistungen im zweiten Jahr der Teilnahme, wie dies auch aus dem Privatkundenbereich als „Lernkurve des Car-Sharing“ bekannt ist (siehe Kapitel 5). Die andere Hälfte steigerte die Fahrleistungen nach dem ersten Jahr.

In einem weiteren Untersuchungsschritt zu den Geschäftskunden wurde analysiert, ob die Reisekostenrichtlinien der öffentlichen Stellen die Car-Sharing-Nutzung fördern oder hemmen. In keiner Reisekostenrichtlinie des Bundes und der Länder wird die Car-Sharing-Nutzung für dienstliche Zwecke ausgeschlossen, lediglich in einem Bundesland wird sie ausdrücklich erwähnt. Die Dienstreiseregelungen privatwirtschaftlicher Unternehmen sind sehr unterschiedlich und manche bevorzugen die Nutzung eigener Firmenwagen. Außerdem spielen eigene Firmenwagen nicht selten eine erhebliche Rolle als Motivationsinstrumente für bestimmte Firmenhierarchien. Es gibt keine steuerrechtlichen Rahmenbedingungen, die die Car-Sharing-Nutzung begünstigen oder benachteiligen. Der Vorteil für Firmen liegt unter anderem in der Transparenz der Abrechnung und der Einfachheit der Buchung und des Fahrzeugzugangs.

Bei einer Kostenvergleichsrechnung wurde ermittelt, in welchen Fällen die Car-Sharing-Nutzung kostengünstiger als andere verfügbare Mobilitätslösungen ist. In der Hälfte der betrachteten Fälle war Car-Sharing eine kostengünstige Variante. Noch kostengünstiger war in vielen Fällen nur die dienstliche Nutzung privater Fahrzeuge der Mitarbeiter. Wird diese Variante beispielsweise wegen Versicherungsunsicherheiten bzw. -risiken ausgeschlossen, ist Car-Sharing in fünf von sechs Bedarfsfällen das kostengünstigste motorisierte Individual-Verkehrsmittel. Wenn mehr als ein Fahrzeug gleichzeitig benötigt wird, treten die Kostenvorteile des Car-Sharing noch deutlicher zutage.

Wenn die Kosten der bisherigen Car-Sharing-Nutzung mit anderen zur Verfügung stehenden Verkehrsmitteln verglichen werden, lauten die Erkenntnisse unter anderem:

- Car-Sharing ist günstiger als Fahrzeuge von Autovermietungen.
- Car-Sharing ist günstiger als die Anschaffung mehrerer kleinerer Firmenwagen sowie günstiger als die Anschaffung eines einzelnen Firmenwagens der gehobenen Mittelklasse.
- Die Anschaffung eines einzelnen Firmenwagens der Kleinwagenklasse oder eines Kombis ist vergleichbar mit den Car-Sharing-Kosten.
- Der Pkw eines Mitarbeiters stellt die günstigste Variante dar, da die Anschaffungskosten für die Firma entfallen. Probleme bereitet jedoch die Versicherung im Falle eines Unfalls, weswegen viele Firmen oder Mitarbeiter von dieser Lösung absehen.

Wenn jedoch die Kosten eines bisher existierenden Firmenwagens mit anderen Verkehrsmitteln verglichen werden, lauten die Ergebnisse der Kosten-Vergleichsrechnung unter anderem:

- Bei hohen Fahrleistungen ist die Anschaffung eines eigenen Firmenwagens bzw. mehrerer Kleinwagen günstiger.

- Die Kosten für die Anschaffung und Unterhaltung mehrerer Kombis sind mit der Car-Sharing-Nutzung vergleichbar oder etwas günstiger. Bei Firmen mit hohen Außendienst-Fahrleistungen und der generellen Bereitschaft, unterschiedliche Verkehrsmittel zu nutzen, ist die Car-Sharing-Nutzung in vielen Fällen günstiger als die Anschaffung mehrerer Firmenwagen.
- Zur Abdeckung des Spitzenbedarfs kann Car-Sharing die kostengünstige Alternative sein.

4.3 Ausgewählte Potenzialabschätzungen zukünftiger Car-Sharing-Nutzung

In diesem Kapitel wird ein kurzer Überblick über bestehende Potenzialstudien gegeben, die einen Hinweis auf zu erreichende Marktziele geben können. Die Studien basieren auf Befragungen von bisherigen Nicht-Nutzern und beziehen in unterschiedlichen Kombinationen vor allem heutiges Verkehrsverhalten, räumliche Faktoren sowie Einstellungsorientierungen ein.

Wie realistisch einige Zahlen aus den veröffentlichten Potenzialstudien sind, ergibt sich bereits aus dem Vergleich der für die Zukunft unter günstigen Voraussetzungen erreichbaren Kundenzahlen und dem bereits heute in der Schweiz erreichten Anteil von Car-Sharing-Kunden im Vergleich zur gesamten Bevölkerung. Würde Deutschland beispielsweise als mittelfristiges Ziel eine vergleichbare Ausschöpfungsquote von Car-Sharing-Kunden anstreben, wie bereits heute von Mobility in der Schweiz erreicht, so würden insgesamt 900.000 Nutzer erzielt. Anders ausgedrückt: Um eine vergleichbare Marktausschöpfung in Deutschland zu erzielen, wie sie heute in der Schweiz existiert, müssten unter dem Strich von den deutschen Car-Sharing-Anbietern etwa 740.000 Neukunden geworben werden. Von diesem Niveau aus ist es nicht mehr so weit zu den prognostizierten Marktpotenzialen von etwa 1,5 Mio. Kunden.

Car-Sharing-Anbieter bzw. Land	räumliche Abgrenzung der potenziellen Nutzer	Methode	Anzahl potenzieller Nutzer / Anteil an Gesamtbevölkerung	Jahr der Unter-suchung	Quelle
Schweiz (Anbieter Mobility)	Gemeinden über 2.000 Einwohner in der Schweiz	Anteil der erwachsenen Bevölkerung mit Führerschein, die in Wohnlage leben, die gut mit dem ÖPNV erreichbar ist, täglicher Weg zur Arbeit ohne Auto; Befragung potenzieller Kunden: 36 % davon mit Interesse am Car-Sharing	613.000 potenzielle Kunden = 8,7 % der Schweizer Wohnbevölkerung	1997/ 1998	Muheim 1998
Schweiz (Anbieter Mobility)	Gemeinden über 5.000 Einwohner in der Schweiz	Bevölkerungsentwicklung, Entwicklung externer Rahmenbedingungen, Abschlag auf bisherige Potenzialanalyse von Muheim	500.000 Kunden als theoretische Spitze; 100.000 Kunden bis zum Jahr 2008 als ambitionierter Anstieg	2005	BfE 2006
Deutschland	Städte und Gemeinden über 20.000 Einwohner	Repräsentative Bevölkerungsbefragung: Passung „objektiver“ Kriterien (Führerscheinbesitz, geringe Pkw-Nutzungshäufigkeit, geringe Jahresfahrleitung mit Pkw etc.) und subjektiver Einstellungen	1,5 bis 2,0 Mio. potenzieller Kunden: 1,44 Mio. in Gebieten mit bestehendem CS-Angebot, 0,6 Mio. in Gebieten ohne bestehendes CS-Angebot = 7 % der befragten Bevölkerung	2003	Loose et al. 2004

Tab. 4.10, Teil 1: Vergleich von Potenzialabschätzungen zur möglichen zukünftigen Car-Sharing-Entwicklung in verschiedenen europäischen Ländern

Car-Sharing-Anbieter bzw. Land	räumliche Abgrenzung der potenziellen Nutzer	Methode	Anzahl potenzieller Nutzer / Anteil an Gesamtbevölkerung	Jahr der Unter-suchung	Quelle
Deutschland	Bevölkerung in Städten über 50.000 Einwohnern, zwischen 18 und 65 Jahre, mit Führerschein	Repräsentative Bevölkerungs-befragung, Einteilung in vier sozialwissenschaftlich abgeleitete Mobilitätsstilgruppen, Vergleich mit nationaler Mobilitätsstudie „Mobilität in Deutschland 2002“	Minimum 960.000 potenzielle Kunden in Städten über 100.000 Einwohnern (Maximum 2,0 Mio.); Minimum 54.000 potenzielle Kunden in Städten über zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern (Maximum 120.000); Marktvolumen 160.000 Kunden bis 2010	2004	Knie, Canzler 2005; Maertins 2006
Deutschland	Deutschsprachige Personen in Großstädten im Alter zwischen 18 und 75 Jahren mit Führerschein	Repräsentative Bevölkerungs-befragung: Abfrage des Interesses an einem „flexibilisiertem Car-Sharing-Angebot“ in Basisvariante und erweiterter Variante (z. B. mit Einwegbuchungen und Open-end-Buchungen); demographische Bevölkerungsentwicklung bis 2020, heutige Rahmenbedingungen der Mobilitätsentwicklung.	6,4 Mio. potenzielle Kunden 2020 (alle Interessierten) 2,1 Mio. potenzielle Kunden 2020 (nur stark Interessierte) 1,5 Mio. potenzielle Kunden 2020 (bei eingeschränkter Investitionsbereitschaft der Anbieter) 0,87 Mio. potenzielle Kunden 2020 (bei Beschränkung der Angebotserweiterung in zentralen Wohnlagen)	2005	Wuppertal-Institut 2007

Tab. 4.10, Teil 2: Vergleich von Potenzialabschätzungen zur möglichen zukünftigen Car-Sharing-Entwicklung in verschiedenen europäischen Ländern

Eine andere Herangehensweise verfolgt eine aktuelle, im Januar 2010 veröffentlichte Studie der internationalen Unternehmensberatung Frost & Sullivan. Es kann davon ausgegangen werden, dass Adressaten der Studie eher internationale Konzerne aus dem Bereich der Autohersteller oder Autovermietungsunternehmen sind als traditionelle Car-Sharing-Anbieter. Es ist alleine schon bemerkenswert, dass Car-Sharing immer mehr in den Blickwinkel internationaler Konzerne gerät und als Tätigkeitsfeld für diese Unternehmen immer interessanter wird. Zunehmend werden von diesen „Quereinsteigern" neue Car-Sharing-Angebote als Pilotprojekte oder auch als dauerhafte Geschäftsfelder auf den europäischen Markt gebracht.

Die Frost & Sullivan-Studie basiert auf Experteninterviews und bereits bestehenden Studien. Die Studie unterscheidet zwischen drei Szenarien, dem Frost & Sullivan Szenario, einem optimistischen Szenario und einem konservativen Szenario. Die folgende Tabelle 4.11 listet die Annahmen und Ergebnisse der drei Szenarien auf. Betrachtet wird die mögliche oder voraussichtliche Car-Sharing-Entwicklung in Europa.

	Frost & Sullivan Szenario	**Optimistisches Szenario**	**Konservatives Szenario**
Unterstützung durch nationale politische Programme	Begrenzte Integration von Car-Sharing in Siedlungsentwicklungen in den großen EU5-Ländern, nur nationale Unterstützung in EU5-Ländern.	EU-weite Car-Sharing-Definition, politische Unterstützung für Car-Sharing und andere umweltfreundliche Verkehrsarten, Integration von Car-Sharing in Siedlungsentwicklungen im größeren Umfang in EU15-Ländern.	Weniger politische Unterstützung, lediglich bei der Einführung der Elektromobilität, lediglich regionale oder lokale Unterstützung.
Mobilitäts-management	Integration von Car-Sharing-Angeboten in nationales Mobilitätsmanagement in großen EU5-Ländern bis 2013, regionales E-Ticketing in EU5-Ländern bis 2014.	Integration von Car-Sharing-Angeboten in nationales Mobilitätsmanagement in allen EU15-Ländern bis 2015, Akzeptanz für Car-Sharing als umweltfreundliche Verkehrsart.	Integration von Car-Sharing-Angeboten in nationales Mobilitäts-management lediglich in Frankreich, UK und Niederlanden bis 2014, aktive Förderung des Zweiradverkehrs anstelle Car-Sharing.
Car-Sharing-Kunden	Junge Generation als Hauptzielgruppe der Car-Sharing-Anbieter, verstärkte Marketinganstrengungen an Universitäten.	Akquisition von Geschäftskunden im größeren Maßstab, EU-weite Einführung von Straßenbenutzungsgebühren in Europa führt Car-Sharing-Angeboten verstärkt neue Nutzer zu.	Geringeres Wachstum bei Geschäftskunden, weniger Kundenexpansion an Universitäten.

Tab. 4.11, Teil 1: Annahmen und Ergebnisse der Car-Sharing-Szenarien von Frost & Sullivan für Europa

	Frost & Sullivan Szenario	**Optimistisches Szenario**	**Konservatives Szenario**
Automobil-hersteller	Zusammenarbeit mit Car-Sharing-Anbietern, ungefähr vier Automobilhersteller bieten selbst Car-Sharing an, wie Car2go von Daimler.	Die meisten Automobilhersteller bieten selbst Car-Sharing-Dienste als neues Geschäftsmodell an.	Nur Daimler bietet sein Car-Sharing-Angebot in Europa an, nur Marketingzusammen-arbeit mit Car-Sharing-Anbietern.
Angebote durch Car-Sharing-Unternehmen	Die meisten CSO bieten Open-end-Reservierun-gen und Einwegfahrten an. Integration der meisten Carpooling-Kunden ins Car-Sharing.	Open-end-Reservierun-gen und Einwegfahrten werden weitgehend umgesetzt.	Wenige Organisationen bieten Open-end-Reservierungen, cars-on-demand und Einwegfahrten an.
Autovermie-tungen und Konkurrenz	Tochtergesellschaften der Autovermietungen bieten in allen wichtigen EU-Ländern und größeren Städten Car-Sharing-Angebote an.	Erwerb von Car-Sharing-Unternehmen durch Autovermietungs-Unternehmen. Zusammenschluss der meisten kleineren Car-Sharing-Anbieter und Erwerb durch große nationale Anbieter, um damit ländliche Gebiete anzusteuern.	Autovermietungen expandieren langsam ins Car-Sharing-Geschäft und auch nur in großen europäischen Städten. Keine neuen Car-Sharing-Anbieter oder Autovermietungen steigen ins Car-Sharing ein.
Kundenzahl in Europa 2015	knapp 4 Mio.	gut 5,5 Mio.	ca. 1,5 Mio.

Tab. 4.11, Teil 2: Annahmen und Ergebnisse der Car-Sharing-Szenarien von Frost & Sullivan für Europa

5 Umweltwirkungen des Car-Sharing

Wie im vorigen Kapitel gezeigt wurde, spielen die Umweltwirkungen des Car-Sharing zwar nicht (mehr) die erste Rolle bei der Entscheidung der Kunden für die Car-Sharing-Teilnahme, sie werden quasi stillschweigend als gegeben vorausgesetzt. Eine große Bedeutung hat die Umwelt- und Verkehrsentlastung jedoch in der Argumentation gegenüber der Politik. Sofern es eine nationale, regionale oder örtliche Unterstützung durch die politischen Gremien gibt, stützt sie sich auf den Beitrag des Car-Sharing zur Verkehrsentlastung.

Als das erste Car-Sharing-Angebot 1987 in der Schweiz umgesetzt wurde, konnte dies als Reaktion auf die damals sehr aktuelle Umweltdebatte des Waldsterbens gesehen werden. Car-Sharing wurde von dieser Pioniergeneration dezidiert als vergleichsweise umweltfreundliches Autoangebot entwickelt, das seinen Beitrag zur Entlastung von der umweltzerstörenden Luftverschmutzung leisten sollte.

Die gesamte Entlastungswirkung beruht auf Einzelwirkungen, die sowohl auf der Fahrzeugseite als auch beim Verkehrsverhalten der Car-Sharing-Teilnehmer ansetzen. In diesem Kapitel werden die unterschiedlichen Einzelwirkungen des Car-Sharing analytisch aufgegliedert und mit Untersuchungsergebnissen von wissenschaftlichen Studien und Kundenbefragungen in einigen Car-Sharing-Ländern belegt. Durch die Studienergebnisse wird eindrucksvoll verdeutlicht, dass Car-Sharing einen nennenswerten Beitrag zur Verkehrs- und Umweltentlastung leistet. Im integrativen Zusammenwirken mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (Öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad und Zufußgehen) stellt Car-Sharing einen stadt- und umweltverträglichen Autobaustein dar, der von seinen Nutzern sehr gezielt und sparsam eingesetzt wird.

5.1 Fahrzeugbedingte Umweltwirkungen

Zunächst werden die Wirkungen aufgezählt, die durch den Einsatz der Fahrzeuge in der Car-Sharing-Flotte der Anbieter erzielt werden.

5.1.1 Car-Sharing-Fahrzeuge sind dem jeweiligen Fahrtzweck angepasst

Im Car-Sharing werden kleinere und neuere Fahrzeuge eingesetzt, als sie durchschnittlich in privaten Haushalten zu finden sind. Dadurch werden weniger gesundheitsschädliche Schadstoffe freigesetzt und im Vergleich weniger Kraftstoff pro gefahrenem Kilometer verbraucht, was sich direkt in niedrigeren durchschnittlichen CO_2-Emissionen niederschlägt.

Der Großteil der in den Car-Sharing-Flotten eingesetzten Fahrzeuge gehört zur Klasse der Kleinwagen und Minis. In Deutschland sind beispielsweise 70 % der Fahrzeuge in den Car-Sharing-Flotten diesen beiden untersten Fahrzeugklassen zuzurechnen. Die Fuhrparkzusammensetzung entspricht den Bedürfnissen der Kunden und ihrer Fahrtzwecke. Die Nutzung sparsamer Kleinwagen wird von den Car-Sharing-Anbietern durch nach Fahrzeuggröße gestaffelte Nutzungstarife unterstützt. Die meisten Fahrten werden alleine oder lediglich zu zweit im Umkreis des Wohnortes durchgeführt. Hierfür reicht ein niedrig motorisierter Kleinwagen in der Regel völlig aus. Für längere Fahrten, für Fahrten mit großem Gepäck oder mehreren Personen halten die Anbieter eine Auswahl größerer Fahrzeugmodelle bereit, die je nach Komfortbedürfnis und Fahrtzweck gezielt ausgewählt werden können. Der Kunde kann sich also durch seine Fahrzeugwahl aktiv daran beteiligen, Kraftstoff einzusparen und den CO_2-Ausstoß zu mindern.

Beim Kauf eines Privat-Pkw wird jedoch nach anderen Kriterien entschieden. Hier bestimmen die jährliche Urlaubsfahrt oder die wenigen Familienausflüge am Wochenende über die Fahrzeugauswahl. Daher werden für die meisten Alltagsfahrten viel zu große, spritfressende Fahrzeuge durch die Gegend bewegt.

5.1.2 Car-Sharing-Fahrzeuge verbrauchen weniger Kraftstoff und emittieren weniger Schadstoffe

Car-Sharing-Fahrzeuge sind durchschnittlich jünger als die Privatwagenflotte. Dadurch werden die Erfolge der Autohersteller bei der Motorenentwicklung, der Kraftstoffeinsparung und bei den Emissionsstandards im Car-Sharing schneller in die Praxis umgesetzt, als dies bei privaten Pkw der Fall ist.

Im Ergebnis werden mit jedem gefahrenen Kilometer im Car-Sharing-Fahrzeug weniger gesundheitsschädliche Schadstoffe in die Luft geblasen und weniger Kraftstoff verbraucht. Die folgende Tabelle 5.1 zeigt die Unterschiede zwischen den spezifischen CO_2-Emissionen einiger Car-Sharing-Fuhrparks im Vergleich zu den nationalen Pkw-Flotten (Neufahrzeuge oder Bestandsfahrzeuge) auf. Der Unterschied liegt in den meisten betrachteten Fällen in der Größenordnung zwischen 15 % und 20 % und erreicht Spitzenwerte bis zu fast 25 %. Neun europäische Car-Sharing-Anbieter mit mehr als 20 Fahrzeugen in ihrer Flotte weisen einen nach der gemeldeten Fahrzeuganzahl gewichteten spezifischen CO_2-Ausstoß von 129,6 g/km auf. Demgegenüber hatten die in 26 Ländern der EU im Jahr 2008 verkauften Neuwagen einen spezifischen CO_2-Ausstoß von 153,5 g/km (EC 2010) und liegen damit 15,6 % höher als die Car-Sharing-Bestandsflotten. Auch der Schweizer Car-Sharing-Anbieter Mobility liegt mit einem relativ hohen spezifischen CO_2-Ausstoß von 151 g/km noch 17,5 % niedriger als der nationale Neuwagendurchschnitt in der Schweiz. Die im Vergleich zu anderen Anbietern verbrauchsstärkere Car-Sharing-Flotte von Mobility ist wohl den anspruchsvolleren Kundenwünschen in der Schweiz geschuldet.

Eine etwas andere Systematik für den Vergleich der spezifischen CO_2-Emissionen wählte der Car-Sharing-Verband Carplus in Großbritannien. Er verglich die sehr verbrauchsgünstigen Car-Sharing-Flotten von einigen britischen Car-Sharing-Anbietern mit den durch die Car-Sharing-Teilnahme freigesetzten Privat-Pkw. Hierbei wurden die spezifischen CO_2-Emissionen auf den Durchschnittsverbrauch von sechs Jahre alten Privat-Pkw bezogen. Damit kam ein außergewöhnlich hoher Emissionsunterschied von 36 % zugunsten der Car-Sharing-Flotten heraus (Carplus 2008).

Viele Car-Sharing-Anbieter erreichen bereits heute mit ihren Bestandsflotten den von der EU vorgegebenen Grenzwert von 130 g/km für neue Pkw, der ab 2015 verbindlich wird.

Neben den geringeren Ausstößen von klimawirksamen Abgasen werden auch gesundheitsschädliche Abgase in derselben Größenordnung weniger in die Umwelt emittiert. Daran soll angesichts der Dominanz der klimarelevanten Schadstoffausstöße in der Umweltdebatte auch erinnert werden.

Eine englische Studie weist auf einen weiteren Zusammenhang hin, der fahrzeugseitige und verhaltensbedingte Umweltentlastung kombiniert. Da das Tarifsystem der Car-Sharing-Anbieter bei seinen Kunden auf eine Zusammenlegung von Fahrtwünschen hinwirkt, werden einzelne kurze Fahrten vermieden. Dies führt dazu, dass mit Car-Sharing-Fahrzeugen weniger Kilometer im besonders schadstoffintensiven Kaltstartmodus des Motors zurückgelegt werden. Nach dieser Schätzung werden nur 2 % der mit Car-Sharing-Fahrzeugen zurückgelegten Kilometer im Kaltstartmodus gefahren (Carplus 2008, S. 7).

Car-Sharing-Anbieter bzw. Land	Spez. CO_2-Ausstoß Car-Sharing-Flotte	Anzahl Car-Sharing-Fahrzeuge	Spez. CO_2-Ausstoß nationale Pkw-Flotte im Vergleichsjahr	Emissionseinsparung Car-Sharing-Flotte	Vergleichsjahr	Quelle
10 große Anbieter in Europa, diverse Länder	141,9 g/km	3.828	153,5 g/km (nur Neuwagen in 26 EU-Ländern)	7,6 %	2009	momo-Befragung (siehe Kapitel 3); EC 2010
9 große Anbieter in Europa (ohne Mobility), diverse Länder	129,6 g/km	1.628	153,5 g/km (nur Neuwagen in 26 EU-Ländern)	15,6 %	2009	momo-Befragung (siehe Kapitel 3); EC 2010
10 kleine Anbieter in Europa, diverse Länder	128,1 g/km	94	153,5 g/km (nur Neuwagen in 26 EU-Ländern)	16,5 %	2009	momo-Befragung (siehe Kapitel 3); EC 2010
Mobility, Schweiz	151 g/km	2.200	183 g/km (nur Neuwagen)	17,5 % (gesamt 1.510 t im Jahr)	2008	Mobility 2009
Mobility, Schweiz	155 g/km	1.750	189 g/km neue Pkw 207 g/km Pkw-Flotte	18 % 25 %	2005	BfE 2006
Denzel Mobility, Österreich	126 g/km	169	158,1 g/km (2008)	20,3 %	2009/2008	Denzel Mobility; EC 2010
cambio, Deutschland	129 g/km	575	165 g/km (2008, nur Neuwagen)	21,2 %	2009/2008	cambio 2009a; KBA 2009

Tab. 5.1, Teil 1: Vergleich der spezifischen CO_2-Emissionen unterschiedlicher Car-Sharing-Flotten mit nationalen Privat-Pkw-Flotten

Car-Sharing-Anbieter bzw. Land	Spez. CO_2-Ausstoß Car-Sharing-Flotte	Anzahl Car-Sharing-Fahrzeuge	Spez. CO_2-Ausstoß nationale Pkw-Flotte im Vergleichsjahr	Emissionseinsparung Car-Sharing-Flotte	Vergleichsjahr	Quelle
cambio Belgien, Belgien	117 g/km (Flandern), 120 g/km (Brüssel), 122 g/km (Wallonien)	248	155 g/km (nur Neuwagen)	21,3 % bis 24,5 %	2008	Auskunft per Email, Taxistop
diverse, Großbritannien	110 g/km	k. A.	171 g/km (Verbrauch der ersetzten Privat-Pkw)	36 %	2007 bzw. 2001	Carplus 2008
diverse, Deutschland	148 g/km	1.042	176 g/km (nur Neuwagen)	16 %	2003	Knie, Canzler 2005

Tab. 5.1, Teil 2: Vergleich der spezifischen CO_2-Emissionen unterschiedlicher Car-Sharing-Flotten mit nationalen Privat-Pkw-Flotten

Bei den Emissionsvergleichen in Tabelle 5.5 ist zu beachten, dass wegen fehlender Daten in fast allen Vergleichsfällen Neufahrzeuge der nationalen Privat-Pkw-Flotten mit der gesamten Car-Sharing-Flotte verglichen werden. Da die Haltedauern in den Car-Sharing-Flotten im Durchschnitt drei bis vier Jahre ausmachen, sind neben den Neufahrzeugen des Betrachtungsjahres dort also auch wenige Jahre alte Bestandsfahrzeuge enthalten. Ein Vergleich nur zwischen Neufahrzeugen würde die Unterschiede noch klarer herausstellen.

5.1.3 Besondere Antriebsarten im Fuhrpark

Nur vereinzelt werden bisher Fahrzeuge mit besonders schadstoffarmen oder klimaschonenden Antrieben in den Car-Sharing-Fuhrparks eingesetzt. Ergebnisse aus der momo-Befragung sind in Kapitel 3 berichtet. Wo besondere Antriebe zum Einsatz kommen, sind dies im Wesentlichen CNG-Antriebe – hier sind einige italienische Car-Sharing-Anbieter Vorreiter – oder Hybrid-Fahrzeuge. Dadurch wird insbesondere im Stadtverkehr die Umwelt zusätzlich entlastet.

Elektrofahrzeuge wären von ihrem Emissionsverhalten und ihrer Batteriereichweite eigentlich sehr gut für den Einsatz im Car-Sharing geeignet. Jedoch sind sie bisher noch selten im Car-Sharing-Betrieb zu finden. Eine Ausnahme bildet hier beispielsweise der Car-Sharing-Anbieter im französischen La Rochelle. Diese Stadt ist seit langem dafür bekannt, dass hier Elektromobilität von der Stadtverwaltung besonders gefördert wird. 1999 wurden im Rahmen des europäischen Projektes LISELEC Elektrofahrzeuge im Car-Sharing eingeführt.

Als Gründe dafür, dass alternative Antriebe im Car-Sharing bisher nicht häufiger eingesetzt werden, sind zu nennen:

- Die zum Teil wesentlich höheren Anschaffungskosten von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben lassen sich in der kurzen Laufzeit der Fahrzeuge im Car-Sharing-Betrieb mit den dort vorherrschenden relativ niedrigen Tarifen nur schwer erwirtschaften.
- Die knappen Betriebsressourcen der Car-Sharing-Anbieter lassen es ohne finanzielle Projektmittel nicht zu, noch nicht vollständig ausgereifte Fahrzeugkonzepte im Praxisversuch auszuprobieren und dabei die finanziellen und Verfügbarkeitsrisiken für die Autohersteller zu übernehmen.
- Von wenig geübten Car-Sharing-Kunden könnten alternative Antriebe als Nutzungshindernis angesehen werden, da sie Angst davor haben könnten, dass ihnen Bedienungsfehler (zum Beispiel beim Tanken bzw. Aufladen) in Rechnung gestellt werden könnten. Dieses Hemmnis wird auch dann wirksam, wenn es in erster Linie in der Vorstellung der Kunden und nur in wenigen Fällen real auftritt.
- Speziell beim Einsatz von Elektrofahrzeugen wäre im Praxisversuch zu klären, wie die Ladeintervalle zwischen den Nutzungen so zu handhaben sind, dass pro Tag eine möglichst hohe Auslastung erreicht wird. Zwar fährt der durchschnittliche Privatnutzer nur etwa 25 bis 40 Kilometer pro Nutzung. Damit könnten im statistischen Durchschnitt mindestens drei Nutzer nacheinander das Elektroauto reservieren, ohne dass Zeitreserven für das Laden an der Steckdose eingerechnet werden müssen. Jedoch muss auch gewährleistet werden, dass ein Nutzer, der 100 oder 120 Kilometer weit fährt, nicht unterwegs mit einer leeren Batterie liegen bleibt.

In einer Befragung des belgischen Anbieters cambio bei Brüsseler Car-Sharing-Kunden antworteten fast drei Viertel, dass sie gerne Fahrzeuge mit besonders umweltfreundlichen Antrieben nutzen würden. Nur 3 Prozent lehnten das ab und 23 Prozent waren neutral

eingestellt. Fast alle Kunden stimmten der Aussage zu, dass ihr Brüsseler Car-Sharing-Anbieter besonders geeignet wäre, eine Schlüsselrolle bei der Einführung alternativer Antriebskonzepte auf nationaler Ebene zu spielen. Etwa 60 Prozent der positiv eingestellten Befragten wären auch bereit, höhere Tarife für die besonders umweltfreundlichen Fahrzeuge zu zahlen oder etwas Komforteinbussen für die heute verfügbaren Fahrzeuge mit Alternativantrieben hinzunehmen, aber nur, wenn die Unterschiede zum jetzigen Angebot nicht zu groß wären. Unter den bevorzugten alternativen Antrieben wurden mit Abstand Elektrofahrzeuge und solche mit Hybridantrieben genannt. Biodieselantriebe fanden die geringsten Zustimmungen (Taxistop, cambio 2009).

Selbstverständlich stellen sich die europäischen Car-Sharing-Anbieter ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt. Einige Anbieter sind Partner in gerade anlaufenden nationalen oder EU-weiten Umsetzungsprojekten zur Erprobung der Elektromobilität. Jedoch wecken die aufgeregte öffentliche Diskussion um die Elektromobilität und die vielfach erhobene Forderung, Car-Sharing-Anbieter mögen sich daran beteiligen, falsche Erwartungen. Ende 2009 bietet noch kein namhafter Autohersteller einen Elektro-Kleinwagen in der serienreifen Massenproduktion am Markt an. Es werden lediglich geringe Stückzahlen aus der Vorserienproduktion auf einen begrenzten Markt gegeben. Car-Sharing-Anbieter gehörten bisher nur in vereinzelten Ausnahmefällen zu den Empfängern der ersten Auslieferungen. Erst für die zweite Hälfte 2010 oder zum Jahreswechsel 2010/2011 werden größere Stückzahlen dieser Elektrofahrzeuge angekündigt, um die sich Car-Sharing-Anbieter bewerben könnten. Fahrzeuge kleiner Hersteller erfüllen nicht die üblichen Sicherheitsstandards für Fahrzeuge und sind deshalb für den Car-Sharing-Betrieb weniger geeignet.

5.2 Verhaltensbedingte Umweltwirkungen

Neben den fahrzeugseitigen Umweltentlastungen nehmen die Car-Sharing-Angebote auch aktiv Einfluss auf das Verkehrsverhalten der Kunden und unterstützen deren wenig autoorientierte Mobilitätsorientierungen.

5.2.1 Jedes Car-Sharing-Fahrzeug ersetzt mindestens vier bis acht Privatwagen

In Kundenbefragungen wird immer wieder festgestellt, dass Car-Sharing-Teilnehmer im Vergleich zu sonstigen Privathaushalten unterdurchschnittlich wenige Privat-Pkw pro Haushalt besitzen. Einige dieser Befragungsergebnisse werden in der folgenden Tabelle 5.2 aufgeführt.

Für die Stichprobe der Untersuchung von Myers und Cairns in Großbritannien wurde eine Gesamtzahl von 2.369 privaten Fahrzeugen festgestellt, die im Vorher/Nachher-Vergleich weniger im Besitz der Car-Sharing-Teilnehmer sind. Hochgerechnet auf alle Car-Sharing-Nutzer in Großbritannien würde eine Zahl von mehr als 25.000 Privatfahrzeugen herauskommen, die nach dem Car-Sharing-Beitritt abgeschafft wären (Myers, Cairns 2009, S. 24). Daraus wird ein vergleichsweise hohes Verhältnis von 14 abgeschafften Privatfahrzeugen auf jedes Car-Sharing-Fahrzeug errechnet (siehe Tab. 5.4).

Die Auflistung gibt zwar keinen Aufschluss über die Gründe, warum diese Teilnehmer-Haushalte über kein Auto verfügen. Jedoch zeigt der Anstieg der Zahl autofreier Haushalte nach dem Beitritt, dass der private Autobedarf abnimmt. Dadurch sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass ein privates Auto für jeden möglichen Zweck routinemäßig eingesetzt wird. Ein selektiver und weniger häufiger Autoeinsatz wird wahrscheinlicher.

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	Anteil autofreier Haushalte vor Beitritt	Anteil autofreier Haushalte nach Beitritt	Quelle
3 Londoner Anbieter	49 %	74 %	Synovate 2006; gefragt wurde nach Personen ohne ständigen Autozugang
4 bzw. 5 Anbieter in Großbritannien			Myers, Cairns 2009
Bestandskunden	49 %	86 %	
Neukunden	47 %	82 %	
Kunden in London	50 %	88 %	
Kunden außerhalb Londons	44 %	75 %	
Mobility, Schweiz	60 %	76 %	BfE 2006

Tab. 5.2: Anteil autofreier Haushalte von Nutzern vor und nach Car-Sharing-Beitritt

Als weiterer Effekt wird berichtet, dass auch bei den weiterhin Privatautos besitzenden Haushalten die Anzahl der dort verfügbaren Autos signifikant gesunken ist. Das bedeutet, dass mit der Car-Sharing-Teilnahme Zweit- oder Drittwagen abgeschafft werden.

Ein weiteres interessantes Detail in diesem Zusammenhang eröffnet die Schweizer Evaluationsstudie von 2006 (BfE 2006). Hier wird erläutert, wie sich der Anteil von Neukunden-Haushalten ohne Motorfahrzeuge unter Berücksichtigung der Beitrittsdauer zum Car-Sharing-Anbieter Mobility verändert (siehe Tabelle 5.3). Allerdings sei darauf hingewiesen, dass in der Tabelle der Begriff Motorfahrzeuge verwendet wird, also neben Privat-Pkw auch Motorräder, Motorroller und Mopeds enthalten sind. Der Anteil von Haushalten, die zwar über ein Motorfahrzeug verfügen, jedoch keinen eigenen Privatwagen besitzen, ist also höher als aus der Tabelle ersichtlich.

Kunde seit	Haushalte ohne Motorfahrzeuge im Haushalt vor Beitritt zu Mobility	Anteil Haushalte ohne Motorfahrzeuge
1991 – 1996	38	51,4 %
1997 – 1999	72	54,5 %
2000 – 2001	68	57,6 %
2002 – 2003	48	51,6 %
2004 – 2005	46	47,4 %
Gesamt	272	Mittelwert 52,9 %

Tab. 5.3: Anteil von Neukunden ohne Motorfahrzeug in Abhängigkeit vom Beitrittsjahr zu Mobility (BfE 2006, S. 24)

Die Analyse zeigt, dass sich in den letzten vier Jahren der Untersuchung der Anteil von Haushalten mit Motorfahrzeugen, die Kunde beim Car-Sharing-Anbieter wurden, erhöht hat.

In der Schlussfolgerung bedeutet dies, dass das Car-Sharing-Angebot in der Schweiz zunehmend auch für autobesitzende Haushalte attraktiv geworden ist. Unter Einbezug dieser Veränderung gilt die in Tabelle 5.3 wiedergegebene Aussage, dass Mobility-Kunden in der Schweiz ihren Autobesitz während der Car-Sharing-Teilnahme deutlich verringert haben.

Tabelle 5.4 stellt Befragungsergebnisse über die Anteile von Autoabschaffern bzw. Nicht-Anschaffern unter Car-Sharing-Kunden vor.

Auch wenn die in Tabelle 5.4 aufgelisteten Untersuchungen nicht den wissenschaftlichen Beweis führen, dass die Car-Sharing-Teilnahme tatsächlich der ursächliche Auslöser für die „Autodiät“ ist, kann als Fakt festgestellt werden, dass Car-Sharing-Haushalte im statistischen Durchschnitt über weniger eigene Autos verfügen als vergleichbare Bevölkerungsgruppen.

Als Verallgemeinerung aus den Kundenbefragungen kann gelten, dass jedes neu angeschaffte, normal ausgelastete Car-Sharing-Fahrzeug im statistischen Durchschnitt mindestens vier bis acht Privatwagen ersetzt, im Einzelfall auch mehr.

Entlastung von Parkdruck – kommt allen Verkehrsteilnehmern zugute

Die Reduzierung des Autobesitzes durch Car-Sharing führt zur Entlastung von Parkdruck in denjenigen Stadtvierteln, in denen besonders viele Car-Sharing-Kunden leben. Das verkehrsentlastende Verhalten der Car-Sharing-Teilnehmer kommt also allen Verkehrsteilnehmern zugute, in erster Linie den weiter das private Auto nutzenden Nachbarn.

Umgerechnet auf den Flächenbedarf der benötigten Parkplätze entsprechen vier bis acht eingesparte Privatautos für jedes Car-Sharing-Fahrzeug einer freiwerdenden Fläche von mindestens 40 bis 80 Quadratmetern öffentlichem Straßenraum bzw. von mindestens 80 bis 160 Quadratmetern Fläche in Parkgaragen oder auf privaten Flächen mit eigener Zufahrt. Wenn noch einbezogen wird, dass jedes im Straßenverkehr angemeldete Auto am Tag weitere Parkplätze an anderen Stellen benötigt, erhöht sich der Platzgewinn pro Car-Sharing-Auto sogar noch weiter.

Die eingesparten Privatwagen tragen nicht nur zur Flächenentlastung in den Städten bei. Es werden auch weniger Rohstoffe und Energie verbraucht, wenn sie gar nicht erst gebaut werden. Bei einer durchschnittlichen Lebensdauer eines Pkw wird circa ein Fünftel der Emissionen und Klimabelastung im Produktionsprozess der Neuwagen verursacht, also bevor sie einen einzigen Kilometer gefahren sind.

Car-Sharing schafft Potenziale für bessere Aufenthaltsqualität und Stadtgestaltung

Das Problem der oben aufgezeigten positiven Flächenbilanz durch Car-Sharing ist, dass die theoretisch freiwerdenden Flächen nur selten tatsächlich im Straßenraum sichtbar werden. Sie werden in den dicht bebauten Stadtquartieren sofort wieder von der zunehmenden Motorisierung anderer Bewohner oder den dort arbeitenden Einpendlern und Besuchern besetzt, die sich freuen, wenn sie auf der Suche nach einem freien Parkplatz einmal weniger um den Häuserblock fahren müssen. Verminderter Parkdruck, der sich noch dazu nur langsam mit jedem neu hinzukommenden Car-Sharing-Teilnehmer einstellt, ist nicht unmittelbar mit den menschlichen Sinnesorganen erfassbar und wird nur von erfahrenen Beobachtern wahrgenommen.

Theoretisch könnten die durch Car-Sharing freiwerdenden Flächen anderen stadtverträglichen Nutzungen zugeführt werden. Sie könnten beispielsweise nicht motorisierten Verkehrsteilnehmern (Radfahrern, Fußgängern) als zusätzlicher Verkehrsraum zur Verfügung gestellt

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	Anteil Car-Sharing-Kunden, die (mindestens) ein Auto abgeschafft haben	Anteil von Car-Sharing-Kunden, die geplanten Autokauf nicht getätigt haben	Jedes Car-Sharing-Fahrzeug ersetzt ... Privat-Pkw	Unter-suchungs-jahr	Quelle
4 bzw. 5 Anbieter in Großbritannien				2008	Myers, Cairns 2009
Bestandskunden	40,3 %	25,8 %	14		
Neukunden	37,9 %	24,2 %	9		
3 Anbieter in London, Großbritannien	19 % (13 % unmittelbar vor, 6 % nach Beitritt)	29 %	k. A.	2006	Synovate 2006
cambio Brüssel, Belgien	15,7 % (29 % der holländisch-sprachigen Kunden, 13 % der französisch-sprachigen Kunden)	10 % (eine sichere Anschaffung betreffend) 25 % (eine wahrscheinliche oder sichere Anschaffung betreffend)	mindestens 4,5 bis 7,5 (11, wenn auch die vermiedenen wahr-scheinlichen Neu-käufe einbezogen)	2009	Taxistop, cambio 2009
Mobility, Schweiz	26,3 % (private Motorfahrzeuge in 520 Haushalten) 5,3 % (Geschäftsfahrzeuge bei 142 gewerblichen Kunden)	k. A.	k. A.	2005	BfE 2006

Tab. 5.4, Teil 1: Befragungsergebnisse zum Autobesitz in Haushalten von Car-Sharing-Kunden

Car-Sharing-Anbieter bzw. Gebiet	Anteil Car-Sharing-Kunden, die (mindestens) ein Auto abgeschafft haben	Anteil von Car-Sharing-Kunden, die geplanten Autokauf nicht getätigt haben	Jedes Car-Sharing-Fahrzeug ersetzt ... Privat-Pkw	Unter-suchungs-jahr	Quelle
Kunden von zwei Car-Sharing-Stationen mobil.punkt in Bremen, Deutschland				2005	Bremen 2005
Privatkunden	30 %	55 %			
Geschäftskunden	21 %	67 %	9		
2 Anbieter in Frankfurt am Main, Deutschland	14 %	27 %		2004	traffiQ 2007
diverse Anbieter, Deutschland	16 %	33 %	k. A.	2003	Maertins 2006; Knie, Canzler 2005

Tab. 5.4, Teil 2: Befragungsergebnisse zum Autobesitz in Haushalten von Car-Sharing-Kunden

werden. Die kommunale Planung könnte diese Flächen aber auch zur Umgestaltung von Plätzen und Straßenräumen nutzen und damit die Aufenthaltsqualität in den Stadtteilen erhöhen.

Flächenentlastung durch Car-Sharing

Ein schönes Beispiel, wie sich die bewusste Entscheidung, kein eigenes Auto zu besitzen und automobile Fahrtbedürfnisse mit dem Car-Sharing abzudecken, als tatsächliche Flächenentlastung manifestiert, ist im Freiburger Neubaustadtteil Vauban zu erleben. Dort können autofreie Haushalte ihre rechtliche Nachweispflicht für einen eigenen Stellplatz pro neu gebauter Wohnung mit dem Kauf eines Grundstückanteils abdecken. Während autobesitzende Haushalte einen Stellplatz in einer zentralen Quartiersgarage kaufen müssen, können autofreie Haushalte sich dieser Pflicht gegenüber der Stadt mit einer jährlich zu wiederholenden Erklärung des Nicht-Autobesitzes entledigen. Stattdessen werden sie Mitglied eines Vereins, der eine Freifläche im Stadtteil besitzt (siehe Abb. 5.1). Auf diesem Grundstück wurde eine Grün- und Spielfläche eingerichtet, die von allen Bewohnern des Stadtteils genutzt wird. Für den Erwerb ihres Anteils an dieser Freifläche müssen sie nur den Bruchteil der Kosten bezahlen, die die autobesitzenden Haushalte für den Erwerb eines Stellplatzes in einer zentralen Quartiersgarage aufbringen müssen. Die bewusst autofreien Haushalte des Stadtteils, die zum größten Teil Car-Sharing-Kunden sind, tragen damit nicht nur zur Verkehrsentlastung bei, sondern verbessern auch die Grünbilanz und Aufenthaltsqualität in ihrer unmittelbaren Wohnumwelt.

Abb. 5.1: Plan des Neubauviertels Freiburg-Vauban mit zwei zentralen Parkgaragen und einer Freifläche (links), auf der die registrierten autofreien Halthalte eine Parkgarage bauen müssen, wenn sie Autos anschaffen (Fotos: Loose)

Car-Sharing-Fahrzeuge werden effizient genutzt

Die folgende Tabelle 5.5 verdeutlicht, dass im statistischen Mittel eine Vielzahl von Nutzern auf ein Car-Sharing-Fahrzeug kommt. Die Zahlenangaben wurden von Tab. 2.1 im Kapitel 2 übernommen und um die Auswertung der Nutzer pro Fahrzeug ergänzt. Werden nur die Angaben aus Ländern berücksichtigt, aus denen verlässlichere Zahlenangaben vorliegen und die bereits die erste Startphase hinter sich haben, schwanken die Angaben zwischen 20 und 59 Nutzern, die im statistischen Mittel auf ein Car-Sharing-Fahrzeug kommen. Im konkreten Fall ist dies beispielsweise davon abhängig, ob neben den reinen Nutzungskosten auch monatliche Beiträge erhoben werden, was die Zahl der passiven Nutzer verringert und die Nutzerstatistik bereinigt. Auch spielt die Nutzungsintensität der aktiven Nutzer eine Rolle.

Land	Car-Sharing-Kunden	Fahrzeuge im Car-Sharing	Statistisches Verhältnis Nutzer pro Car-Sharing-Fahrzeug
Belgien	6.932	248	28 : 1
Dänemark	ca. 5.000	225	22 : 1
Deutschland	137.000	3.900	35 : 1
Finnland	2.232	38	59 : 1
Frankreich	13.000 (geschätzt)	700 (geschätzt)	(19 : 1)
Großbritannien	64.679	1.459	44 : 1
Irland	23	9	3 : 1 (Daten aus der frühen Aufbauphase)
Italien	13.208	498	27 : 1
Niederlande	27.000 (geschätzt)	1.832	(15 : 1)
Österreich	11.000	169	65 : 1
Portugal	100	12	8 : 1 (Daten aus der frühen Aufbauphase)
Schweden	14.889	mehr als 492	(30 : 1)
Schweiz	84.500	2.200	38 : 1
Spanien	2.504	127	20 : 1
Gesamt	**382.067**	**11.909**	

Tab. 5.5: Car-Sharing-Kunden und Fahrzeuge in Europa, Teil 2

5.2.2 Kostentransparenz vermindert Fahrleistungen

Die hohen Anschaffungskosten eines privaten Pkw bilden eine große, rational nachvollziehbare Barriere, die die Bereitschaft der Autofahrer zu einer wegespezifisch angepassten Verkehrsmittelnutzung stark vermindert. Der mit den Anschaffungskosten verbundene monatliche Wertverlust eines neuen oder neuwertigen Pkw wird als nicht beeinflussbar angesehen. Das führt dann zur Einstellung: „Der Wagen ist sowieso bezahlt, also muss er jetzt auch so oft wie möglich genutzt werden“. Eine solche Einstellung blendet die spezifi-

schen Stärken anderer Verkehrsmittel für bestimmte Wege und zu bestimmten Zeiten aus. Deren Kosten werden als zusätzlich angesehen und im Vergleich häufig überschätzt. Eine solche Kostenbetrachtung von privaten Autobesitzern verhindert eine belastungsoptimierte multimodale Verkehrsmittelnutzung.

Die Kostenstruktur des Car-Sharing ist das genaue Gegenteil davon, weswegen es sich gut in das verkehrsentlastende System des Umweltverbundes einfügt: Im Car-Sharing fallen bis auf geringe Monatsentgelte fast alle Kosten bei der Nutzung des Car-Sharing-Fahrzeuges an. Die Nutzungstarife sind in der Regel in einen Kilometertarif und einen Zeittarif differenziert, die für jede einzelne Fahrt mit der Monatsrechnung transparent ausgewiesen werden. Diese Kostentransparenz führt dazu, dass keine unnötigen Kilometer mit dem Auto gefahren werden und die Fahrzeuge auch nicht unproduktiv vom Nutzer blockiert werden. Car-Sharing-Fahrzeuge werden also wesentlich effizienter eingesetzt als Privatwagen oder auch die Fahrzeuge von Autovermietungen.

Orientierung an der Nähe

In einer inzwischen zweifach mit identischer Fragestellung durchgeführten Befragung in München (Deutschland) wurde festgestellt, dass die Car-Sharing-Teilnehmer sich nach ihrem Beitritt einen näheren Aktionsraum suchen (MVV 2003). Sie verlagern ihre Mobilitätsziele stärker in ihren eigenen Stadtteil oder in benachbarte Stadtteile und suchen seltener Ziele außerhalb der Stadt auf. Neben einem Effekt der Verkehrseinsparung stärkt dies auch die lokalen Wirtschaftsstrukturen im eigenen oder benachbarten Stadtteil.

Lernkurve des Car-Sharing

Werden bereits mit der Car-Sharing-Teilnahme mehr Fahrten und Fahrleistungen im Vergleich zu vorher mit umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln durchgeführt, sinkt bei einer Gruppe von Car-Sharing-Kunden deren Car-Sharing-Nutzung mit der Zeit. Dieser Effekt wurde von Peter Muheim als Lernkurve der Car-Sharing-Teilnahme bezeichnet (Muheim 1998). In Zweimonatsabschnitten wurden in einem Zeitraum über zwei Jahre die abgerechneten Fahrleistungen von 870 aktiven Schweizer Car-Sharing-Kunden analysiert. Dabei wurde festgestellt, dass die Fahrleistungen allmählich nachlassen. Muheim nennt dafür drei Gründe:

- Die Car-Sharing-Kunden lernen die Alternativen zur Autonutzung besser zu nutzen. Sie entdecken beispielsweise die Möglichkeiten des ÖPNV oder schaffen sich ein besseres Fahrrad als Alltagsverkehrsmittel an.
- Die Car-Sharing-Teilnehmer entwickeln Strategien, um Fahrten zu bündeln statt jeden Fahrtwunsch sofort auszuführen.
- Die als hoch empfundenen Car-Sharing-Tarife lassen die Kunden auf andere Autos im Freundes- und Bekanntenkreis zurückgreifen.

Dieser bereits vor über 10 Jahren beschriebene Effekt konnte auch in einer neueren deutschen Studie festgestellt werden, die vom Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt, Energie durchgeführt wurde. Mehr als 2.100 Kunden von drei größeren deutschen Car-Sharing-Unternehmen wurden in ihrem Nutzungsverhalten in einem Zeitraum von vier Jahren verglichen. Im zweiten Jahr der Teilnahme reduzierte sich ihre Fahrleistung mit Car-Sharing-Fahrzeugen auf durchschnittlich 1.170 km im Jahr. Das waren 520 Kilometer weniger als im ersten Jahr der Teilnahme. Die Verringerung der Fahrleistungen mit Car-Sharing-Fahrzeugen machte damit pro Kundenvertrag rund 31 % aus (Wuppertal-Institut 2007, S. 47).

Die mit der Zeit abnehmende Nutzungsintensität wurde auch in einer Londoner Studie beobachtet. Der Vergleich bezieht jedoch nur einen Zeitraum von drei Monaten ab Beitritt ein. Als Erklärung wird von den Autoren angeboten, dass der Beitritt zum Car-Sharing-Angebot anscheinend der Befriedigung eines bestimmten Transportzweckes zu dieser Zeit diente und sich die Nutzung danach auf ein niedrigeres Maß einpendelte (Synovate 2006, S. 22). Allerdings könnte in einem so kurzen Vergleichszeitraum auch das Ausprobieren des neuen Mobilitätsangebotes eine Rolle gespielt haben.

Bei längerer Teilnahme am Car-Sharing setzt sich der Effekt der abnehmenden Fahrleistungen nicht unbedingt fort: Der bis dahin erzielte Lerneffekt führt in den weiteren Jahren zu ungefähr konstanter Inanspruchnahme des Car-Sharing.

Zusammenfassend kann die Car-Sharing-Lernkurve als sich verstärkende Folge zweier wünschenswerter Umwelteffekte gekennzeichnet werden: Einerseits ist sie Folge eines gestiegenen Kostenbewusstseins durch transparente Rechnungsstellung und Ausweisung der tatsächlichen Autokosten, andererseits ist sie als Lerneffekt in Bezug auf die Nutzbarkeit anderer Verkehrsmittel anzusehen.

5.2.3 Car-Sharing verändert Verkehrsverhalten

Tarifliche Integration zwischen Car-Sharing-Anbietern und Verkehrsunternehmen

Die Car-Sharing-Anbieter gehen jedoch noch einen Schritt weiter, damit Car-Sharing nicht nur ein weiteres automobiles Angebot darstellt, sondern aktiv zur Verkehrs- und Umweltentlastung beiträgt.

Die Mobilitätsdienstleistung Car-Sharing ist europaweit als integrierte Dienstleistung angelegt, welche die Zusammenarbeit mit den Verkehrsträgern des sogenannten Umweltverbundes sucht, also mit den Betreibern von Bussen und Bahnen, dem Fahrradverkehr und dem Zufußgehen. Dies zeigt sich zum Beispiel darin, dass viele Car-Sharing-Betreiber gemeinsame Tarifangebote mit den ÖPNV-Unternehmen auflegen und ÖPNV-Stammkunden Vorzugskonditionen im Car-Sharing anbieten. Dies wird im Kapitel 6.1 ausführlicher dargestellt.

Die Tarifstrukturen des Car-Sharing machen in der Regel die Car-Sharing-Nutzung im Vergleich zu einem neuwertigen Privatwagen kostengünstiger, wenn der Nutzer weniger als 10.000 bis 12.000 Kilometer im Jahr mit dem Auto fährt. Das gilt jedoch nur, sofern man nicht jeden Tag ein Auto benötigt. Dies unterstützt bei vielen Privatkunden des Car-Sharing ein Verkehrsverhalten, bei dem die Car-Sharing-Nutzung im Alltagsverkehr mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes kombiniert wird.

Die Kostentransparenz des Car-Sharing und die bewusst so gestalteten Tarifstrukturen bewirken, dass sich die Car-Sharing-Teilnehmer für jede einzelne Fahrt überlegen, welches das günstigste Verkehrsmittel für die kommende Fahrt und das nächste Ziel ist. Hierdurch kommen die jeweiligen Stärken der einzelnen verfügbaren Verkehrsmittel zur Geltung. Für die meisten Car-Sharing-Teilnehmer steht die Autofahrt mit dem Car-Sharing-Fahrzeug nicht im Vordergrund ihrer Verkehrsmittelwahl, sofern Alternativen (öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad, Zufußgehen) zur Verfügung stehen. Anders als das private Auto richtet Car-Sharing also den Blick ebenso auf die anderen Verkehrsmittel des Umweltverbundes und beeinflusst so das Verkehrsverhalten in eine positive Richtung.

Mit Car-Sharing wird die gesamte Palette der Verkehrsmittel genutzt

Neben den oben beschriebenen Veränderungen in der Ausstattung von Verkehrsmitteln der Car-Sharing-Teilnehmer verändert sich auch das Verkehrsverhalten selbst während der Car-Sharing-Teilnahme. Dies zeigt sich in einer unterschiedlichen Verkehrsmittelwahl für die Alltagswege zwischen der Zeit vor der Car-Sharing-Teilnahme und der Zeit mit Car-Sharing. Jedoch wird zunehmend methodische Kritik daran geäußert, aktuelle Car-Sharing-Teilnehmer danach zu befragen, mit welchen Verkehrsmitteln sie sich vorher bewegt haben und wie viele Kilometer sie mit den einzelnen Verkehrsmitteln zurückgelegt haben. Das wird damit begründet, dass der Car-Sharing-Beitritt bereits einige Jahre zurückliegt und die Erinnerung an das Verkehrsverhalten vor dieser Zeit nicht genügend präzise sein könnte. Auch könnten sich die Rahmenbedingungen zwischen beiden Zeiträumen inzwischen grundlegend geändert haben und eine Fortbewegung ohne Car-Sharing heute anders aussehen.

Eine Schweizer Evaluationsstudie hat einen anderen Vergleichsansatz gewählt (BfE 2006). Hier wurden den aktuellen Car-Sharing-Teilnehmern ihre letzten drei Car-Sharing-Buchungen vorgelegt und sie gefragt, wie sie diese Fahrten wohl ohne ein Car-Sharing-Angebot zurückgelegt hätten. Vier Möglichkeiten kommen prinzipiell für die Beantwortung in Frage:

- Die Fahrt wäre ohne Car-Sharing-Angebot nicht durchgeführt oder auf einen späteren Zeitpunkt verschoben worden. Dies würde sich positiv auf die hypothetische Ökobilanz ohne Car-Sharing auswirken. 13,5 % der ausgewerteten Car-Sharing-Fahrten wären nach Angaben der Befragten entfallen.
- Die Fahrt mit dem Car-Sharing-Auto wäre stattdessen mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Fahrrad bzw. einer Kombination umweltfreundlicherer Verkehrsmittel zurückgelegt worden, was die Ökobilanz verbessert hätte.
- Wahrscheinlich ist auch, dass die Car-Sharing-Teilnehmer sich Autos von Freunden oder Verwandten geliehen hätten, was sich nur gering auf die Ökobilanz auswirkt.
- Ein Teil der Car-Sharing-Teilnehmer hätte sich ohne Car-Sharing-Angebot ein oder mehrere eigene Autos angeschafft und die vorgelegten Fahrt(en) mit dem eigenen Auto durchgeführt. Dies hätte die Ökobilanz erheblich verschlechtert, da diese Verkehrsmittelwahl auch für weitere Fahrten prägend wäre. Diese Reaktionsmöglichkeit wurde von 22,3 % der befragten Haushalte von Privatkunden angegeben.

Das Ergebnis des veränderten Verkehrsverhaltens der Car-Sharing-Teilnehmer im Falle, dass es kein Car-Sharing-Angebot geben würde, ist in der Abbildung 5.2 zusammengefasst. Basis der Auswertung sind 920 Car-Sharing-Fahrten von 520 Teilnehmer-Haushalten. Die mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegten Verkehrsleistungen würden ohne ein Car-Sharing-Angebot um 12 % zurückgehen. Demgegenüber würden die mit Autos zurückgelegten Fahrzeugkilometer um gut 26 % ansteigen.

Für die Energiebilanz dieser 520 Haushalte bedeutet dies, dass sie durch ihre Car-Sharing-Teilnahme im Jahr 0,91 Terajoule (TJ) einsparen (siehe Abb. 5.3). Dieses positive Ergebnis kommt vor allem dadurch zustande, dass sich ohne die Existenz eines Car-Sharing-Angebotes 22,3 % der befragten Haushalte ein oder zwei eigene Pkw anschaffen würden und dadurch viele Wege zusätzlich mit dem Auto fahren würden, die heute mit anderen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden.

Hochgerechnet auf alle im Untersuchungsjahr 2005 vorhandenen Kunden des Car-Sharing-Anbieters Mobility ergibt sich eine gesamte Energieeinsparung durch das Car-Sharing-

Angebot von 78,4 TJ pro Jahr. Das entspricht nach Angaben der Autoren dem Energiegehalt einer Verbrauchsmenge von ca. 2,5 Millionen Litern Benzin.

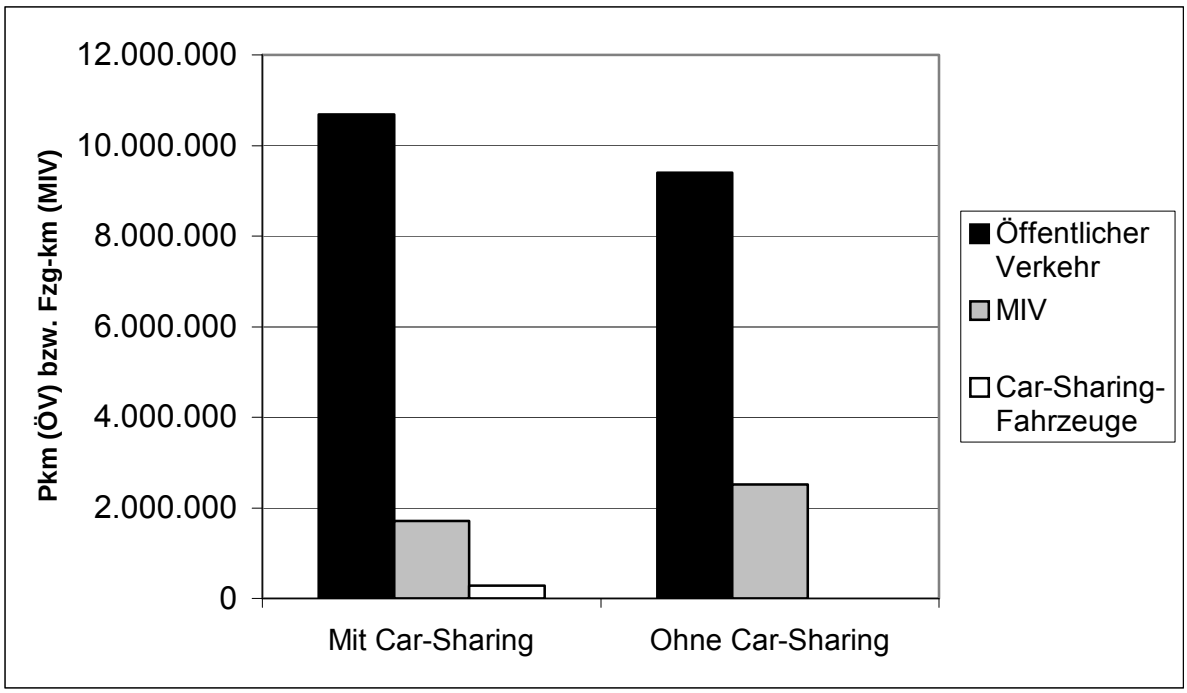


Abb. 5.2: Verkehrsleistungen von 520 befragten Car-Sharing-Haushalten in der Schweiz mit und ohne Car-Sharing-Angebot

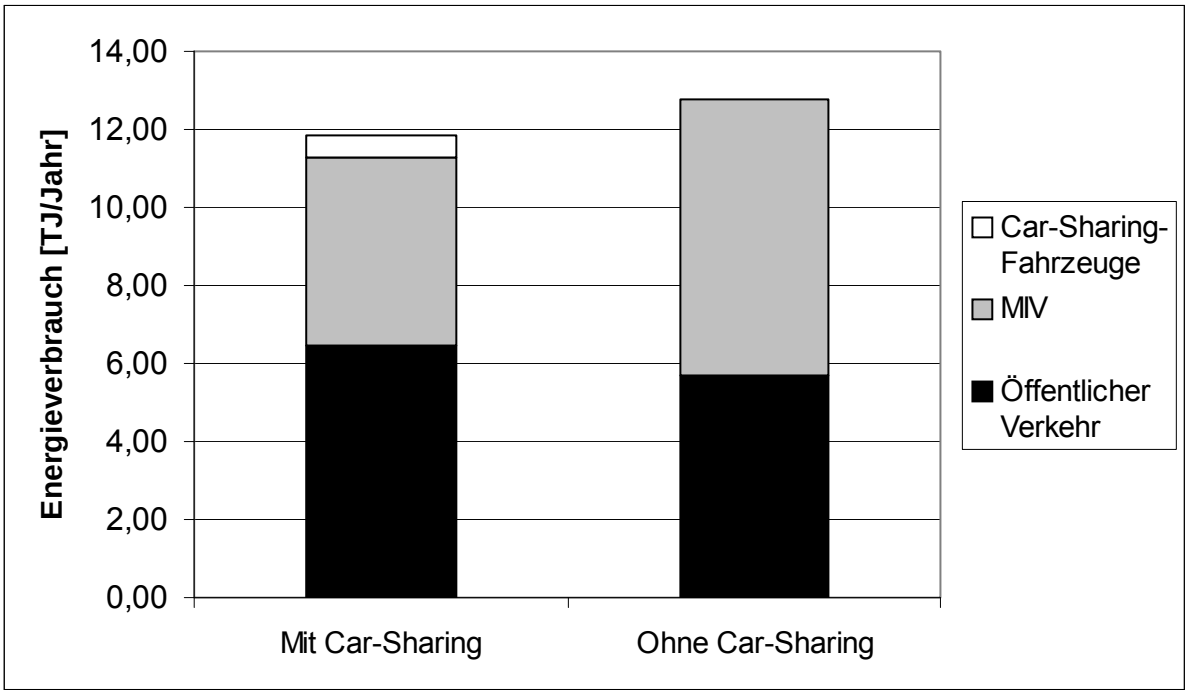


Abb. 5.3: Jährlicher Energieverbrauch von 520 befragten Car-Sharing-Haushalten in der Schweiz mit und ohne Car-Sharing-Angebot

Der Vollständigkeit halber werden auch die Ergebnisse einer Abschätzung der Entlastungswirkung des Car-Sharing für Geschäftskunden wiedergegeben. Es muss jedoch darauf verwiesen werden, dass diese Daten auf einer sehr schmalen Befragungsstichprobe basieren und in der Hochrechnung einige nur schwach abgesicherte Annahmen enthalten sind. Es wurden zwei unterschiedliche Ansätze für die Hochrechnungen gewählt: Ansatz 1 beziffert die Entlastungswirkung auf Basis der ersetzten Car-Sharing-Wege. Ansatz 2 bezieht auch die Wirkung zusätzlich angeschaffter Geschäftswagen mit ein.

Danach wird die gesamte energetische Entlastung durch das vorhandene Car-Sharing-Angebot für Geschäftskunden in der Schweiz im Ansatz 1 auf 3,0 TJ geschätzt, im Ansatz 2 auf 28,4 TJ. Bezogen auf eingesparte Klimagase ergibt sich eine Einsparung von 183 Tonnen CO_2 im Ansatz 1 bzw. von 2.568 Tonnen CO_2 im Ansatz 2. Es wird jedoch von den Autoren darauf verwiesen, dass für die Abschätzung noch weitere Grundlagen erhoben werden müssten, die zum Zeitpunkt der Untersuchung nicht vorhanden waren.

Die britische Synovate-Studie fragte die Car-Sharing-Nutzer in der Metropole London nach ihrer Autonutzung vor und nach dem Car-Sharing-Beitritt. Hierbei waren alle Formen der Autonutzung einbezogen. Aus den Häufigkeitsangaben wurde auf die Anzahl der Nutzungstage im Jahr geschlossen. Danach haben die Car-Sharing-Teilnehmer vor dem Beitritt an 64 Tagen im Jahr ein Auto genutzt, was bereits einen relativ niedrigen Autogebrauch darstellt. Nach Beginn der Car-Sharing-Teilnahme ist die Zahl auf 41 abgesunken (Synovate 2006, S. 12). Die Nutzungshäufigkeit eines Autos hat sich also um mehr als die Hälfte gemindert. Während in anderen Befragungen der ÖPNV sehr stark von dieser Verhaltensänderung der Car-Sharing-Nutzer profitiert, waren die Unterschiede in der ÖPNV-Nutzung in London fast nicht erkennbar. Hier stieg die Anzahl der Nutzungstage des ÖPNV von 233 Tagen im Jahr nur noch leicht auf 242 Tage. Dabei muss allerdings festgestellt werden, dass die ÖPNV-Nutzung bereits vor dem Beitritt sehr hoch war. Die Car-Sharing-Neukunden wiesen eine doppelt so hohe Nutzungshäufigkeit auf wie die der befragten Nicht-Car-Sharer. Die Ergebnisse dieser Untersuchung waren die inhaltliche Grundlage, auf die sich die sehr ambitionierte politische Car-Sharing-Strategie von Transport for London stützt (siehe Kapitel 2.2.6).

Car-Sharing-Fahrzeuge nicht einzige Autonutzung von Car-Sharing-Kunden

Einige neuere Studien weisen darauf hin, dass Car-Sharing-Fahrzeuge nicht die einzige Form der Autonutzung von Car-Sharing-Kunden sind. Dies gilt gleichermaßen für autofreie Haushalte.

So weist die Schweizer Evaluationsstudie von 2006 nach, dass die heutigen Car-Sharing-Teilnehmer wesentlich mehr Pkw-Fahrleistungen mit Nicht-Car-Sharing-Fahrzeugen als mit Car-Sharing-Fahrzeugen abwickeln. Nur etwa ein Siebtel der gesamten MIV-Fahrleistungen werden mit dem Car-Sharing-Auto durchgeführt (siehe Abb. 5.2) (BfE 2006). Die übrigen sechs Siebtel werden mit anderen motorisierten Fahrzeugen gefahren, darunter geliehene Pkw von Freunden und Verwandten, Taxis, Mietwagen, aber auch als Mitfahrer in Pkw bei anderen Personen.

In einer anderen Studie wird belegt, dass nur jeder dritte Car-Sharing-Teilnehmer aus einem autofreien Haushalt privat gar nicht über ein anderes Auto (neben den Car-Sharing-Fahrzeugen) verfügen kann (Maertins 2006, S. 39).

Dieser Umstand ist von früheren Car-Sharing-Untersuchungen oft vernachlässigt worden.

Genauso wie die Verkehrsmittel des Umweltverbundes in den Fokus der Car-Sharing-Teilnehmer gelangen, wird mit der Abschaffung des Privatwagens auch die gesamte Palette der

Autonutzung interessant. Neben dem Ausleihen von Privatwagen von Freunden und Verwandten werden verstärkt Taxis und Fahrzeuge von Autovermietungen genutzt. Teilweise werden mit diesen Fahrzeugen höhere jährliche Kilometerleistungen zurückgelegt als mit den Autos seines Car-Sharing-Anbieters. Trotz dieses Umstands bleibt jedoch die Tatsache bestehen, dass alle Studien insgesamt vergleichsweise niedrige MIV-Fahrleistungen der Car-Sharing-Teilnehmer belegen.

5.2.4 Car-Sharing-Angebot Ursache des umweltfreundlichen Verkehrsverhaltens oder nur stützendes Mobilitätsangebot?

In deutschen und Schweizer Studien wird die Frage gestellt, ob das Vorhandensein eines modernen Car-Sharing-Angebotes Ursache des umweltentlastenden Verkehrsverhaltens seiner Nutzer ist oder ob dieses Verkehrsverhalten bereits vorher wirksam war und Car-Sharing es lediglich stützt. So arbeitet Harms in ihrer Dissertation anhand qualitativer Fallbeispiele und anhand quantitativer Befragungen von Car-Sharing-Neukunden und langjährigen Teilnehmern heraus, dass dem Car-Sharing-Beitritt in den meisten Fällen tiefgreifende Änderungen im privaten und beruflichen Lebensbereich vorausgehen. Diese Veränderungen im persönlichen Lebenskontext stellen das bisherige Verkehrsverhalten infrage und tragen zu einer Änderung der Mobilitätsgewohnheiten bei. Erst in deren Folge, so die Autorin, werden Informationen über andere, bisher nicht relevante Verkehrsangebote aufgenommen und dabei auch das Interesse am Car-Sharing entdeckt.

Harms betont, dass Car-Sharing in einem solchen Ursache-Wirkungs-Kontext die Rolle eines stabilisierenden Angebotes zukommt, das ein Leben ohne eigenes Auto für die weitere Zukunft möglich macht. Dies deckt sich mit der Erkenntnis, dass viele Teilnehmer, die bereits vor ihrem Beitritt nur selten Autos nutzten, Car-Sharing als Mobilitätsversicherung ansehen. Es stützt ein weitgehend umweltfreundliches Verkehrsverhalten und sorgt dafür, dass ein Leben ohne eigenes Auto nicht als Einschränkung von Mobilitätschancen empfunden wird.

In einer qualitativen Untersuchung zeigt Franke an neun Fallbeispielen, dass der Car-Sharing-Beitritt Folge eines langen Bewusstseins- und Verhaltensänderungsprozesses sein kann. Der Handlungsschritt zur Teilnahme wird dann meist durch überlagernde Änderungen in der privaten Lebenssituation ausgelöst (Franke 2001).

5.2.5 Car-Sharing vermindert CO_2-Belastung im Verkehr

Das im Vergleich zu anderen Verkehrsteilnehmern deutlich stärker auf den Umweltverbund setzende Verkehrsverhalten der Car-Sharing-Kunden trägt zur Umwelt- und Verkehrsentlastung bei. In der Schweiz wurde in der oben zitierten Evaluationsstudie auch bilanziert, wie sich dieses Verkehrsverhalten in Bezug auf die CO_2-Verkehrsbelastung auswirkt.

In der Emissionsrechnung kommt die Studie zum Ergebnis, dass jeder aktive Schweizer Car-Sharing-Nutzer jährlich 290 kg CO_2 weniger emittiert, weil er am Car-Sharing teilnimmt, als in einem Verkehrssystem ohne Car-Sharing. „Aktiver“ Car-Sharing-Nutzer bedeutet, dass er mindestens einmal im Untersuchungsjahr ein Car-Sharing-Auto genutzt hat.

Die Studie des Wuppertal-Instituts bilanziert die Emissionseffekte des derzeitigen Car-Sharing in Deutschland (Stand 2005) auf 142 kg CO_2-Äquivalente pro aktivem Nutzer und Jahr (Wuppertal-Institut 2007, S. 131). Das ist fast genau die Hälfte des Schweizer Wertes.

Eine am Berliner Wissenschaftszentrum durchgeführte Car-Sharing-Studie berichtet über untypisch hohe Verkehrsleistungen der Car-Sharing-Teilnehmer in Deutschland, wie sie bisher in anderen Studien nicht belegt wurden. Auffällig ist, dass ein vergleichsweise sehr

hoher Eisenbahnanteil die wöchentlichen Verkehrsleistungen bestimmt. Das mag vielleicht daran liegen, dass das Untersuchungssample neben den Kunden örtlicher Car-Sharing-Anbieter auch einen nennenswerten Anteil von Kunden des nationalen Car-Sharing-Anbieters DB Rent GmbH umfasste, einer Tochterfirma der Deutschen Bahn AG. Oder das Untersuchungsdesign der bahnnahen Untersuchungsgruppe hat die Bahnfahrleistungen im Vergleich zu anderen Untersuchungen selektiver als üblich erfasst. Jedenfalls unterscheiden sich die wöchentlichen Verkehrsleistungen der Car-Sharing-Kunden in der Größenordnung nicht von denjenigen der Durchschnittsbevölkerung mit Führerschein in Städten über 50.000 Einwohner. Für die Klimabilanz ausschlaggebend ist jedoch, dass diese Verkehrsleistungen zum Großteil mit Verkehrsmitteln des Umweltverbunds durchgeführt werden, so dass die Treibhausgasemissionen (CO_2-Äquivalente) der Car-Sharing-Teilnehmer gegenüber der Vergleichsgruppe um ein gutes Drittel niedriger liegen (Maertins 2006).

Das Energieforschungszentrum von Großbritannien hat im Jahr 2007 eine Hochrechnung veröffentlicht, zu welchen CO_2-Einsparungen ein Car-Sharing-Förderprogramm beitragen würde. Im Ergebnis kommen die Forscher für das mittel-ambitionierte Szenario auf eine Einsparung von 64.000 Tonnen CO_2 jährlich im Jahr 2010 und auf 115.000 Tonnen CO_2 jährlich für das hoch-ambitionierte Szenario (UK ERC 2007). Grundlage sind 88.000 Nutzer in 2010 im mittleren Szenario und 118.000 Nutzer im oberen Szenario. Die derzeitigen Zahlen bewegen sich mit großer Wahrscheinlichkeit oberhalb des mittleren Szenarios, angesichts der Londoner Erfolgszahlen der letzten beiden Jahre ist eine Annäherung an das obere Szenario nicht ausgeschlossen.

5.2.6 Freiwillige Maßnahme: CO_2-Kompensation durch Anbieter oder Nutzer

Einige wenige Car-Sharing-Anbieter und deren Kunden gehen noch einen Schritt weiter. Sie kompensieren die im Car-Sharing ausgestoßenen CO_2-Emissionen, indem sie in Klimaschutzprojekte investieren, die den Anstieg der CO_2-Konzentration in der Atmosphäre bremsen helfen. Der gedankliche Ansatz dazu ist, dass es für Maßnahmen gegen die weltweite Klimaerwärmung unerheblich ist, an welcher Stelle der Erde sie erfolgen. Am effizientesten ist es, dort Klimaschutzprojekte umzusetzen, wo mit den vorhandenen Finanzen die größte Reduktionswirkung erzielt werden kann. Kompensationsagenturen vermitteln zwischen Verbrauchern, die freiwillig für ihren Energieverbrauch und die dadurch entstehenden Klimagase eine Kompensationsleistung zahlen möchten, die wiederum in Klimaprojekte investiert wird. Sie kaufen Emissionszertifikate aus dem weltweiten Zertifikatehandel auf und vermindern damit die weltweiten CO_2-Verschmutzungs“rechte“. CO_2-Kompensation ist ein rechnerischer Emissionsausgleich, der jedoch die entstandenen Emissionen der Kompensationswilligen nicht rückgängig macht.

Der Schweizer Car-Sharing-Anbieter Mobility kompensiert zum einen den CO_2-Ausstoß seiner eigenen Betriebsfahrten, zum anderen bietet er seinen Kunden die freiwillige CO_2-Kompensation an. Die kompensierten Fahrleistungen werden mit 2 Schweizer Rappen (entspricht 1,3 Euro-Cent) pro Kilometer an die Stiftung myclimate überwiesen, die damit zertifizierte Klimaprojekte in der Schweiz und in Ländern der Dritten Welt finanziert. 2008 wurden für 22,3 % der Fahrleistungen freiwillige CO_2-Kompensationszahlungen getätigt. Insgesamt 1.590 t CO_2, die von Car-Sharing-Fahrzeugen ausgestoßen wurden, konnten mit 202.000 Schweizer Franken (entspricht ca. 133.000 Euro) kompensiert werden.

Der deutsche Car-Sharing-Anbieter einfach mobil GmbH, der Car-Sharing in Marburg, Gießen und Kassel betreibt, fährt seit August 2007 mit seiner gesamten Car-Sharing-Flotte CO_2-neutral. Hier wird die Entscheidung jedoch nicht dem einzelnen Kunden überlassen,

sondern vom Betreiber selbst für die gesamten Fahrleistungen veranlasst. Die Kompensationszahlung ist im regulären Car-Sharing-Tarif enthalten. Einfach mobil GmbH arbeitet ebenfalls mit der Schweizer Stiftung myclimate zusammen, die überwiegend in Klimaprojekte investiert, die von neutralen Bewertungsinstanzen mit dem höchsten Zertifikationsgrad, dem Gold Standard des internationalen Klimaschutzabkommens, bewertet werden. Damit wird auch ausgeschlossen, dass Kompensationsgelder beispielsweise in Aufforstungsprojekte fließen, deren CO_2-Bindung nicht dauerhaft ist und beim Abholzen oder Abbrennen erneut CO_2 freisetzen.

Der deutsche Car-Sharing-Anbieter cambio startete im April 2007 einen Versuch mit einer freiwilligen Klimaabgabe seiner Kunden. Der Versuch war auf das Car-Sharing-Angebot in Bremen beschränkt und sollte nach erfolgreicher Durchführung auf alle cambio-Städte übertragen werden. Cambio gab das Vorhaben jedoch Ende 2007 wegen mangelnder Akzeptanz wieder auf. In diesem Zeitraum hatten lediglich 37 Car-Sharing-Kunden mit 51 Fahrtberechtigten am Probelauf teilgenommen. Das war etwas mehr als 1 % der angesprochenen Kunden bzw. Fahrberechtigten in Bremen.

In einer zu Beginn durchgeführten Befragung, parallel zur jährlichen Kundenbefragung, wurden alle Kunden um die Beantwortung einiger Fragen zur freiwilligen CO_2-Kompensation gebeten. 314 Kunden hatten die Fragen beantwortet. Die wichtigsten Ergebnisse waren (cambio 2009):

- Mehr als 52 % der Kunden fanden, dass Car-Sharing durch den Klimabeitrag anderer Umweltsünder gefördert werden sollte, anstatt selbst zu zahlen.
- Mehr als 45% hielten den freiwilligen Klimabeitrag zwar für ein gutes Angebot, würden aber schon selbst für andere Umweltprojekte spenden.
- 38% der Kunden sagten, dass sie erst dann bereit seien zu bezahlen, wenn auch Privatautobesitzer und Vielfahrer bezahlen. Ca. 30 % waren in dieser Frage unentschieden und 30 % waren auch ohne diese Voraussetzung theoretisch dazu bereit zu bezahlen.
- Mehr als 50% der Kunden waren dagegen, dass cambio für alle Kilometer den freiwilligen Klimaschutzbeitrag bezahlt und die Kosten in die allgemeinen Nutzungstarife einrechnet.
- 45 % der Kunden waren der Meinung, dass der geringe Beitrag aufgrund ihrer wenigen Kilometer dem Klima nichts nutzen würde.

Im Probezeitraum wurden von den cambio-Kunden in Bremen 14.465 Kilometer mit Car-Sharing-Fahrzeugen kompensiert. Das sind weniger als 0,8 % der in dem entsprechenden Zeitraum bei cambio Bremen gefahrenen Kilometer. Damit haben tendenziell eher die Wenigfahrer unter den Car-Sharing-Kunden am Probelauf teilgenommen.

5.3 Fazit: Car-Sharing kommt dem Wohle der Allgemeinheit zugute

Wir haben in diesem Kapitel die unterschiedlichen Einzelwirkungen des Car-Sharing analytisch aufgegliedert und mit Untersuchungsergebnissen von wissenschaftlichen Studien und Kundenbefragungen in einigen Car-Sharing-Ländern belegt. Die Gesamtschau der Studienergebnisse verdeutlicht eindrucksvoll, dass Car-Sharing einen nennenswerten Beitrag zur Verkehrs- und Umweltentlastung leistet. Im integrativen Zusammenwirken mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad und

Zufußgehen) stellt Car-Sharing einen stadt- und umweltverträglichen Autobaustein dar, der von seinen Nutzern sehr gezielt und sparsam eingesetzt wird.

Um es knapp zusammenzufassen: Car-Sharing trägt in einem zukunftsfähigen Verkehrssystem zum Wohle der Allgemeinheit bei.

6 Erfolgsfaktoren des überdurchschnittlichen Car-Sharing-Wachstums

In diesem Kapitel werden einige der Erfolgsfaktoren beschrieben, die nach unserer Erfahrung zu einem überdurchschnittlichen Car-Sharing-Wachstum betragen. Hier sind an vorderster Stelle die Kooperationen mit den Verkehrsunternehmen des öffentlichen Verkehrs zu nennen. Aber auch die Zusammenarbeit mit Betrieben und Verwaltungen im Rahmen des Business Car-Sharing gewinnt zunehmend an Bedeutung. Es werden die Motive der Kooperationspartner beschrieben, die hinter erfolgreichen Kooperationen stehen, und die Wirkungsmechanismen dargestellt. Die Bedeutung der politischen Unterstützung der Car-Sharing-Angebote wird erläutert, damit die im vorhergehenden Kapitel 5 beschriebenen Entlastungspotenziale in der Realität des städtischen Verkehrsgeschehens auch wirksam werden. Es wird abgeleitet, dass Car-Sharing im Vergleich zum Privatwagen unter bestimmten Rahmenbedingungen eine kosteneffiziente Mobilitätsdienstleitung ist.

Die Aufzählung der Erfolgsfaktoren eines überdurchschnittlichen Wachstums greift einzelne Rahmenbedingungen heraus, deren Beitrag zum Wachstum aus manchen Beispielen bekannt ist. Sie ist sicher nicht vollständig. Die wichtigste Erfolgsbedingung jedoch, die sich schlecht generalisieren lässt, ist die persönliche Überzeugungskraft der lokalen Akteure und ihr Vermögen, tatkräftige Netzwerke von Kooperationspartnern zu knüpfen, die miteinander die Aufgabe der Car-Sharing-Förderung angehen.

6.1 Einfluss von Kooperationen mit ÖPNV-Unternehmen

Aus vielen Kundenbefragungen ist bekannt, dass ÖPNV-Kunden leichter als eingefleischte Autonutzer als neue Car-Sharing-Teilnehmer geworben werden können. Folgerichtig bietet es sich an, dass Car-Sharing-Anbieter in Kooperationen mit den örtlichen oder regionalen Verkehrsunternehmen zusammen arbeiten und gemeinsame Angebote zur Kundenansprache entwickeln.

Wissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, dass letztlich beide Partner davon profitieren. Verkehrsunternehmen haben mit gemeinsamen Kooperationsangeboten ein Mittel der Kundenbindung, das Stammkunden von der Abwanderung abhält. Mit Kooperationsprodukten, die an Monats- oder Jahreskarten des ÖPNV gebunden sind, werden Gelegenheitskunden animiert, auf höherwertige Tarifangebote zu wechseln. Außerdem profitieren Verkehrsbetriebe vom frischen, innovativen Image der Car-Sharing-Anbieter. Umgekehrt profitieren die Car-Sharing-Anbieter von der größeren Kundendatei der Verkehrsunternehmen und deren vielfältigeren Werbemöglichkeiten, mit deren Hilfe in einer Kooperation auf das Car-Sharing-Angebot hingewiesen werden kann. Eine aktive Kooperation, die auf gegenseitiges Vertrauen und Gleichberechtigung aufbaut, ist für beide Partner von Vorteil und mündet in einer echten Win-Win-Situation.

Der deutsche Dachverband der Verkehrsunternehmen VDV hat in einer offiziellen Schrift an seine Mitgliedsunternehmen die Empfehlung veröffentlicht, Kooperationen mit den Car-Sharing-Anbietern vor Ort aufzubauen (VDV 2004).

6.1.1 Mögliche Angebotsbestandteile der Kooperation

Die Vorteile für die Kunden der Verkehrsbetriebe und der Car-Sharing-Anbieter, die sie als Ergebnis der Kooperationen erzielen, unterscheiden sich von Stadt zu Stadt. Sie werden individuell zwischen den Vertragspartnern ausgehandelt und reflektieren die örtlichen

Rahmenbedingungen. Im Folgenden wird ein Überblick über mögliche Angebotsbestandteile solcher Kooperationen gegeben und mit Beispielen aus der Car-Sharing-Praxis erläutert.

Gemeinsame Tarifangebote

Die häufigste Form von Kooperationsangeboten sind ermäßigte Car-Sharing-Tarife für Stammkunden der ÖPNV-Unternehmen bzw. Tarifverbünde. In der Regel sind sie an den Besitz von Monats- oder Jahreskarten im ÖPNV gekoppelt.

- In Köln (Deutschland) gewährt der Car-Sharing-Anbieter cambio den Abo-Kunden der Kölner Verkehrsbetriebe (KVB) stark ermäßigte Car-Sharing-Tarife. Es wird kein Anmeldeentgelt fällig (Ersparnis von 30 Euro), der Monatsbeitrag ist auf 5 Euro reduziert. Die Nutzungstarife für die Car-Sharing-Fahrt beginnen bei 1,40 Euro pro Stunde für die kleinste Wagenklasse (anstatt regulär 1,90 Euro) und 0,23 Euro für den gefahrenen Kilometer in der kleinsten Wagenklasse (anstatt regulär 0,30 Euro).
- Bei Stadtmobil Rhein-Neckar (Mannheim, Heidelberg, Ludwigshafen – Deutschland) zahlen Besitzer von ÖPNV-Jahreskarten oder -Halbjahreskarten nur die Hälfte des regulären Aufnahmeentgelts und müssen nur die Hälfte der rückzahlbaren Kaution hinterlegen.
- Der finnische Car-Sharing-Anbieter City Car Club kooperiert mit den beiden Verkehrsverbünden der Hauptstadt Helsinki. Abokunden von Helsinki City Transport (HKL) bekommen freien Zugang zur Car-Sharing-Teilnahme (Ersparnis von 59 Euro) und zahlen pro Monat 2 Euro Beitrag anstelle von 9,90 Euro. Abokunden des Helsinki Metropolitan Council (YTV) und deren Zeitkartenkunden mit einer Mindestnutzung von 30 Tagen bekommen 150 Euro Nachlass, die mit den Nutzungskosten beim City Car Club verrechnet werden. Die Verkehrsunternehmen und der Car-Sharing-Anbieter teilen sich die nachgelassenen Kosten je zur Hälfte. Durch die Kooperation konnte die Anzahl der Car-Sharing-Nutzer in Helsinki deutlich gesteigert werden.
- Mobility Schweiz bietet derzeit in 15 Kooperationen mit Schweizer Verkehrs- und Tarifverbünden sowie mit einzelnen Verkehrsbetrieben und den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) Kombiangebote an. Dabei wird den Abonnenten dieser Verkehrsverbünde bzw. Verkehrsbetriebe gegen einen meist geringen Aufpreis der Car-Sharing-Zugang in der gesamten Schweiz gewährt, die sonst üblichen jährlichen Teilnahmegebühren bei Mobility entfallen. Die erste dieser Kooperationen, mit den Verkehrsbetrieben Zürich in der Stadt Zürich und anschließend mit dem Zürcher Verkehrsverbund in der Region Zürich, hat eine ganz erhebliche Popularität genossen und sehr stark zum Kundenwachstum bei Mobility beigetragen. Da der öffentliche Verkehr in der Schweiz eine hohe allgemeine Wertschätzung genießt, vermitteln die Kombiangebote den Kunden, dass sie damit bis auf die nichtmotorisierten kurzen Wege (zu Fuß oder mit dem Fahrrad) alle Alltagswege abdecken können.

  Einer der wichtigsten Kooperationspartner des Schweizer Car-Sharing-Anbieters sind die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB). Der Leiter Regionalverkehr der SBB beziffert den induzierten Verkehrsertrag durch die kombinierte Mobilität mit Car-Sharing für die Bahn auf mehr als 43 Mio. Schweizer Franken im Jahr 2008 (SBB 2009).

Seltener gewähren die ÖV-Unternehmen den Car-Sharing-Kunden Vorzugskonditionen für ihre Dienste.

Gemeinsamer Vertrieb

Verkehrsunternehmen verfügen in den meisten Städten über zentral gelegene Kundencenter, in denen ÖPNV-Kunden ihre Monats- oder Jahreskarten kaufen und sich beraten lassen können. In einigen Städten übernehmen die Kundencenter der Verkehrsunternehmen auch die Beratung von Car-Sharing-Interessenten und die Aufnahme neuer Car-Sharing-Kunden. Dies wird beispielsweise im Üstra KundenCenter in Hannover praktiziert. Dadurch spart sich der Car-Sharing-Anbieter eigene Kundenbüros und nutzt kostengünstig die vorhandene Infrastruktur der Verkehrsbetriebe.

Weitere gemeinsame Marketingaktivitäten

In vielen Fällen werden gemeinsame Werbekampagnen der Partner verabredet:

- Straßenbahnen oder Busse des öffentlichen Verkehrs fahren mit auffälligen Motiven Werbung für das Car-Sharing-Angebot.
- In den ÖPNV-Fahrzeugen wird mit Plakaten und Faltblättern auf das Car-Sharing-Angebot hingewiesen bzw. über den Projektstart informiert, wie in Lissabon.
- In ÖPNV-Kundenzeitungen und Email-Newslettern informieren die Verkehrsunternehmen kontinuierlich über örtliche Car-Sharing-Angebote und Neuigkeiten.
- In einmaligen Emailaktionen informieren die Verkehrsunternehmen ihre Kunden zu Beginn der Kooperation oder zum Car-Sharing-Projektstart.
- Gemeinsame Werbung an Haltestellen.

Car-Sharing-Hinweise an Haltestellen und in Plänen

Die Verkehrsunternehmen können auch die Aufnahme von Car-Sharing-Informationen in ihre üblichen Informationsmedien veranlassen.

- In den gedruckten Fahrplänen finden sich Hinweise auf das Car-Sharing-Angebot und die Car-Sharing-Stationen im Stadtgebiet.
- In den Haltestelleninformationen wird auf nahegelegene Car-Sharing-Stationen aufmerksam gemacht.
- In den ÖPNV-Liniennetzplänen werden die Car-Sharing-Stationen markiert.

Car-Sharing-Stellplätze auf Betriebsflächen der Verkehrsunternehmen

Verkehrsunternehmen besitzen vielmals über das ganze Stadtgebiet verteilte Betriebsflächen, auf denen Fahrzeuge abgestellt und gewartet werden oder wo das Betriebspersonal seine gesetzlich verordneten Pausen abhalten kann. Sofern diese Flächen in der Nähe von Car-Sharing-Kunden liegen, bietet es sich an, im Rahmen der Kooperation dort Car-Sharing-Stellplätze anzulegen. Dies ist insbesondere in den europäischen Ländern von Vorteil, in denen die Anlage von Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Raum noch nicht erlaubt ist.

6.1.2 Car-Sharing wird von Tochtergesellschaften der Verkehrsunternehmen organisiert

In einigen europäischen Ländern geht die Kooperation zwischen den Trägern des öffentlichen Verkehrs und den Car-Sharing-Anbietern so weit, dass gemeinsame Gesellschaften gegründet wurden, die das Car-Sharing-Angebot organisieren. Beispiele sind die unterschiedlichen regionalen Untergliederungen von cambio Belgien und das neu gegründete

Car-Sharing-Angebot von Lissabon, das von einer Tochterfirma des Verkehrsunternehmens Carris initiiert wurde.

Manches Car-Sharing-Angebot wird sogar vom Verkehrsunternehmen selbst organisiert. Beispiele hierfür sind in Italien Bologna, hier bietet das örtliche Verkehrsunternehmen atc Transporti Publici Bologna das Car-Sharing-Angebot CARATC an, und Rom, wo das Verkehrsunternehmen Atac S. p. A. im Auftrag der Stadt Rom das Car-Sharing-Angebot Roma Car Sharing organisiert, sowie die Deutsche Bahn, deren Tochterunternehmen DB Rent GmbH einerseits Systemgeber für die Marketingplattform DB Carsharing ist, andererseits in einigen Städten in Deutschland und an den wichtigsten Fernbahnhöfen eigene Car-Sharing-Fahrzeuge bereit hält.

6.1.3 Beispiel Zusammenarbeit STIB/MIVB und cambio Brüssel

Abschließend wird das Beispiel der Zusammenarbeit zwischen den Brüsseler Verkehrsbetrieben STIB/MIVB und dem Brüsseler Car-Sharing-Anbieter cambio Brüssel gesondert beschrieben, weil hier einige der oben angeführten Bestandteile beispielhaft zusammenkommen (Dumont 2007).

Die Brüsseler Verkehrsbetriebe nehmen sich des Themas der Zusammenarbeit mit anderen Verkehrsträgern nicht nur in Festvorträgen an, sondern leben diese in ihrer alltäglichen Arbeit. Dies kommt schon darin zum Ausdruck, dass es eine eigene STIB-Abteilung „Intermodalität“ gibt, deren Leiter Didier Dumont auch den Vorsitz der UITP CarSharing-Plattform innehat.[3] Auf Wunsch der Metropolregion Brüssel hat sich die STIB auch am Aufbau des Car-Sharing-Anbieters cambio Brüssel beteiligt und hält 49,5 % der Anteile an cambio Brüssel. Die enge Zusammenarbeit zwischen dem Verkehrsunternehmen und dem Car-Sharing-Anbieter sowie die politische Unterstützung der Stadtregierung sind wichtige Erfolgsfaktoren des Car-Sharing-Wachstums in Brüssel.

In der Folge wurde das Car-Sharing-Stationsnetz in enger Abstimmung mit dem ÖPNV-Netz aufgebaut und auf den Netzplänen und Karten des Verkehrsbetriebes sichtbar gemacht. Gemeinsam entwickelten STIB und cambio die öffentliche Kommunikation des komplementären Nutzens der beiden Verkehrsangebote. Beide arbeiten in einer gemeinsamen Marketing-Arbeitsgruppe zusammen, wobei cambio von dem Expertenteam der STIB und deren Know-how in kommerziellem Marketing und Werbung profitiert. Das Car-Sharing-Produkt von cambio wurde voll in die Produktkommunikation des Verkehrsbetriebes integriert. Die Zusammenarbeit beider Verkehrsträger entwickelte sich so zu einer Alltagsaufgabe, die sich in den beispielhaften Wachstumsraten der Car-Sharing-Teilnehmer der belgischen Hauptstadt widerspiegelt.

Obwohl die Hauptstadtregion Belgiens besonders betrachtet wurde, sollen die übrigen Regionen nicht unerwähnt bleiben. Auch hier arbeiten die Verkehrsunternehmen sehr eng und gut mit den regionalen Car-Sharing-Anbietern zusammen: Das flandrische Verkehrsunternehmen De Lijn mit Cambio Vlaanderen sowie das Verkehrsunternehmen TEC in der Wallonie mit Cambio Wallonien. In jeder Region umfasst die Zusammenarbeit die Bereiche gemeinsame Tarifgestaltung und Öffentlichkeitsarbeit. Auch sind die Verkehrsunternehmen an den regionalen Car-Sharing-Anbietern als Anteilseigner beteiligt.

[3] Diese wurde inzwischen in Seamless Mobility Platform umbenannt.

6.1.4 Mobilpakete als höchste Stufe gemeinsamer Angebote integrierter, stadtverträglicher Verkehrsträger

Im Kapitel 6.1.1 wurden gemeinsame Tarifangebote zwischen Verkehrsunternehmen und Car-Sharing-Anbietern beschrieben, wie sie inzwischen in vielen Orten in Europa umgesetzt wurden. In einer weiterführenden Stufe der Zusammenarbeit werden die Kooperationsangebote der stadtverträglichen Verkehrsträger in einer Stadt oder Region auf einer kombinierten Chipkarte zusammengeführt und gemeinsam vermarktet. Während das private Auto zwar in vielen Fällen nicht effizient eingesetzt wird, jedoch prinzipiell in der Lage ist, vielfältige Mobilitätswünsche abzudecken, kann ein einzelner Verkehrsträger des Umweltverbundes (Busse und Bahnen, Fahrrad und Zufußgehen) nur einen Teil der alltäglichen Verkehrswünsche angemessen erfüllen. In der Kombination unterschiedlicher Verkehrsmittel kann der Umweltverbund jedoch seine jeweils spezifischen Stärken optimal entfalten. Mobilpakete sind die optimierte äußere Form der Kooperation der unterschiedlichen Verkehrsträger, sie entlasten die Nutzer von Organisationsaufgaben und bündeln den Kundennutzen in einer Chipkarte. Als erwünschter Nebeneffekt wird die Zusammenarbeit der lokalen Akteure (Mobilitätsanbieter) gestärkt.

Bisher existieren in Deutschland zwei solche Mobilpakete, in Hannover und in Freiburg. Die Grundkonstruktion der Mobilpakete ist die Zusammenarbeit des ÖPNV mit dem örtlichen Car-Sharing als ergänzendem Autobaustein. Zusätzlich werden – regional unterschiedlich ausgeführt – weitere Partner integriert.

HANNOVERmobil, das Kombiangebot des Verkehrsverbundes in der Region Hannover

Seit 2004 wird in Hannover das Kombiangebot HANNOVERmobil offeriert. Bis 2007 bestand das Angebot zunächst im Probebetrieb, seit 2007 als Regelangebot. Es integriert das Jahresabonnement im Großraum-Verkehr Hannover (GVH), dem Tarifverbund der Region Hannover, mit dem Car-Sharing-Zugang sowie Vergünstigungen bei einem Taxiunternehmen, einer Autovermietung und einem Fahrradparkhaus in der Innenstadt. Ebenso ist eine BahnCard 25 der Deutschen Bahn enthalten.

Grundbaustein des integrierten Kombiangebotes ist das Jahresabonnement im GVH, entweder als reguläres Abo, als Firmenabo oder als Dauerfahrausweis für ältere Menschen über 60 Jahre, für Auszubildende oder per Studenten-Semesterkarte. Für einen Zusatzbeitrag von 6,95 Euro im Monat wird dieses Jahresabo zum kompletten Mobilpaket aufgewertet.

Mit der HANNOVERmobil-Karte bekommt der Nutzer den Zugang zu derzeit 112 Car-Sharing-Fahrzeugen an 68 Stationen in sieben Städten der Region. Er spart dabei das Aufnahmeentgelt von 79 Euro und den Monatsbeitrag von 5 Euro und muss keine Kaution hinterlegen.

HANNOVERmobil-Kunden bekommen 20 % Ermäßigung auf Taxifahrten bei der größten Taxizentrale in Hannover. Wenn der Kunde eine längere Urlaubsfahrt plant, einen Lkw mieten will oder ein Auto für eine Einwegfahrt im Bundesgebiet benötigt, bekommt er bei einer Autovermietung Vorzugskonditionen. Die Gepäckaufbewahrung im KundenCenter der Verkehrsbetriebe im Zentrum Hannovers ist kostenlos. Zusätzlich gibt es noch kostenlos eine BahnCard 25 der Deutschen Bahn im Wert von 57 Euro, die ein Jahr lang 25 % Ermäßigung auf alle Bahnfahrkarten innerhalb Deutschlands ermöglicht. Diese Karte wird beim Upgrade auf eine höherwertige BahnCard 50 verrechnet.

Alle über die Kombikarte bezogenen Leistungen werden bargeldlos bezogen und im nächsten Monat mit einer kombinierten Mobilitätsrechnung eingezogen.

Ergebnisse nach fünf Jahren Betriebserfahrungen

Nach drei Jahren in der Pilotphase und weiteren zwei Jahren im Regelbetrieb können folgende Ergebnisse verzeichnet werden:

- Rund 1.000 Kunden beziehen das Kombiangebot HANNOVERmobil. Dies blieb bisher jedoch unter den Erwartungen der Anbieter.
- Kundengewinnung für den ÖPNV: Mehr als jeder dritte Kunde hat im Zusammenhang mit HANNOVERmobil ein neues ÖPNV-Jahresabo abgeschlossen.
- Kundenbindung für den ÖPNV: Ca. ein Drittel der Kunden hat einen vorhandenen Pkw abgeschafft oder auf die geplante Anschaffung verzichtet.
- Außerdem profitiert der ÖPNV-Anbieter vom Imagegewinn durch das kombinierte Angebot.
- Kundengewinnung für das Car-Sharing-Unternehmen: Über 4/5 der Kunden waren vorher keine Car-Sharing-Nutzer.
- Kundengewinnung für die Bahn: Ca. 3/4 der Kunden besaßen vorher keine BahnCard.

Die Taxi-Nutzung liegt mit 2 bis 3 Euro Umsatz pro Kunde und Monat zwar insgesamt niedrig, aber weit über dem Bevölkerungsdurchschnitt.

Ökonomischer Nutzen aus Sicht des ÖPNV-Unternehmens

Der Vorstandsvorsitzende der Hannoverschen Verkehrsbetriebe Üstra, André Neiß, macht folgende ökonomische Erfolgsrechnung des Kombiangebotes aus Sicht des ÖPNV auf (Üstra 2008):

- Der Kundenbindungseffekt im ÖPNV pro Kunde und Jahr wird mit 60 Euro beziffert. Der Betrag resultiert daraus, dass Jahreskartenbesitzer wegen des Kombiangebots auf den Kauf eines eigentlich geplanten eigenen Pkw verzichten und an dem bereits bestehenden Jahresabonnement der Verkehrsbetriebe festhalten.
- Der Kundengewinnungseffekt schlägt mit 35 Euro pro Kunde und Jahr zu Buche. Diesen Mehrerlös erzielen Verkehrsbetriebe dadurch, dass sich ÖPNV-Nutzer nun ein Jahresabonnement zulegen, um in den Genuss der Kombivergünstigungen zu kommen.
- Hiervon abzuziehen sind 30 Euro pro Kunde und Jahr wegen des Rabatts auf das ÖPNV-Abonnement.
- Es verbleibt ein Deckungsbeitrag für den ÖPNV-Verbund in Hannover von 65 Euro pro teilnehmendem Kunden und Jahr, das sind aktuell also etwa 65.000 Euro im Jahr.

Fazit aus Sicht der wichtigsten Anbieter innerhalb des integrierten Mobilpaketes: Obwohl die Kundennachfrage die Erwartungen zu Beginn des Projektes nicht ganz erfüllt, sind sowohl die Verkehrsbetriebe als auch der Hannoversche Car-Sharing-Anbieter Stadtmobil Hannover zufrieden mit dem Angebot und seinen Auswirkungen. Mit HANNOVERmobil hat sich in der Region eine Kommunikationsplattform für stadtverträglichen Verkehr entwickelt.

RegioMobilCard – das Kombiangebot im Raum Freiburg

Die Kombikarte für Freiburg heißt RegioMobilCard. Sie beinhaltet neben der übertragbaren Jahreskarte im Regio-Verkehrsverbund Freiburg vor allem die Car-Sharing-Teilnahme. Die Nutzungskosten im Car-Sharing sind um 20 % vermindert, die Einlage beträgt anstatt 350 Euro mit der RegioMobilCard 200 Euro, zuzüglich 40 Euro Anmeldeentgelt. Als weitere Angebote der Kombikarte erhalten die Besitzer Ermäßigungen für das Fahrradparkhaus am Freiburger Hauptbahnhof und beim Fahrradverleih, für Taxifahrten mit den Fahrzeugen einer Freiburger Taxizentrale sowie bei einer örtlichen Autovermietung und einem Wohnmobil-Verleih.

Die Besonderheit der Freiburger Kombikarte, die ebenfalls in 2004 an den Start ging, ist, dass sie nicht von den Freiburger Verkehrsbetrieben oder dem Regio-Verkehrsverbund Freiburg ins Leben gerufen wurde, sondern vom Freiburger Car-Sharing-Anbieter Car-Sharing Südbaden – Freiburg e.V. Der Verkauf der Karte findet durch den Car-Sharing-Anbieter statt, der auch das wirtschaftliche Risiko des Angebotes verantwortet. Der Freiburger Verkehrsbetrieb und der Verkehrsverbund haben sich in der Einführungsphase an der Werbung für das Kombiangebot beteiligt.

Im Frühjahr 2009 sind etwa 450 Nutzer im Besitz der RegioMobilCard in Freiburg.

6.2 Car-Sharing für Geschäftskunden

Car-Sharing ist nicht nur für private Nutzer ein interessantes und kostengünstiges Angebot, um ihren gelegentlichen Autobedarf abzudecken, auch gewerbliche Nutzer können davon profitieren. Mit dem Car-Sharing für Geschäftskunden wird bei Unternehmen, Verwaltungen, Organisationen und Vereinen der Autobedarf für dienstliche Zwecke in unterschiedlicher Weise befriedigt:

- Anstelle eines oder mehrerer wenig ausgelasteter betriebseigener Fahrzeuge werden Car-Sharing-Fahrzeuge genutzt. Das ist kostengünstiger als eigene Fahrzeuge zu betreiben. Außerdem entfällt der personelle Aufwand zur Pflege der Fahrzeuge.
- Das Unternehmen besitzt eigene Fahrzeuge für seine dienstlichen Fahrten oder greift auf Fahrzeuge der Mitarbeiter zurück. Über den normalen Bedarf hinausgehende Nachfragespitzen werden mit Car-Sharing-Fahrzeugen abgedeckt.
- Bestimmte Sonderfahrzeuge werden mit dem Car-Sharing-Angebot bereitgestellt, beispielsweise Kleintransporter für Materialtransporte. Der normale Dienstreisebedarf wird mit eigenen Fahrzeugen geleistet.
- In bestimmten Stadtquartieren finden die Geschäftskunden keinen Parkplatz für eigene Fahrzeuge oder dienstlich genutzte Privatwagen der Mitarbeiter. Hier stellt der Car-Sharing-Anbieter seine Fahrzeuge auf reservierten Stellplätzen in der Nähe der Geschäftskunden zur Verfügung.

Car-Sharing bietet sich also nicht nur an, wenn der gesamte betriebliche Fuhrpark durch Car-Sharing-Fahrzeuge ersetzt werden soll, es entfaltet seinen Nutzen auch in der flexiblen Ergänzung des firmeneigenen Fuhrparks. Jedoch wird niemand auf die Idee kommen, einem Außendienstmitarbeiter, der jährlich mehrere Zehntausend Kilometer beruflich unterwegs ist, das persönlich anvertraute Firmenauto streitig zu machen und durch Car-Sharing zu ersetzen. Wenn sich jedoch mehrere Mitarbeiter ein Firmenfahrzeug teilen und dieses insge-

samt nur relativ gering ausgelastet ist, ist es wahrscheinlich, dass eine Car-Sharing-Teilnahme als Alternativlösung sinnvoll sein kann.

Die Dienstfahrten müssen mit den Car-Sharing-Fahrzeugen nicht unbedingt an der nächstgelegenen Station am Firmenstandort beginnen, sondern können auch am Wohnort des Mitarbeiters starten. Dazu stehen alle Fahrzeuge des über die Stadt verteilten Stationsnetzes des örtlichen Car-Sharing-Anbieters zur Verfügung. Das erhöht die Flexibilität der Car-Sharing-Nutzung.

Bei längeren Dienstfahrten kann die größere Wegstrecke mit der Bahn zurückgelegt werden. So kann die Zeit im Zug schon zur Vorbereitung für den Gesprächstermin mit dem Geschäftspartner genutzt werden. Um vor Ort mobil zu sein, können die verfügbaren Verkehrsmittel des Umweltverbundes (ÖPNV, Leihfahrrad oder Taxi) oder bei schlechter Erreichbarkeit ein Car-Sharing-Fahrzeug am Bahnhof für die restliche Wegstrecke genutzt werden.

Der Ersatz firmeneigener Fahrzeuge durch Car-Sharing-Angebote spart Parkplätze auf dem Betriebsgelände ein, die beispielsweise als Besucherparkplätze besser genutzt werden können.

Die Motive der Geschäftskunden zur Teilnahme

In Deutschland sind ca. 23 Prozent der Car-Sharing-Teilnehmer bei den unterschiedlichen Anbietern Geschäftskunden.

Der Bundesverband CarSharing e. V. hat Anfang 2010 eine Broschüre herausgebracht, die an neun exemplarischen Beispielen die Möglichkeiten und Potenziale der Car-Sharing-Nutzung für gewerbliche Kunden in Deutschland aufzeigt (bcs 2010). Dabei werden auch die ganz unterschiedlichen Motive der Geschäftskunden dafür ausgebreitet, dass sie überzeugte Car-Sharing-Nutzer sind:

- Stadtverwaltungen sind als große Arbeitgeber gleichzeitig auch bedeutende Verkehrsverursacher in ihrer Stadt. Die Stadtverwaltung Mannheim steht für die vielen Kommunalverwaltungen, die Car-Sharing-Angebote in ihrer Stadt nicht nur politisch unterstützen, sondern auch für die eigenen Dienstwege und -fahrten nutzen. Nach einjähriger Probezeit wurde eine gute Beteiligung verschiedenster städtischer Ämter und Fachbereiche erzielt, weitere stadtnahe Einrichtungen wie das Nationaltheater, aber auch Gemeinderatsfraktionen haben sich angeschlossen. Inzwischen ist die Car-Sharing-Teilnahme vom Stadtparlament als dauerhaftes Dienstfahrtenangebot politisch beschlossen.
- Ein Medienunternehmen in Göttingen bewältigt seine zunehmenden Kundenkontakte in ganz Deutschland mit Car-Sharing. Die Flexibilität, auch mal mehr als nur ein, zwei Fahrzeuge gleichzeitig zu nutzen, wird von ihnen besonders geschätzt.
- Ein Ingenieurunternehmen in Berlin, Tochterunternehmen der Deutschen Bahn, hat einen Teil seines eigenen Fuhrparks eingestellt und nutzt die Car-Sharing-Fahrzeuge vor dem Haus. Damit werden jährlich Kosten in mehreren Tausend Euro Höhe eingespart. Teilbereiche des Ingenieurunternehmens, welche die Dienstfahrzeuge länger am Stück für Außeneinsätze benötigen, haben ihren eigenen geleasten Fuhrpark behalten.
- Eine große Umweltforschungseinrichtung in Leipzig, in der Bundeskanzlerin Angela Merkel zu DDR-Zeiten ihre Doktorarbeit verfasst hat, fährt mit den Car-Sharing-Fahrzeugen zu ihren Versuchsanordnungen auf das freie Feld und zu Projektterminen. Auch ein geländegängiges Allzweckfahrzeug gehört zum regelmäßig genutzten Car-

Sharing-Fuhrpark. Für den administrativen Geschäftsführer zählt die Umweltfreundlichkeit des modernen Car-Sharing-Fuhrparks, die er aufgrund der Budgetzwänge einer mit öffentlichen Mitteln finanzierten Einrichtung nicht erreichen könnte, da eigene Fahrzeuge über viele Jahre gehalten werden müssten.

- Eine Non-Profit-Organisation des fairen Handels in Köln hat eine ähnliche Professionalisierungsentwicklung genommen wie das deutsche Car-Sharing. Zunehmende Außentermine, zu denen Material transportiert werden muss, macht Car-Sharing neben der ÖPNV- und Bahnnutzung interessant.
- Die Hamburgische Wirtschaftsförderung mbH fährt mit dem Car-Sharing vor, wenn sie Beratungen in Gewerbegebieten vereinbart hat, die mit dem ÖPNV schlecht zu erreichen sind. Manchmal richten Mitarbeiter ihre Beratungstermine auch nach der Verfügbarkeit des Car-Sharing-Autos vor der Haustür aus. Dass Ökonomie und Ökologie für die Wirtschaftsberater kein Gegensatz sind, wird von ihnen selbst vorgelebt.
- Das Statistische Bundesamt in Wiesbaden hat die Car-Sharing-Fahrzeuge vor allem in Zeiten häufiger genutzt, in denen ihre Abteilungen wegen der Sanierung des Stammhauses in der Stadt verteilt waren. Nach Abschluss der Bauarbeiten wird inzwischen immer noch der behördeninterne Postdienst am Standort Wiesbaden täglich mit Car-Sharing-Fahrzeugen abgewickelt.
- In Esslingen ist die City Initiative, ein als Verein organisierter Zusammenschluss von Einzelhändlern und Gewerbetreibenden in der historischen Innenstadt, Vertragspartner des örtlichen Car-Sharing-Anbieters. Darüber ist seinen Mitgliedern die Nutzung des Car-Sharing möglich, was von der City Initiative aktiv als Mehrwert in seiner eigenen Mitgliederwerbung vermarktet wird. Da die Innenstadt weitflächig Fußgängerzone ist, ist der Weg zum Car-Sharing-Auto für manche kürzer als zu einem der öffentlichen Parkplätze rund um die Innenstadt, auf denen die Geschäftsinhaber eigene, dienstlich genutzte Fahrzeuge abstellen müssten. Das Beispiel zeigt, das auch kleinere Car-Sharing-Anbieter für Geschäftsleute attraktive Angebote organisieren.
- In Kiel und Lübeck fahren die Mitglieder zweier Sportvereine mit Kleinbussen des Car-Sharing-Anbieters zu den Auswärtsspielen und Wettkämpfen. Dabei ist es auch kein Hindernis, dass von einem der Vereine regelmäßig Ruderboote mitgenommen werden müssen. Probleme, dass die Fahrzeuge zum gewünschten Zeitpunkt von anderen Car-Sharing-Nutzern reserviert sein könnten, gab es bisher nicht, da die Spiel- und Wettkampftermine bereits lange vorher feststehen und gebucht werden. In Einzelfällen hilft der Anbieter flexibel, indem er mal ein Fahrzeug aus einer anderen Stadt holt und zur Verfügung stellt.

Win-Win-Situation für alle Beteiligten

Die Geschäftskunden bekommen ein flexibles Mobilitätsangebot, dessen Nutzungsintensität sie je nach Fahrzeug- und Fahrtenbedarf variieren können. Mit der folgenden Monatsabrechnung bekommen sie eine detaillierte Kostenaufstellung über alle durchgeführten Fahrten, die sie innerbetrieblich einzelnen Abteilungen oder Projekten zuordnen können.

Für die Car-Sharing-Anbieter hat die gewerbliche Car-Sharing-Nutzung den Vorteil, dass die Geschäftskunden die Car-Sharing-Fahrzeuge in der Regel zu anderen Zeiten nachfragen als die Mehrzahl der privaten Kunden. Während Geschäftskunden die Fahrzeuge hauptsächlich an den Werktagen tagsüber nachfragen, treten Spitzenzeiten der privaten Nachfrage in

vielen Fällen abends und an Wochenenden auf. Private und gewerbliche Nutzung ergänzen sich also meist sehr gut. Die Fahrzeuge werden durch eine optimale Kombination von gewerblichen und privaten Nutzern besser ausgelastet.

Für die Allgemeinheit hat dies den Vorteil, dass mehr Automobilität mit weniger Fahrzeugen abgedeckt und dadurch weniger Flächen für parkende Autos benötigt werden. Die privaten Car-Sharing-Kunden profitieren außerdem von einem größeren Fahrzeugangebot in ihrer Nähe, wenn zusätzlich gewerbliche Kunden im Stadtteil lokalisiert sind. Das erhöht die Attraktivität des Car-Sharing-Angebotes auch für die privaten Nutzer. In günstigen Fällen können über die gewerbliche Nutzung auch in Quartieren Car-Sharing-Stationen angeboten werden, in denen sich durch die privaten Kunden allein kein Fahrzeugangebot rechnen würde.

Weitere Beispiele zu Car-Sharing-Angeboten für Geschäftskunden, auch in anderen europäischen Staaten, werden im Car-Sharing fact sheet Nr. 4 „Business Car-Sharing“ des momo-Projektes ausgeführt.

6.3 Zusammenarbeit mit Kommunen und Regionen

Die kommunale Verwaltung und die Kommunalpolitik sind wichtige Verbündete der Car-Sharing-Anbieter beim Aufbau ihrer Dienstleistung. Es ist deshalb für die positive Entwicklung von Bedeutung, dass die Kommunen frühzeitig als Kooperationspartner gewonnen werden. Die Zusammenarbeit mit den Kommunen kann sich auf unterschiedliche Bereiche erstrecken:

- Kommunale Verwaltungen sind oftmals wichtige Arbeitgeber in der Stadt oder Gemeinde. Die täglichen Dienstwege werden vielfach mit einem eigenen städtischen Fuhrpark unternommen, der nicht immer gut ausgelastet ist. Stadtverwaltungen sollten deshalb als gewerbliche Car-Sharing-Kunden gewonnen werden und die damit verbundenen finanziellen Entlastungspotenziale durch Car-Sharing realisieren. Die dadurch zu erwartenden zusätzlichen Car-Sharing-Angebote kommen außerhalb der städtischen Arbeitszeiten allen Car-Sharing-Nutzern zugute.
- Car-Sharing sollte als Entlastungsmaßnahme in die entsprechenden kommunalen Fachplanungen Eingang finden und darüber politische Unterstützung erfahren.
- Eine für die Car-Sharing-Entwicklung wichtige Infrastrukturmaßnahme ist die Bereitstellung von Car-Sharing-Stellplätzen an den geeigneten Stellen in Kundennähe. Soweit es sich um Stellplätze im öffentlichen Straßenraum handelt, müssen die Kommunen der Ausweisung dieser Stationen zustimmen. Dies wird entweder dadurch ermöglicht, dass das nationale Recht den Kommunen diese Befugnis zuteilt oder die Kommunen eventuelle gesetzliche Spielräume zugunsten der Car-Sharing-Angebote auslegen.
- Last but not least: Die politische Unterstützung einer Stadt macht das örtliche Car-Sharing-Angebot bekannter und öffnet den Anbietern Türen bei anderen potenziellen Car-Sharing-Teilnehmern.

Während die Stadtverwaltung im ersten Punkt die Vorteile der Zusammenarbeit am eigenen Budget erfährt und möglicherweise der Parkdruck vor der eigenen Haustür der Ämter verbessert wird, zielen die übrigen Bereiche der politischen Unterstützung von Car-Sharing-Angeboten auf das Gemeinwohl der Stadt und seiner Bewohner.

Im Folgenden werden beispielhaft die Förderstrategie des Großraums London, der Car-Sharing-Aktionsplan in Bremen und die Car-Sharing-Förderung italienischer Städte herausgegriffen und erläutert.

6.3.1 Car-Sharing-Förderstrategie des Großraums London

Eine besonders anschauliche und erfolgreiche Umsetzung einer politischen Förderstrategie findet zur Zeit in der Metropole London statt. Transport for London (TfL), die zentrale Koordinations- und Planungsbehörde für den Verkehr im Großraum London, die direkt dem Bürgermeister von London untersteht, verabschiedete im Frühjahr 2008 ihre „Car Clubs Strategy“ (TfL 2008). Das darin ausgesprochene Ziel der Förderstrategie ist es, die inzwischen fünf kommerziellen Car-Sharing-Anbieter durch politische Hilfestellung bis zum Jahr 2011 zur Marktreife zu führen. Damit sollen die Car-Sharing-Anbieter in die Lage versetzt werden, ihren Beitrag zu den verkehrspolitischen Reduktionszielen für den Großraum London beizutragen. Die anspruchsvollen Erwartungen von TfL an die Car-Sharing-Anbieter sind,

- dass sie teilhaben am Abbau von Verkehrsstaus und Parkdruck in den Wohngebieten und an den Arbeitsstandorten,
- dass sie die öffentlichen Verkehrsmittel in der Weiterentwicklung ihrer Verkehrsangebote unterstützen,
- dass sie die sozialen Teilnahmechancen der Bevölkerung des Großraums am gesellschaftlichen Geschehen gewährleisten, ohne jedoch mehr Autoverkehr zu erzeugen, sowie
- dass sie zur Umweltentlastung und Reduzierung von verkehrsbedingter Luftverschmutzung beitragen.

Die Car-Sharing-Anbieter sind somit ausdrücklicher Teil der verkehrspolitischen Strategie des Großraums London, die ökonomisches Wachstum ohne die üblichen negativen Begleiterscheinungen des Verkehrswachstums ermöglichen soll. Damit wird dem Car-Sharing erstmals im europäischen Raum durch die regionale Politik eine sehr anspruchsvolle Aufgabe zugewiesen, die ohne eine ebenso anspruchsvolle begleitende Förderstrategie der politischen Gremien nicht zu erfüllen wäre.

Bevor die Förderstrategie auf den Weg gebracht wurde, wurden im Auftrag von TfL Untersuchungen zur Wirkungsforschung von Car-Sharing-Angeboten und Befragungen von Nutzern und potenziell Interessierten durchgeführt, deren Ergebnisse in den zwei vorangegangenen Kapiteln dieses Berichtes mit vorgestellt wurden. Sie kommen zu ähnlichen Ergebnissen wie Untersuchungen in anderen fortgeschrittenen Car-Sharing-Ländern.

Die Komponenten der Förderstrategie von Transport for London

Die Car-Sharing-Strategie von TfL setzt sich aus folgenden Komponenten zusammen, die ein insgesamt stimmiges Förderangebot für den Großraum London darstellen:

1. Einleitend hat TfL in mehreren öffentlichen Workshops und Veranstaltungen seine Car-Sharing-Strategie erläutert und über den Nutzen des Car-Sharing informiert.
2. TfL veröffentlichte eine Richtlinie, die den beteiligten Akteuren (TfL, die Londoner Stadtbezirke, Wohnungsbaufirmen und städtebauliche Projektentwickler, Car-Sharing-Anbieter) ihre jeweilige Rolle bei der Car-Sharing-Entwicklung zuweist.

3. Es werden nur Car-Sharing-Anbieter gefördert, die eine Akkreditierung von Carplus, der nationalen gemeinnützigen Organisation zur Förderung einer verantwortlichen Autonutzung, besitzen. Dies sind im Moment vier kommerzielle Anbieter. Damit soll sichergestellt werden, dass nur Car-Sharing-Angebote gefördert werden, die bestimmte Qualitätsansprüche erfüllen, und nicht herkömmliche Autovermietangebote.

4. Die Stadtbezirke schreiben das Car-Sharing-Angebot für ihren jeweiligen Geltungsbereich aus. TfL unterstützt sie dabei bis ins Jahr 2010. Der Ausschreibungsgewinner erhält vom Bezirk subventionierte Car-Sharing-Stellplätze im öffentlichen Straßenraum zugewiesen. Die dahinter stehende Idee ist, dass alle Anbieter mit der Vielzahl von Ausschreibungen in den 33 inneren und äußeren Stadtbezirken zum Zuge kommen sollen und so ein möglichst gerecht verteilter Flickenteppich von Entwicklungsgebieten für die einzelnen Anbieter entsteht. Nach dem Ende der Ausschreibungsperiode soll sich das Car-Sharing-Angebot im freien Wettbewerb aller Anbieter weiterentwickeln. Bei einer Ausschreibung nicht zum Zuge kommende Anbieter sind jedoch bereits jetzt eingeladen, sich um Stellplätze auf Privatflächen zu bemühen, und sich so auch im unterlegenen Stadtbezirk zu entwickeln. Wenn eine Ausschreibung nicht zum gewünschten Erfolg mit dem ausgewählten Car-Sharing-Anbieter führt, weil der zum Beispiel nicht in der Lage ist, die versprochenen Autozahlen zur Verfügung zu stellen, kann sie rückabgewickelt und wiederholt werden.

5. TfL sorgt mit seiner Öffentlichkeitsarbeit dafür, dass die Umwidmung von Parkplätzen für jedermann im öffentlichen Straßenraum zu reservierten Car-Sharing-Stellplätzen Akzeptanz in der Bevölkerung erfährt. Die reservierten Car-Sharing-Stellplätze sollen nicht dort angelegt werden, wo am ehesten freier Raum verfügbar ist, sondern wo die Nachfrage von bestehenden oder potenziellen Nutzern am größten ist.

6. Die lokalen Behörden sorgen dafür, dass die reservierten Car-Sharing-Stellplätze nicht von Falschparkern zweckentfremdet werden.

7. 2007/2008 entwickelte TfL mit der Hilfe von Carplus ein spezielles Logo, mit dem die Car-Sharing-Stationen im Straßenraum gekennzeichnet werden. Dadurch soll die Sichtbarkeit des Car-Sharing-Angebotes auch für die Noch-Nicht-Nutzer erhöht werden und Car-Sharing als quasi öffentliches Mobilitätsangebot vermarktet werden. Mit diesem Logo werden die Car-Sharing-Fahrzeuge als „Pay-as-you-go-cars“ vermarktet, also als Fahrzeuge, für die man nur bezahlt, wenn man sie tatsächlich nutzt.

8. Städtebauliche Entwicklungsprojekte und Wohnungsbauunternehmer werden aufgefordert, in ihre Neubauprojekte Car-Sharing-Angebote zu integrieren. Sie werden von TfL bei der Entwicklung von autoreduzierten Projekten unterstützt, in denen die Automobilität über Car-Sharing abgedeckt wird.

9. Die Car-Sharing-Strategie ist eingebunden in die sonstigen verkehrspolitischen Zielsetzungen im Großraum. Hierzu gehört die Förderung des öffentlichen Verkehrs ebenso wie die Unterstützung des nichtmotorisierten Verkehrs und die Eindämmung des Autoverkehrs in der Innenstadt durch die City-Maut. Car-Sharing-Fahrzeuge sind nur dann von den Kosten der City-Maut ausgenommen, sofern sie über einen besonders niedrigen Emissionsstandard verfügen. Jedoch sind die Kosten der City-Maut in den normalen Car-Sharing-Tarifen enthalten und müssen von den Car-Sharing-Kunden nicht gesondert bezahlt werden, wenn sie in die „Congestion Charging Zone“ einfahren. Wie bei den Fixkosten der Autonutzung verteilen sich auch die Kosten der City-Maut auf mehrere Schultern der täglichen Nutzer.

10. Allerdings werden die Kosten der Car-Sharing-Strategie von TfL aus den Einnahmen der City-Maut finanziert. Das erleichtert den politischen Gremien die Entscheidung zur finanziellen Unterstützung der Förderstrategie.
11. TfL setzt sich dafür ein, dass auch die Car-Sharing-Angebote in die elektronische Karte des öffentlichen Verkehrs (Oyster card) und andere Marketingkanäle des öffentlichen Verkehrs integriert werden.
12. Car-Sharing-Anbieter sollen bewusst private Unternehmen bleiben und nicht Teil eines Mobilitätsangebotes im öffentlichen Besitz. Die zeitlich begrenzten Förderangebote sollen die kommerziellen Car-Sharing-Anbieter bis 2011 in London zur „Marktreife“ führen, ab dann sollen sie in der Lage sein, weiteres nennenswertes Wachstum aus eigener Kraft zu bewältigen. Begründet wird das Engagement für Privatunternehmen damit, dass sie einen klaren Beitrag für den öffentlichen Sektor und das Wohl der Allgemeinheit leisten.

Der Erfolg der Förderstrategie im Großraum London

Der Erfolg der Car-Sharing-Förderstrategie im Großraum London lässt sich an den Teilnehmer- und Fahrzeugzahlen im Car-Sharing von Großbritannien ablesen. Wobei die mit Abstand bedeutendste und dynamischste Entwicklung des Landes in London stattfindet. Waren noch zum Ende des Jahres 2007 in Großbritannien lediglich 32.000 Car-Sharing-Teilnehmer registriert, verdoppelte sich diese Zahl innerhalb eines Jahres auf mehr als 64.000. Anfang Januar 2010 wurden dann knapp 113.000 Car-Sharing-Teilnehmer in Großbritannien gezählt, 86,5 % davon sind bei einem Anbieter in London registriert. Diese Entwicklung, die also im Wesentlichen auf das Car-Sharing-Wachstum im Großraum London zurückzuführen ist, zeigt eindrucksvoll, wie sehr sich die politische Unterstützung durch Transport for London und die Londoner Stadtbezirke erfolgreich auswirkt und die Car-Sharing-Angebote in der britischen Hauptstadt binnen weniger Jahre aus einem Nischendasein herausgeführt haben.

Abbildung 6.1 zeigt, wie die Teilnehmerzahlen in Großbritannien im Zeitraum Ende 2007 bis Anfang 2010 auch als Anteil der Bevölkerung einen eindrucksvollen Anstieg vollzogen und die Trendlinie der Car-Sharing-Entwicklung in Europa überschritten haben. Hierbei wurde die bereits aus Kapitel 2.3 bekannte Darstellung benutzt (Stand der übrigen Länder und der Trendlinie Anfang 2009).

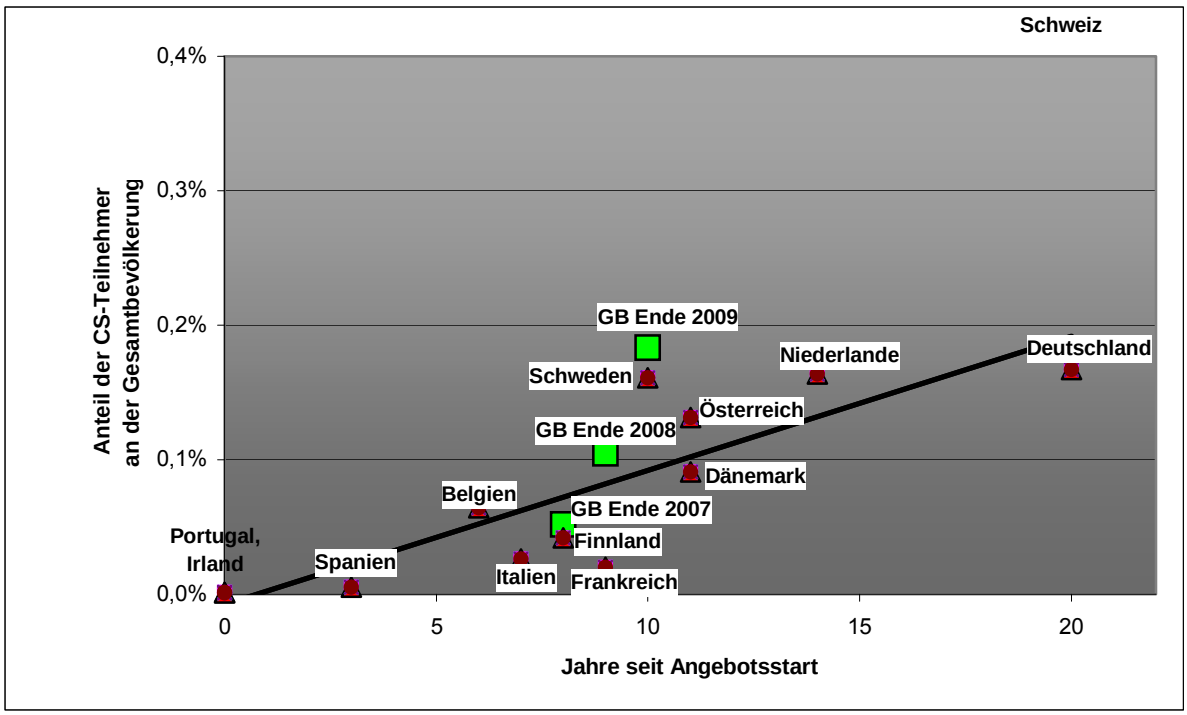


Abb. 6.1: Erfolgskurve der Car-Sharing-Entwicklung in Großbritannien (London) in den letzten drei Jahren

6.3.2 Aktionsplan „Car-Sharing für Bremen“

Die Förderung von Car-Sharing als umweltfreundliche und verkehrsentlastende Maßnahme kann von einer Kommune als Maßnahme in unterschiedlichen thematischen Einzelplänen angesprochen werden, beispielsweise als integrierte Maßnahme in einem Klimaschutz- oder Luftreinhaltekonzept, als Förderstrategie in einem Verkehrsentwicklungskonzept, im Rahmen eines Stadtteilentwicklungskonzeptes etc. Kommunale Verwaltungen können jedoch auch ein eigenes Car-Sharing-Entwicklungskonzept beschließen und umsetzen.

Der momo-Projektpartner Freie Hansestadt Bremen hat im Herbst 2009 ein solches Car-Sharing-Entwicklungskonzept beschlossen, das unter dem Titel Aktionsplan „Car-Sharing für Bremen“ firmiert (Bremen 2009a; Bremen 2009b). Es ist das erste Car-Sharing-Entwicklungsprogramm, das eine Kommune in Deutschland aufgestellt hat. Der Aktionsplan umfasst unter anderem folgende Bestandteile:

- Ein Stellplatzentwicklungskonzept soll die räumliche Stationsentwicklung unterstützen und geeignete Standorte für weitere Stationen im öffentlichen Straßenraum vordefinieren. Hierfür werden in den innerstädtischen Wohn- und Mischgebieten sowohl die größten Nachfragepotenziale als auch Entlastungspotenziale gesehen.
- Die von den Kommunalverbänden gewünschte bundesweite Gesetzgebung mit der Ermächtigung für die Kommunen würde hierfür einen sicheren Rechtsrahmen ermöglichen. Der Stadtstaat Bremen nimmt eine aktive Rolle bei der Initiierung und Beschleunigung des Gesetzgebungsverfahrens ein.
- Die Kooperation zwischen dem städtischen ÖPNV, der von einer städtischen Verkehrsgesellschaft betrieben wird, und den Car-Sharing-Betreibern in Bremen soll weiter

verbessert werden. Hierfür sollen die gemeinsamen Kombinationsprodukte ausgebaut und gezielter beworben werden.

- Zielgruppenorientierte Awareness- und Informationskampagnen sollen mit gezielten Maßnahmen den Informationsstand erhöhen und u. a. folgende Zielgruppen ansprechen: Berufstätige, Schüler und Kindergartenkinder.
- Die Nutzung des Car-Sharing für die Dienstwege der eigenen Verwaltung soll in noch mehr Ämtern als bisher umgesetzt werden (Kommune als gewerblicher Car-Sharing-Kunde). In Kooperation mit der Handelskammer sollen auch weitere Betriebe auf die Möglichkeiten des Car-Sharing zur Optimierung des eigenen Flottenmanagements aufmerksam gemacht werden.
- Neubauprojekte sollen zur Zusammenarbeit mit Car-Sharing-Anbietern angehalten werden, damit die Anzahl der gebauten Stellplätze verringert werden kann.

Ziel des Aktionsplanes ist es, bis zum Jahr 2020 in Bremen mindestens 20.000 Car-Sharing-Teilnehmer zu gewinnen und darüber einen deutlichen Entlastungseffekt im Straßenraum zu erzielen.

6.3.3 Kommunale Unterstützung in italienischen Städten

In Italien sind viele Kommunen und Regionen an der Gründung der regionalen Car-Sharing-Anbieter beteiligt gewesen. Dies wurde durch die nationale Koordinierungsstelle für den Aufbau des Car-Sharing, der Iniziativa Car Sharing, und deren Unterstützung durch das italienische Umweltministerium forciert. Einige Kommunen sind direkt am regionalen Car-Sharing-Anbieter beteiligt.

Die politische Unterstützung macht sich jedoch auch daran bemerkbar, dass Car-Sharing-Fahrzeuge in vielen italienischen Städten bevorrechtigt sind:

- Sie dürfen ohne weitere Einschränkungen in die Umweltzonen der Kernstädte einfahren, die wegen der Überschreitung von Luftqualitätsstandards eingerichtet wurden und die für den übrigen Autoverkehr nur unter Beachtung jeweils definierter Auflagen – zeitweise oder dauerhaft – zugänglich sind.
- Car-Sharing-Fahrzeuge dürfen die reservierten Busfahrspuren mit benutzen und kommen so zügiger in den staugefährdeten Bereichen der Stadt voran.
- Sie dürfen kostenfrei in den „Blauen Zonen“ der Innenstädte parken.

Beispiele für Kommunen mit solch politischer Unterstützung durch die städtische Verkehrspolitik sind Turin, Venedig, Bologna, Rimini und Modena.

Daneben nutzen viele Verwaltungen italienischer Städte die Car-Sharing-Angebote für die Dienstfahrten ihrer Beschäftigten.

6.4 Förderprogramme auf höheren politischen Ebenen

Nachdem im vorherigen Kapitel die politische Unterstützung auf der Ebene der Kommunen dargestellt wurde, beschäftigt sich dieses Kapitel mit der Car-Sharing-Förderung durch höhere politische Ebenen (Länder oder Regionen). Sehr trennscharf ist diese Unterscheidung nicht, da der Großraum London als Beispiel für eine kommunale Unterstützung größer und bevölkerungsreicher ist als manche höhere Politikebene in einem anderen Land.

Eine wesentliche Infrastrukturhilfe für die Car-Sharing-Entwicklung ist die Bereitstellung von Car-Sharing-Stationen in denjenigen Stadtquartieren und Straßenräumen, in denen die Car-Sharing-Betreiber keine oder zu wenige Stellflächen auf privaten Grundstücken anmieten können. Im Zusammenhang mit der politischen Unterstützung durch die übergeordneten Politikebenen geht es darum, dass Kommunen durch die nationale Gesetzgebung in die Lage versetzt werden, in eigener Verantwortung und in Kenntnis der lokalen Bedingungen Car-Sharing-Betreibern diese notwendigen Flächen im öffentlichen Straßenraum zur Verfügung zu stellen. Fehlt es an dieser politischen Ermächtigung, kann sich dies als Hemmnis des Car-Sharing-Wachstums auswirken, wie im Kapitel 7 näher erläutert wird.

6.4.1 Beispiel Italien

Anspruchsvolles italienisches Förderprogramm

Innerhalb Europas erfährt Car-Sharing in Italien die umfangreichste staatliche Förderung. In Anbetracht der anhaltenden Umweltprobleme in italienischen Großstädten wurde bereits 1998 ein nationales Programm zur Entwicklung von umweltentlastenden Mobilitätsdiensten in den Städten verabschiedet, unter das auch Car-Sharing-Angebote gezählt werden. Verantwortet wird das Programm und damit diese staatliche Car-Sharing-Förderung vom italienischen Umweltministerium.

Erstes konkretes Ergebnis war der Aufbau der nationalen Koordinierungsstelle Iniziativa Car Sharing (ICS). Sie sollte einerseits den Aufbau von Car-Sharing-Angeboten in den italienischen Städten vorantreiben. Anderseits sorgt ICS dafür, dass ein einheitliches technisches System und Serviceangebote zur Verfügung stehen, landesweit also die Interoperabilität der unterschiedlichen Angebote in den Städten und Regionen gewährleistet wird.

ICS hat in der Anfangsphase der einzelnen Car-Sharing-Angebote, die meist von den Kommunen und teilweise in Zusammenarbeit mit den örtlichen Verkehrsbetrieben organisiert werden, bis zu 50 % der Investitionen übernommen. Bisher wurde der Aufbau des Car-Sharing in Italien vom Umweltministerium mit rund neun Millionen Euro mitfinanziert.

Diese staatlich geförderte Konstruktion beim Aufbau des Car-Sharing in Italien hat dazu beigetragen, dass

- eine enge formale Unterstützung für das Car-Sharing durch die Stadtregierungen und die Provinzen gegeben ist,
- die Integration des Car-Sharing-Angebotes mit dem ÖPNV gesichert ist,
- alle Car-Sharing-Angebote, die von ICS gefördert wurden, mit derselben Car-Sharing-Systemtechnik funktionieren und
- Car-Sharing landesweit als politisch geförderte Maßnahme der Umweltentlastung in den Städten verankert ist.

Italienisches Altauto-Verschrottungsprogramm zugunsten von Car-Sharing

Während in einigen europäischen Ländern als Mittel zur Ankurbelung der niedergehenden Wirtschaft und insbesondere zur Stützung der Automobilindustrie Abwrackprämien zur Verschrottung von Altautos und zum Kauf von Neuwagen ohne jegliche umweltrelevante Lenkungswirkung gezahlt werden, ist die italienische Regierung einen anderen Weg gegangen. Hier wurde vom Umweltministerium in Zusammenarbeit mit ICS eine Verschrottungsprämie zugunsten der Car-Sharing-Teilnahme ins Leben gerufen.

Wenn Altfahrzeuge mit Schadstoffstufe Euro 0, Euro 1 oder Euro 2 verschrottet werden, können vom Besitzer folgende Prämien zugunsten der Car-Sharing-Teilnahme in Anspruch genommen werden: Er bekommt ein kostenloses Car-Sharing-Abonnement für das erste Jahr, im zweiten Jahr zahlt er die Hälfte der Jahresgebühr. Zusätzlich bekommt der Vorbesitzer des Schrottwagens aus staatlichen Mitteln ein Fahrguthaben von 800 Euro im Car-Sharing vergütet.

Zusätzlich unterstützt das Umweltministerium in einer Probephase den Einsatz klimaschonender Hybridfahrzeuge für das Car-Sharing-Angebot. Die Mitarbeiter der Generaldirektion für Umweltschutz in Rom erproben für ihre Dienstfahrten das lokale Car-Sharing-Angebot.

In Belgien wurde eine vergleichbare Autoabschaffungskampagne auf Regionsebene ins Leben gerufen: Hier arbeiten die Brüsseler Regionalregierung, das Brüsseler Verkehrsunternehmen STIB, der Car-Sharing-Anbieter cambio Brüssel sowie ein Fahrradverband zusammen. Wenn ein Autobesitzer seinen Privatwagen verkauft und das Nummernschild zurückgibt, bekommt er für ein Jahr eine kostenfreie Anmeldung beim Car-Sharing-Unternehmen und zusätzlich ein freies ÖPNV-Abonnement für den Brüsseler ÖPNV für ein Jahr oder einen Gutschein im Wert von maximal 470 Euro zum Kauf eines Fahrrads. Wenn ein Autobesitzer sein Auto verschrottet und das Nummernschild zurückgibt, bekommt er dieselben Konditionen für zwei Jahre eingeräumt.

6.4.2 Schweizer Klimarappen kommt auch dem Car-Sharing zugute

Im März 2005 hat der Schweizer Bundesrat beschlossen, einen Klimarappen auf jeden Liter importierte Benzin- und Dieselkraftstoffe einzuführen. Damit soll eine (allerdings geringe) Lenkungswirkung zur Eindämmung der verkehrsbedingten CO_2-Emissionen durch Kraftstoffe ausgeübt werden. Der Klimarappen geht auf einen Vorschlag der Schweizer Wirtschaft für eine freiwillige Abgabe zurück, mit der eine wesentlich schärfere CO_2-Abgabe verhindert wurde.

Die Einnahmen des Klimarappens werden von einer Schweizer Stiftung verwaltet, die daraus Klimaschutzprojekte finanziert, die zu einem bestimmten Anteil im Inland umgesetzt werden müssen. Der Schweizer Car-Sharing-Anbieter Mobility hat Anfang 2007 zusammen mit der Stiftung Klimarappen ein Projekt ins Leben gerufen, durch das im Zeitraum 2007 bis 2012 weitere 50.000 Car-Sharing-Kunden geworben werden und dadurch 30.000 t weniger CO_2 freigesetzt werden sollen. Umgesetzt werden soll dies durch verstärkte Marketingaktivitäten gegenüber der Zielgruppe der privaten Kunden und durch eine Verstärkung des Beratungsteams im Bereich Business Car-Sharing. Mit Hilfe der finanziellen Unterstützung der Stiftung Klimarappen wurde beispielsweise eine sehr gelungene Fernsehwerbung geschaffen, die bereits mehrfach in aufeinander aufbauenden Fernsehspots Werbung für „Das beste Auto der Welt“ machte.

6.4.3 Staatlich unterstützte Awareness-Kampagnen

Die Werbebudgets der Car-Sharing-Anbieter sind meist nicht übermäßig gut ausgestattet. Deshalb ist die staatliche Unterstützung zur Durchführung öffentlichkeitswirksamer Awareness-Kampagnen sehr erwünscht. Zum einen wird die Dienstleistung dadurch im Land bekannter und erreicht auch Menschen, die bisher von den Car-Sharing-Anbietern mit ihren Möglichkeiten nicht erreicht wurden. Zum anderen wirkt eine vom Ministerium unterstützte Kampagne seriöser.

Das deutsche Bundesland Schleswig-Holstein hat Ende 2008 34.000 Euro für eine Werbekampagne im Land zugesagt, die unter dem vom Umweltministerium des Landes ausgegebenen Motto „1000 mal mehr Autoteilen“ steht. Wenn das mit dem Motto ausgedrückte Ziel durch die Kampagne erreicht würde, käme dies einer Steigerung der Nutzerzahlen in diesem kleinen Bundesland um fast zwei Drittel gleich. Der öffentlichkeitswirksame Auftakt der Kampagne wurde im April 2009 in Kiel mit der Eröffnung einer neuen Car-Sharing-Station durch den Umweltminister gefeiert. Zentraler Bestandtteil der Kampagne ist eine Plakataktion mit drei pfiffigen Motiven, die in öffentlichen Verkehrsmitteln und an den Haltestellen aushängen.

6.5 Car-Sharing als kosteneffiziente Dienstleistung

Car-Sharing kann im Vergleich zu den Kosten eines eigenen Wagens eine kosteneffiziente Dienstleistung sein. Voraussetzung ist allerdings, dass eine bestimmte Jahresfahrleistung mit den Car-Sharing-Fahrzeugen nicht überschritten wird und die Dienstleistung nicht jeden Tag benötigt wird, zum Beispiel für den täglichen Weg zur Arbeit. Dies soll in diesem Kapitel näher erläutert werden. Allerdings kann eine konkrete Modellrechnung mit Kostenbeispielen aus einem Land nicht ohne weiteres auf ein anderes Land übertragen werden, da sich die Kostenstrukturen von Land zu Land unterscheiden. Wenn jedoch vorausgesetzt werden kann, dass die Car-Sharing-Tarife diese nationalen Kostenstrukturen jeweils reflektieren, wird die Aussage des Vergleichs wohl für viele europäische Car-Sharing-Länder zutreffen.

Die Modellrechnung geht von der Kostenstruktur in Deutschland aus. Nach einer wissenschaftlichen Untersuchung mit Förderung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie machen die Fixkosten des Autoverkehrs etwas mehr als 60 % der jährlichen Autokosten aus (Hunsicker, Sommer 2009). Der mit Abstand größte Kostenblock (über 40 %) ist der Wertverlust eines Autos in den ersten vier Betriebsjahren. Während beim Privatwagen die Fixkosten vom Besitzer alleine getragen werden, werden sie beim Car-Sharing auf viele Schultern verteilt. Zwischen 20 und 59 Nutzer teilen sich im statistischen Mittel in den entwickelten europäischen Car-Sharing-Ländern ein Car-Sharing-Fahrzeug und kommen über ihre Nutzungsentgelte gemeinsam für die Fixkosten auf.

Um den Unterschied in der Kostenstruktur an zwei Beispielen zu veranschaulichen, stellen die folgenden beiden Abbildungen die Kosten eines Firmenfahrzeugs und die Car-Sharing-Kosten eines gewerblichen Nutzers in der vergleichbaren Tarifklasse gegenüber. Dieser Kostenvergleich wird an zwei unterschiedlichen Fahrzeugmodellen durchgeführt: einem Ford Fiesta Kleinwagen und einem Opel Astra Kombi. Bei den Privatwagen werden als Fixkosten über einen Zeitraum von vier Jahren Anschaffungs- und Finanzierungskosten bilanziert, ebenso die Kfz-Versicherung einschließlich Vollkaskoversicherung und die jährliche Kfz-Steuer einbezogen. Die Kosten wurden der Internetplattform www.autobudget.de entnommen (Stand Ende Januar 2010). Nicht eingerechnet wurden Preisnachlässe, die ein Unternehmen eventuell beim Neukauf eines Firmenfahrzeugs vom Autohändler bekommt. Es wird eine Jahresfahrleistung von 12.000 Kilometern angenommen.

In der graphischen Darstellung sind die Fixkosten der Fahrzeughaltung jeweils dem ersten Monat des Jahres zugeordnet. Während in der gedanklichen Theorie der Besitzer des Firmenfahrzeugs im Alter zwischen einem und vier Jahren zunächst einmal zwischen 3.300 Euro für einen Kleinwagen vom Typ Ford Fiesta und 4.200 Euro für einen Opel Astra Kombi zahlen muss, ohne dafür einen Kilometer weit gefahren zu sein, ist die Kostenstruktur beim Car-Sharing völlig anders. Hier werden von den Nutzern keine oder nur sehr geringe monatliche oder jährliche Teilnahmegebühren gezahlt. Im angenommenen Beispiel schlagen die

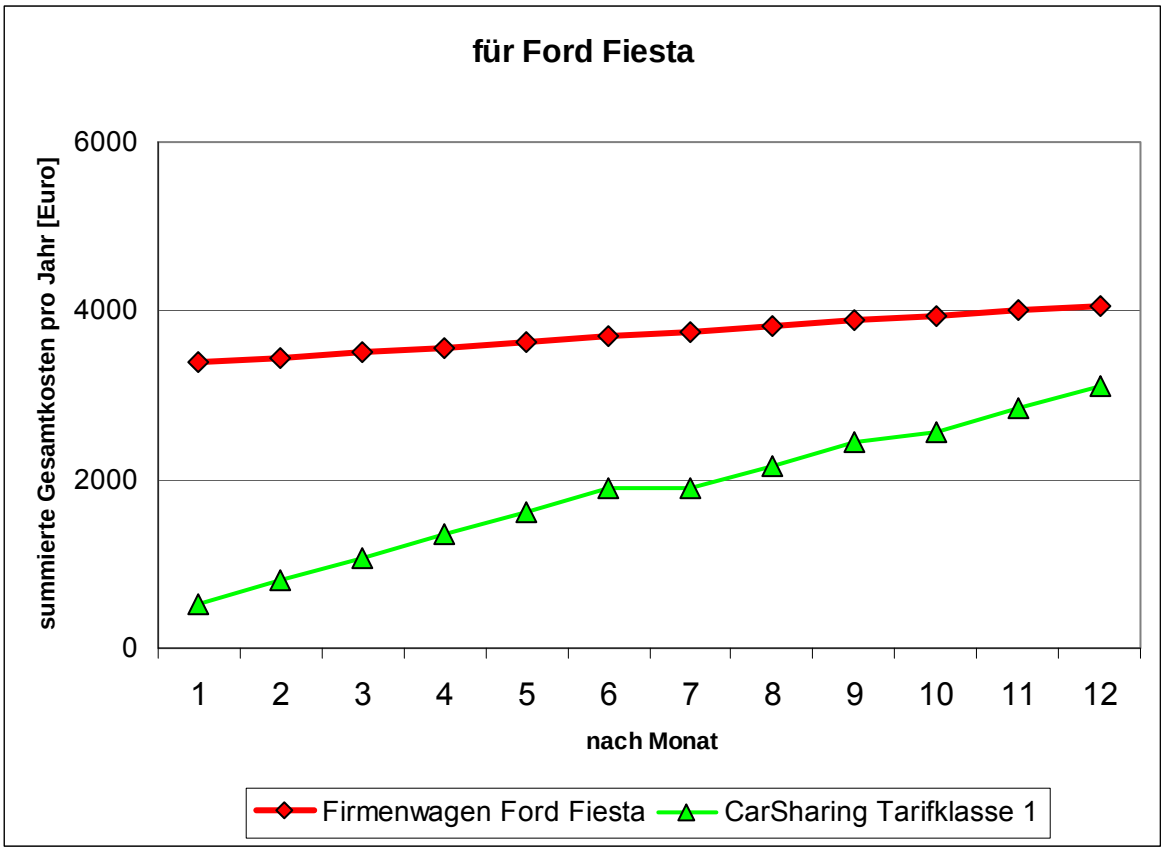
entsprechenden Fixkosten mit 384 Euro für das angenommene Tarifbeispiel zu Buche. Die Kosten im Car-Sharing entstehen (fast) ausschließlich bei der Nutzung.

Für die Berechnung der Car-Sharing-Kosten wird der „Profi-Tarif“ des Car-Sharing-Anbieters cambio in Deutschland herangezogen, der für Vielfahrer geeignet ist und eine etwas höhere monatliche Grundgebühr beinhaltet, dafür jedoch günstigere Nutzungstarife. Die monatlichen Teilnahmeentgelte werden auf fünf Mitarbeiter des gewerblichen Kunden bezogen. In 40 Wochen des Jahres werden jeweils zwei Mal pro Woche ein Car-Sharing-Fahrzeug gebucht und in 6 Stunden pro Anmietung jeweils 150 Kilometer zurückgelegt. Zusammen macht dies also ebenfalls 12.000 Jahreskilometer aus, die die fünf nutzungsberechtigten Mitarbeiter des Unternehmens mit dem Car-Sharing-Auto fahren. Beim Kostenvergleich am Ende des Jahres verzeichnet die Car-Sharing-Nutzung beim Kleinwagen (Ford Fiesta Econetic) einen Vorteil von fast 950 Euro, während der Unterschied beim Kompaktfahrzeug (Opel Astra Kombi) sogar fast 1.100 Euro ausmacht. Dieser Kostenunterschied kommt ausschließlich dadurch zustande, dass beim Car-Sharing die hohen Fixkosten der Autos von vielen Nutzern getragen und geteilt werden.

Trotz 12.000 jährlichen Fahrzeugkilometern erreichen die Car-Sharing-Kosten in unseren Beispielen die Kosten der Firmenwagen nicht. Jetzt könnte man einwenden, dass Unternehmen mit großer Wahrscheinlichkeit von ihrem Autohändler einen Nachlass beim Kauf eines Neuwagens bekommen. In unseren Modellrechnungen müsste dieser Nachlass eine Größenordnung von ca. 4.000 Euro beim Kleinwagen und ca. 4.300 Euro in der Kompaktklasse ausmachen, damit sich die Kosten der Car-Sharing-Nutzung und des eigenen Firmenwagens nach vier Jahren egalisieren.

Für Privatkunden fällt der Kostenvergleich beim selben Anbieter etwas schlechter aus, da der Firmenkundentarif günstiger ist als der Privatkundentarif. Jedoch gilt auch hier die Regel, dass eine jährliche Fahrleistung zwischen 10.000 und 12.000 Autokilometern mit dem Car-Sharing-Fahrzeug kostengünstiger ausfallen könnte, wenn man nicht täglich das Fahrzeug benötigt.

Das Kostenargument kann sehr überzeugend in der Kundenwerbung eingesetzt werden. Allerdings wird es in seiner Überzeugungskraft umso eher auf potenzielle Kunden einwirken, je mehr diese sachlichen Argumenten zugänglich sind und die emotionale Bindung an ein eigenes oder Firmen-Fahrzeug in den Hintergrund tritt. Viele Car-Sharing-Anbieter bieten auf ihren Internetseiten einen Kostenkalkulator an, der den Kunden einen vorausschauenden Vergleich mit eigenen Nutzungsmustern ermöglicht.



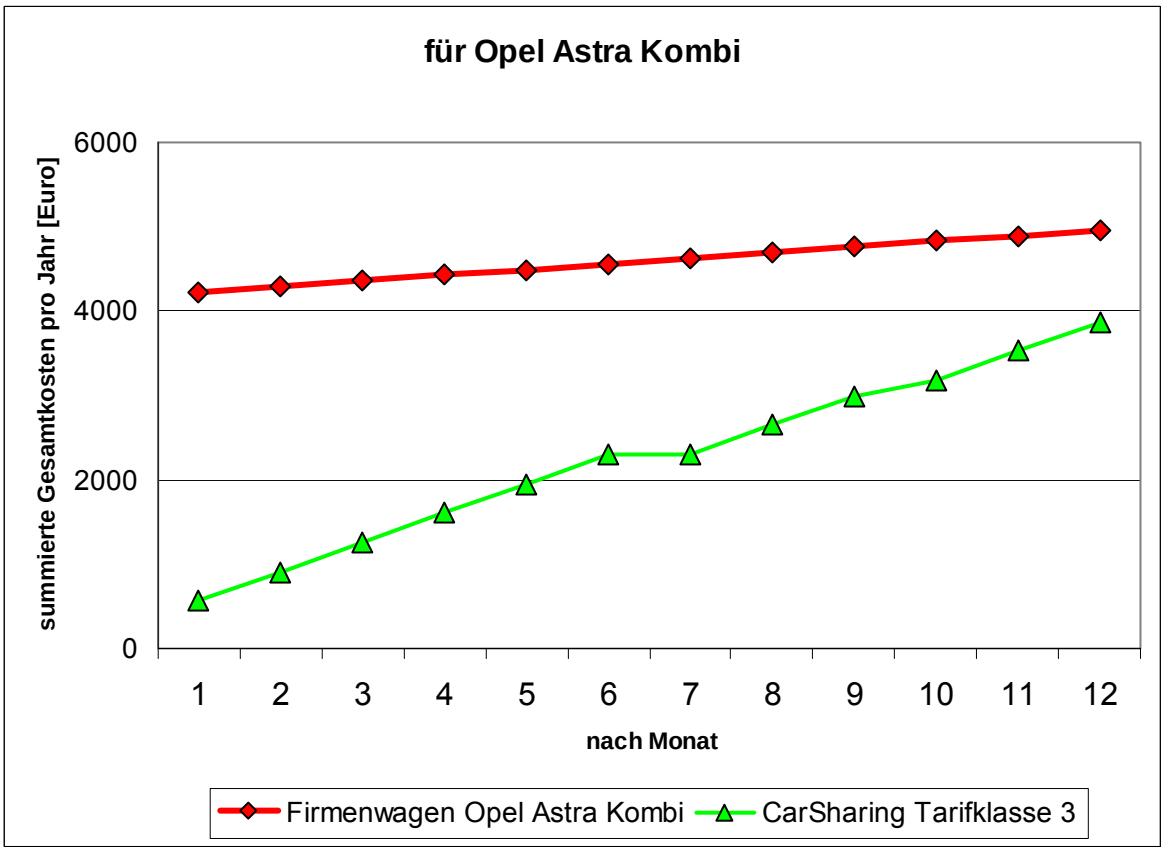


Abb. 6.2: Kostenvergleich Jahreskosten Firmenwagen versus Car-Sharing-Nutzung

6.6 Moderne Systemtechnik

Ohne den Einsatz ausgereifter Car-Sharing-Technik wäre der Erfolg moderner Car-Sharing-Systeme nicht denkbar. Sie ist der Garant der Zuverlässigkeit und Einfachheit der Dienstleistung für Nutzer und Betreiber.

Moderne Car-Sharing-Systemtechnik zeichnet sich dadurch aus, dass sie die Kunden zunehmend von lästigen Aufgaben während der Nutzung entlastet. Waren die Teilnehmer in der Anfangszeit der Dienstleistung noch mit einigen Protokoll- und Controllingaufgaben zu Beginn und Ende der Nutzung im Fahrzeug betraut, wird dieses mittlerweile bei vielen Anbietern weitgehend vom System selbst übernommen. So registrieren die Bordcomputer in den Car-Sharing-Fahrzeugen eigenständig Kilometerstände zu Beginn und am Ende einer Nutzung, ohne dass dies von den Kunden parallel mitprotokolliert werden muss, ebenso die Zeitpunkte von Beginn und Ende der Fahrten, und geben diese Daten automatisch an die Abrechnungssysteme weiter.

Kein modernes Car-Sharing-System, das neben einer personenbesetzten 24-Stunden-Telefonzentrale, die Reservierungswünsche von Kunden und sonstige Wünsche und Beschwerden entgegennimmt, nicht auch dieselben Leistungen automatisiert über ein Internetportal ermöglicht. So stehen den Kunden fast immer mindestens zwei Wege offen, wie sie ihre Reservierungen vornehmen können. Dabei sind einige Buchungsprogramme als lernende Systeme ausgelegt, die nach einigen Reservierungen die jeweiligen Vorlieben der Kunden in Bezug auf beliebteste Stationen, Fahrzeugtypen sowie Ausweichprioritäten für den Fall erfassen, dass die gewünschte Option gerade mal nicht für die nächste Fahrt verfügbar ist.

Technisch handhabbar ist es mittlerweile auch, dass unterschiedliche Buchungs- und Zugangssysteme unterschiedlicher Car-Sharing-Anbieter miteinander kommunizieren können und so die Quernutzung zwischen den Kunden der unterschiedlichen Anbieter ermöglichen. Ob diese Kommunikation zwischen den Systemen unterschiedlicher Anbieter innerhalb eines Landes oder auch im internationalen Zusammenhang tatsächlich zur Anwendung kommt, ist eher eine Frage von vorbereitenden Systemarbeiten und damit verbundenen Kosten sowie dem Willen der Anbieter zur Zusammenarbeit.

Technisch möglich und eine Aufgabe für die nächste Zukunft ist, dass die elektronischen Systeme der Car-Sharing-Anbieter und Verkehrsunternehmen untereinander kompatibel gemacht werden, so dass auf einer elektronischen Karte sowohl das Monats- oder Jahresticket des ÖPNV als auch das Zugangsmedium zum Car-Sharing-System integriert ist. Zu dieser Integration einen Schritt beizutragen ist Aufgabe des Arbeitspaketes WP3 im momo-Projekt.

7 Hemmende Faktoren der Car-Sharing-Entwicklung

Dieses Kapitel fasst Faktoren und deren Wirkungsweisen zusammen, die eine schnellere Verbreitung des Car-Sharing und ein schnelleres Kundenwachstum behindern. Hierbei werden einerseits die auf subjektiven Erfahrungen basierenden Antworten der Car-Sharing-Anbieter aus der europaweiten Befragung zusammengefasst (siehe Kapitel 3). Andererseits wird auf Erkenntnisse aus der Car-Sharing- und sonstigen Mobilitätsforschung verwiesen.

Car-Sharing hat in den fortgeschrittensten europäischen „Car-Sharing-Ländern“ Marktpotenziale vorhergesagt bekommen, die bisher nirgendwo auch nur annähernd erreicht werden. Aufsummiert würden diese Marktpotenziale einige Dutzend Millionen Car-Sharing-Nutzer in Europa ergeben. Dass die Potenziale noch nirgends auch nur annähernd erreicht wurden, hat rationale Gründe. Neben lokal geprägten individuellen Gegebenheiten vor Ort werden sie in diesem Kapitel als verallgemeinerbare Hemmnisse und Barrieren eines schnelleren Car-Sharing-Wachstums beschrieben.

Die Hemmnisse und Barrieren werden in drei Teilbereiche gegliedert. Erstens sind dies die politischen Widersprüche einer umweltorientierten Verkehrspolitik, die in den einzelnen europäischen Ländern natürlich in unterschiedlicher Weise zum Tragen kommen. Zweitens sind es die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, unter denen die Car-Sharing-Anbieter agieren. Drittens sind es die persönlichen Vorbehalte der Verkehrsteilnehmer gegenüber der Idee der gemeinsamen Autonutzung und die individuellen Wahrnehmungsbarrieren, die eine rationale Verkehrsmittelwahl erschweren.

Wir beschränken uns in diesem Bericht auf die uns am wichtigsten erscheinenden verallgemeinerbaren Hemmnisse und Barrieren einer schnelleren Car-Sharing-Ausbreitung. In einzelnen europäischen Ländern mögen noch weitere, hier nicht weiter ausgeführte Faktoren hinzukommen.

7.1 Politisch bedingte Hemmnisse

7.1.1 Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Straßenraum

Eine wesentliche Car-Sharing-Infrastruktur sind die reservierten Car-Sharing-Stationen an genau definierten Standorten, an denen die Kunden die Fahrzeuge übernehmen und nach der Nutzung wieder abstellen. Sie sollten möglichst nahe an den Wohnorten der Privatkunden bzw. den Arbeitsorten der gewerblichen Kunden gelegen sein. Aus Kundenbefragungen ist bekannt, dass eine fußläufige Entfernung der Kunden zu den Stationen bis zu 500 Metern optimal ist, nach 700 bis 800 Meter nimmt die Akzeptanz bereits deutlich ab. Für Kunden, die von weiter entfernt mit anderen Verkehrsmitteln zum Car-Sharing-Fahrzeug anreisen, ist die Erreichbarkeit der Stationen mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Fahrrad sinnvoll.

Je nach Rechtslage und Unterstützung durch die kommunale Administration kann die Verteilung der Stationen in der Stadt oder im Stadtteil ein Hemmnis oder eine Unterstützung für das Kundenwachstum im Car-Sharing darstellen:

- **Großes Hemmnis:** Es fehlt eine nationale Gesetzgebung, die den Kommunen die Ausweisung von Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Straßenraum erlaubt, dies ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz der Fall. Dadurch können die Car-Sharing-Anbieter in bestimmten dicht bebauten, innenstadtnahen Stadtteilen oft gerade dort keine neuen Car-Sharing-Stationen ausbauen, wo sie vom Kundenpotenzial her am

dringendsten benötigt werden. Manche kommunale Verwaltung resigniert angesichts der fehlenden gesetzlichen Grundlagen.

Als Begründung zur Verweigerung einer nationalen Rechtsgrundlage wird vom Gesetzgeber angeführt, dass der öffentliche Straßenraum ein knappes Gut sei, das allen Verkehrsteilnehmern zur Verfügung stehen müsse. Privilegierungen seien einzelnen Gruppen so restriktiv wie möglich einzuräumen. Auch wird zusätzlich die Befürchtung geäußert, dass die Einführung einer Ausnahmeregelung für eine bestimmte Gruppe, wie Car-Sharing-Anbieter, ein Flut von ähnlichen Wünschen anderer Gruppen nach sich ziehen würde.

- **Mittleres Hemmnis:** Die nationalen Gesetzgebungen sehen zwar nicht ausdrücklich vor, dass Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Straßenraum ausgewiesen werden können, jedoch wird dies auch nicht ausdrücklich verhindert. Die kooperationswilligen kommunalen Behörden legen dies so aus, dass sie nach eigenem Gutdünken Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Straßenraum einrichten. Dies wird so beispielsweise in Helsinki und in den italienischen Großstädten gehandhabt. Einige deutsche Städte haben in dieser Situation die bestehende Rechtslage kreativ ausgelegt und in Einzelfällen ausnahmsweise Genehmigungsmöglichkeiten identifiziert. In Cork, Irland wurde das Einrichten von Car-Sharing-Stationen im öffentlichen Straßenraum als zeitlich beschränktes Experiment genehmigt, das Erfahrungen für eine nationale unterstützende Gesetzgebung sammeln soll.
- **Geringes Hemmnis:** Die nationalen Gesetzgeber haben den kommunalen Behörden die Definitionshoheit übertragen zu bestimmen, welche Dienstleistungen und Anbieter Flächen im öffentlichen Straßenraum beanspruchen dürfen. Dies ist beispielsweise in Belgien, den Niederlanden und Großbritannien der Fall. Hier entscheiden die örtlichen Verwaltungen – in der Regel gemeinsam mit den Car-Sharing-Anbietern – wo neue Car-Sharing-Stationen angelegt werden sollten.

Eine Verpflichtung zur Ausweisung von reservierten Flächen im öffentlichen Straßenraum (an den gewünschten Orten) besteht jedoch in keinem Fall. Die zuständigen Behörden entscheiden in jedem Fall nach eigenen Kriterien entsprechend den örtlichen Gegebenheiten und politischen Maßgaben.

Die Erfahrungen in den europäischen Ländern, in denen Car-Sharing-Anbieter Stationen im öffentlichen Straßenraum eingerichtet bekommen, sind überall außerordentlich gut. Befürchtungen, wie sie von den skeptischen Gesetzgebern in den bisher ablehnenden europäischen Ländern dagegen angeführt werden, sind dort nicht nachweisbar.

7.1.2 Widersprüchliche politische Signale durch kurzfristigen politischen Aktionismus

In den meisten europäischen Ländern wird Car-Sharing von der Verkehrspolitik als umweltentlastende, klimaschonende Mobilitätsdienstleistung anerkannt. Je besser die Entlastungswirkungen durch Untersuchungen dokumentiert und kommuniziert werden, desto bereitwilliger wird Car-Sharing auch von politischer Seite unterstützt.

Jedoch schützt dieser Umstand nicht vor Rückschlägen. Dies wurde Anfang 2009 deutlich, als einige europäische Länder angesichts der hereinbrechenden Finanzkrise und paralleler Absatzeinbußen beim Neuwagenverkauf massive Unterstützungsmaßnahmen in Milliardenhöhe beschlossen haben, die mit der offiziell verkündeten mittel- oder langfristigen Verkehrs- und Umweltpolitik nicht kompatibel sind. Die in mehreren europäischen Ländern beschlosse-

nen Abwrackprämien, bei denen Neuwagenkäufer mit vierstelligen Eurobeträgen subventioniert wurden und die ohne strenge umweltpolitischen Auflagen durchgezogen wurden, sind ein Beispiel dafür.

Ganz leer ausgegangen sind in vielen Ländern die Nutzer umweltfreundlicher Verkehrsmittel. Sie haben im Rahmen dieser nationalen Autohersteller-Stützungsaktionen keine finanzielle Förderung bekommen. Auch Car-Sharing-Unternehmen konnten davon nicht profitieren. Im Gegenteil hatten sie im Frühjahr 2009 unter deutlich längeren Lieferfristen für die im Car-Sharing üblicherweise eingesetzten Kleinwagen zu leiden.

Der Zeitpunkt, an dem sich Besitzer von Altfahrzeugen mit dem Gedanken tragen, ihr nicht mehr zeitgemäßes, viele Jahre altes Fahrzeug abzuschaffen, ist ideal für prinzipielle Veränderungen im eingespielten Mobilitätsverhalten. In vielen Fällen wurde die Information über die Existenz eines Car-Sharing-Angebotes bereits lange Zeit in den Köpfen mitgetragen, doch fehlte der Anlass zum Umsetzen. Jetzt, mit der Abschaffung des Altautos, ist bei diesen Menschen der Zeitpunkt zur Anmeldung beim Car-Sharing-Anbieter gekommen. Die Abwrackprämien zur Stützung des Autoabsatzes haben den Car-Sharing-Anbietern deutlich geschadet, indem sie kontraproduktiv auf die Anwerbung der beschriebenen Kundengruppen einwirkten. Zu verlockend waren die vermeintlichen „Schnäppchen“, dass der Staat bares Geld zum Kauf eines Neuwagens angeboten hat. Auch wenn die konkrete Beweisführung schwer fällt, die im Vergleich zu den Vorjahren niedrigeren Zuwächse von Neukunden im ersten Halbjahr 2009 in Deutschland deuten darauf hin, dass die deutsche Abwrackprämie zu Lasten der Car-Sharing-Entwicklung gegangen ist.

7.1.3 Verdeckte Subventionen des Autoverkehrs

Das Tarifsystem der Car-Sharing-Angebote ist darauf ausgerichtet, dass die Kosten sehr transparent ausgewiesen werden, um keinen Anreiz für eine häufigere Autonutzung als nötig auszuüben. Demgegenüber werden die Kosten des übrigen Autoverkehrs durch versteckte Subventionen verschleiert (wovon indirekt auch wieder die Car-Sharing-Angebote betroffen sind).

Externe Kosten des Autoverkehrs

Da sind zum einen externe Kosten des Autoverkehrs zu nennen. Externe Kosten des Verkehrs sind solche Kosten, die die Verkehrsteilnehmer verursachen, aber nicht selbst tragen. Stattdessen werden sie der Allgemeinheit aufgebürdet. Hierunter fallen beispielsweise die Folgen von Klimawandel, Luftverschmutzung und Lärmbelastung, nicht ausgeglichene Eingriffe in Natur und Landschaft. Da sie nicht direkt vom Autofahrer bei der Nutzung bezahlt werden, resultiert daraus ein zu niedriges Kostenverständnis bei der Autofahrt im Vergleich zu Verkehrsträgern, die niedrigere externe Kosten verursachen. Eine Schätzung des deutschen Umweltbundesamtes bilanziert für Deutschland durchschnittliche externe Umweltkosten des Pkw-Verkehrs in der Größenordnung von 2,9 Cent pro Fahrzeugkilometer (UBA 2007). Umgelegt auf die Kraftstoffkosten würde das eine Erhöhung des Benzinpreises um etwa 37 Cent pro Liter bedeuten. Das ist eine Größenordnung, die spürbare Auswirkungen auf die Fahrleistungen des privaten Pkw-Verkehrs hätte, wie die marktbedingten Benzinpreiserhöhungen des Jahres 2008 zeigten. Höhere sichtbare Kosten des privaten Autoverkehrs würde die Kosteneffizienz des Car-Sharing besser in das Bewusstsein der Verkehrsteilnehmer rücken.

Staatliche Abgaben als Lenkungsinstrument

Nur wenig Lenkungswirkung wird in den europäischen Ländern über die staatlichen Abgaben für Neuwagen oder neuwertige Privatwagen ausgeübt. Ein Vergleich von 27 europäischen Staaten hat ergeben, dass die staatlich verordneten Gesamtabgaben für Pkw in den ersten vier Jahren jährlich zwischen 840 Euro (in Rumänien) und 4.600 Euro (in Dänemark) betragen. Als Vergleichsmaßstab wurde ein Kompaktwagen mit Benzinmotor und einer jährlichen Fahrleistung von 15.000 km herangezogen. In Ländern mit einer überdurchschnittlichen Abgabenlast spielen die Fahrzeugzulassungsabgaben eine besondere Rolle. Diese betragen in Dänemark 2.650 Euro jährlich[4], in Norwegen 1.590 Euro jährlich und in Irland 1.040 Euro (DIW 2009). Überdurchschnittliche Gesamtabgaben auf den Autobesitz werden auch in Belgien, Finnland, Malta und den Niederlanden erhoben.

Mit solchen Abgaben wird die Kaufentscheidung für einen Neuwagen spürbar beeinflusst. Fehlende oder unterdurchschnittliche Zulassungsabgaben oder staatliche Gesamtabgaben können umgekehrt als steuerliche Bevorzugung des privaten Autobesitzes gewertet werden.

Steuerliche Anreize für Firmenwagen

In den Unternehmen ist es zunehmend Mode geworden, Firmenwagen nicht nur zur Abdeckung der betrieblich veranlassten Mobilität anzuschaffen, sondern auch als außertarifliches Motivationsinstrument für Mitarbeiter ab einer bestimmten Kompetenzebene. Die Steuergesetzgebung unterstützt diese mehr oder weniger privat genutzte Firmenwagenanschaffung mit großzügigen Regelungen. Damit wird es schwerer, in den Firmen rationale Firmenwagen-Nutzungsmodelle unter Einschluss von Angeboten des gewerblichen Car-Sharing (Business Car-Sharing) einzuführen.

7.1.4 Technikgläubigkeit stärker als Bewusstseinsbildung über Mobilitätsmanagement

In der Politik ist die Hoffnung weitverbreitet, dass die moderne Fahrzeugtechnik die verkehrsbedingten Probleme der Gegenwart schon richten wird. Dies mündete in der Vergangenheit u. a. in die Bereitschaft der EU-Politik, aber auch der nationalen Gesetzgebungen, Selbstverpflichtungen der Automobilindustrie beispielsweise zur Senkung des Kraftstoffverbrauchs und des damit verbundenen CO_2-Ausstoßes bereitwillig anzunehmen. Begleitende Maßnahmen, wie beispielsweise eine Bewusstseinsbildung bei den Verkehrsteilnehmern durch Mobilitätsmanagement und Awarenesskampagnen, wurden demgegenüber nur sehr schleppend bis gar nicht durchgeführt.

7.1.5 Integration des Car-Sharing in das System des Umweltverbundes

Die Mobilitätsdienstleistung Car-Sharing ist europaweit als integrierte Dienstleistung angelegt, welche die Zusammenarbeit mit den Verkehrsträgern des sogenannten Umweltverbundes, also mit den Betreibern von Bussen und Bahnen, dem Fahrradverkehr und dem Zufußgehen, sucht. Die Tarifstrukturen des Car-Sharing sind in der Regel so zugeschnitten, dass die Car-Sharing-Nutzung im Vergleich zu einem neuwertigen Privatwagen kostenmäßig günstiger ist, sofern man nicht jeden Tag ein Auto benötigt. Dies unterstützt bei vielen Privatkunden des Car-Sharing ein Verkehrsverhalten, das die Car-Sharing-Nutzung im Alltagsverkehr mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes kombiniert.

[4] Die Kosten der Erstzulassung wurden auf die ersten vier Jahre Besitz eines Neuwagens aufgeteilt.

Hieraus folgt, dass jede Förderung der umweltfreundlichen Verkehrsmittel auch dem Car-Sharing zugute kommt. Je höheres Ansehen die umweltfreundlichen Verkehrsmittel durch die Bevölkerung und durch die lokale oder regionale Politik erfahren, umso mehr profitiert auch das Car-Sharing davon. Umso besser können der Bevölkerung auch die Vorteile der kombinierten Nutzung nahe gebracht werden.

Umgekehrt bedeutet dies, dass Hemmnisse und Barrieren bei der Gestaltung und Weiterentwicklung des Umweltverbundes auch dem Car-Sharing schaden. Dies wurde beispielsweise auch vom Bundesverband CarSharing e. V. (Deutschland) in der Kommentierung zum Grünbuch der EU-Kommission „Hin zu einer neuen Kultur der Mobilität in der Stadt“ ausgeführt. Dieses Hemmnis betrifft sowohl die politische Ebene, wenn die Alternativen zum Autoverkehr nicht genügend von der nationalen Verkehrspolitik wertgeschätzt und deshalb auch unzureichend unterstützt werden. Dies hat dann natürlich auch Auswirkungen auf die Meinungsbildung der Verkehrsteilnehmer.

7.2 Wirtschaftliche Hemmnisse

Die wirtschaftlichen Bedingungen, unter denen die Car-Sharing-Anbieter in den einzelnen europäischen Ländern operieren, sind zu unterschiedlich, als dass sie in diesem Zusammenhang aufgearbeitet werden können. Jedoch soll kurz erwähnt werden, dass im Zusammenhang mit der im Kapitel 7.1.2 angesprochenen Finanzkrise durch die Bankenspekulationen und durch die Absatzkrise der Automobilwirtschaft auch die Car-Sharing-Betreiber zu leiden haben.

Zum einen konnten die Car-Sharing-Anbieter in den Zeiten nach Aufkommen der Bankenkrise noch schwieriger Kredite bekommen als zuvor. Zum anderen fielen die Restwerte der Fahrzeuge, nachdem sie wenige Jahre in der Car-Sharing-Flotte eingesetzt wurden. Sofern es sich um Leasingfahrzeuge handelt, hat der Verfall der Restwerte für Gebrauchtwagen zur Folge, dass die Leasingraten nach einer systembedingten Verzögerung stark nach oben anzogen und damit die Finanzierung neuer Fahrzeuge spürbar teurer wurde. Sofern es sich um gekaufte Fahrzeuge handelt, konnten die Car-Sharing-Betreiber beim Verkauf der Fahrzeuge nach dem Aussteuern aus der Car-Sharing-Flotte nicht mehr die kalkulierten Erlöse erzielen. Dies wirkt sich wiederum auf die Finanzierung neuer Fahrzeuge aus.

7.3 Persönlich bedingte Hemmnisse

7.3.1 Geringer oder unzureichender Kenntnisstand über Car-Sharing

Als eines der größten Wachstumshindernisse wird der geringe oder unzutreffende Kenntnisstand über die Funktionsweise und Handhabbarkeit der Car-Sharing-Angebote angesehen. Zum Teil wird der Begriff verwechselt mit dem informellen Verleihen eines privaten Autos im engeren Freundes- und Verwandtenkreis, zum Teil kennen Befragte nicht den Unterschied zur herkömmlichen Autovermietung.

Eine vom Verfasser dieses Berichtes selbst durchgeführte Studie zum Car-Sharing in Deutschland hat im Jahr 2003 auch eine repräsentative Bevölkerungsbefragung eingeschlossen (Loose et al. 2004). Daraus konnte abgeleitet werden, dass 14 Jahre nach Start des ersten deutschen Car-Sharing-Angebotes nur etwa 15 Prozent der Befragten den Begriff Car-Sharing in einer zutreffenden Weise als organisierte Form des Autoteilens interpretieren konnten. Aber auch von diejenigen, die angaben, Car-Sharing zu kennen, wusste nur etwa die Hälfte, dass in ihrem Wohnort auch ein konkretes Car-Sharing-Angebot existiert. Es

besteht die Hoffnung, dass inzwischen der Bekanntheitsgrad des Car-Sharing durch die ständig wachsende Aufmerksamkeit in den Medien angestiegen ist.

Aber auch dort, wo im Prinzip die Kenntnis vom Bestehen eines Car-Sharing-Angebotes vorhanden ist, muss immer wieder festgestellt werden, dass diese Kenntnisse die Tatsachen nicht ausreichend wiedergeben. Insbesondere werden von Personen, die noch keine eigene Erfahrung mit der Car-Sharing-Nutzung gesammelt haben, Vorurteile besetzt, die die Autoverfügbarkeit, die Zuverlässigkeit der Buchungs- und Zugangstechnik und die Kundenorientierung des gesamten Systems betreffen. Zahlreiche Umfragen offenbaren einen großen Unterschied in der Einschätzung von kundennahen Kriterien des bestehenden Angebotes: Kunden der Car-Sharing-Angebote bewerten diese Kriterien in der Regel deutlich positiver als Nicht-Kunden, denen die Erfahrung mit den tatsächlichen Nutzungsbedingungen fehlen und die sich auf Vorurteile oder ein irgendwie erfahrenes Halbwissen stützen.

Dies bezieht sich im Übrigen auch auf die Einschätzungen von Politikern und Planern, die sich fachlich mit dem Thema Car-Sharing beschäftigen (sollten).

Selbst in der Schweiz, wo weltweit die höchste Car-Sharing-Marktdurchdringung existiert und wo der Bekanntheitsgrad des einzigen Car-Sharing-Anbieters Mobility Genossenschaft bei nahezu 100 % liegt, wissen viele Menschen nicht einzuschätzen, welcher Nutzen eine Car-Sharing-Teilnahme für sie persönlich hätte. Ein nennenswerter Anteil der Bevölkerung weiß nach Aussagen des Anbieters nicht, was Car-Sharing genau ist.

Die Vermittlung von praxisnahen Nutzungsbedingungen gehört damit zu den wichtigsten Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit der Car-Sharing-Anbieter.

7.3.2 Emotionale Verbundenheit mit dem eigenen Auto

Auch wenn die Raum- und Zeitmuster der persönlichen Mobilitätsbedürfnisse geeignet wären, die Verkehrsmittelkombination Umweltverbund (Bus + Bahn, Fahrrad, Zufußgehen) gemeinsam mit der Car-Sharing-Nutzung zu wählen, ist nur ein Teil der Bevölkerung dazu bereit. Einstellungspräferenzen, Mobilitätsorientierungen und die mit einzelnen Verkehrsmitteln verbundenen Imageassoziationen hindern sie daran, die im Car-Sharing praktizierte gemeinschaftliche Autonutzung als Mobilitätsoption zu wählen. Von diesen Personenkreisen wird das eigene Auto nicht nur als Verkehrsmittel angesehen und genutzt, sondern auch – oder sogar überwiegend – als imageträchtiges Statussymbol und als Ausdruck der Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. In den westlichen Gesellschaften wurde über Jahrzehnte, seit dem Ende des zweiten Weltkriegs, an der emotionalen Bedeutung des privaten Autobesitzes als gesellschaftlich erstrebenswertem Wohlstandssymbol gearbeitet. In den osteuropäischen Staaten wurden diese Einstellungsmuster in den letzten zwei Jahrzehnten im Zuge der nachholenden Motorisierung übernommen. Von der nationalen Politik wurde dieses Gesellschaftsbild umso mehr unterstützt, je bedeutender der Anteil der heimischen Automobilproduktion an der nationalen Ökonomie ausfällt.

Mit der Diversifizierung der modernen, urbanen Lebensstile lösen sich in bestimmten Bevölkerungsgruppen diese Nutzungsmuster allmählich auf. Mit der allmählichen Integration von postmaterialistischen Werteinstellungen in die Lebensentwürfe der urbanen Bevölkerung gewinnt das Prinzip „Nutzen statt Besitzen“ immer mehr an Bedeutung, so dass sogar die Automobilhersteller in internen Expertenkreisen darüber sprechen, diese Philosophie in ihre Überlegungen zu zukünftigen Geschäftsmodellen einzubeziehen.

Nach außen hin werden jedoch weiterhin die in der Autowerbung vertretenen Prinzipien der automobilen Freiheit kommuniziert, die laut Werbung alleine der Privatwagen gewährleisten soll, und die emotionalen Gefühle, die durch den eigenen Wagen vermittelt werden. Auch in Zeiten der Krise werden von den Automobilherstellern enorme Summen für Informations- und Imagewerbung ausgegeben.

Im ersten Quartal 2007, also bevor die Absatzkrise bekannt wurde, hat die Autoindustrie in Deutschland insgesamt 509 Mio. Euro Werbeinvestitionen getätigt. Etwa ein Drittel wurde für Fernsehwerbung ausgegeben, ein knappes weiteres Drittel für Werbeanzeigen in Tageszeitungen (Automobilwoche 2007). In diesem Zeitraum wurden in Deutschland 717.000 neue Pkw erstmals zugelassen (Kraftfahrt-Bundesamt 2007a, 2007b, 2007c). Legt man das Werbebudget der Automobilindustrie auf diese verkauften Pkw um, so enthält jedes neu zugelassene Fahrzeug einen Werbeanteil von 709 Euro. Der VW-Konzern mit einem Werbeetat von 50,6 Mio. Euro hat im ersten Quartal für jeden verkauften Pkw 379 Euro Werbeausgaben getätigt, bei Toyota mit einem Werbeetat von 59,1 Mio. Euro stecken sogar 1.729 Euro Werbeausgaben in jedem verkauften Neuwagen.

Diese Zahlen sind nur die Momentaufnahme eines Quartals. Die Autohersteller haben jedoch ihre Werbebudgets seit Jahrzehnten dazu verwendet, Imagepflege für ihre Produkte zu betreiben. So ist es nicht verwunderlich, wenn bei einem Großteil der Bevölkerung aus einem bloßen Verkehrsmittel eine weit darüber hinausgehende emotionale Verbundenheit mit dem Wunsch nach Automobilbesitz geschaffen werden konnte, mit der anscheinend kein anderes Verkehrsmittel konkurrieren kann. Dies zu durchbrechen und Car-Sharing dafür als geeignete rationale Verkehrswahl anzubieten, wird noch für viele Jahre eine herausfordernde Aufgabe sein.

7.3.3 Geringe nationale Wertschätzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes

Dieser Punkt wurde bereits bei den politischen Hemmnissen angesprochen. Wenn die alternativen Verkehrsmittel zum privaten Auto in einem Land nur geringe Wertschätzung durch die Bevölkerung erfahren, wird auch ein gutes Car-Sharing-Angebot nur wenig überzeugen können. Car-Sharing entwickelt seine Stärken dadurch, dass es sich gut in den Umweltverbund (öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad und Zufußgehen) integrieren lässt. Die Car-Sharing-Teilnahme ist nur dann ökonomisch, wenn nicht alle Wege mit dem Car-Sharing-Auto zurückgelegt werden, sondern die Verkehrsmittel im Alltag je nach ihrer jeweiligen Stärke eingesetzt werden. Voraussetzung ist jedoch, dass die verfügbaren Alternativen zur Autonutzung eine gewisse Nutzungsqualität besitzen und innerhalb der städtischen Mobilitätskultur mindestens eine gewisse Wertschätzung erfahren.

7.3.4 Unzureichende oder unzutreffende Kenntnis über die Kosten des Privatwagens

Weiter oben wurde beschrieben, wie die Politik und die Autohersteller an der Verschleierung der tatsächlichen Kosten der privaten Autonutzung beteiligt sind. Jedoch sind auch die Autobesitzer selbst daran beteiligt.

Zum einen werden im Bewusstsein der Pkw-Besitzer häufig nur die reinen Kraftstoffkosten als Nutzungskosten bewertet. In Ländern, in denen Autobahnbenutzungsgebühren auch für Pkw anfallen oder City-Maut für das Einfahren in bestimmte Stadtbereiche erhoben werden, werden sicherlich auch diese mit in die mentale Kostenbetrachtung einbezogen. Demgegenüber werden der fahrleistungsbedingte Verschleiß der Fahrzeuge, Parkgebühren, die jährliche Kraftfahrzeugsteuer, der jahreszeitlich bedingte Reifenwechsel und andere nutzungsab-

hängige Kosten aus der Gesamtkostenbetrachtung oft ausgeblendet. Dies führt bei vielen Pkw-Besitzern zu einer unzutreffenden Einschätzung der Gesamtkosten der Privatwagennutzung.

Auch im gewerblichen Flottenmanagement führt erst seit kurzem die Finanzkrise zu einer genaueren Kostenrechnung, in die alle Komponenten einbezogen werden. In den Artikeln der Fachzeitschriften taucht erst seit etwa ein bis zwei Jahren der Begriff TCO (Total Cost of Ownership) gehäuft auf, der das gestiegene Kostenbewusstsein vor dem Hintergrund gesunkener Investitionsvermögen von Unternehmen widerspiegelt.

7.3.5 Hoher Fixkostenblock verhindert multimodale Nutzungsbereitschaft

Die hohen Anschaffungskosten eines privaten Pkw bilden eine große, rational nachvollziehbare Barriere, die die Bereitschaft der Autofahrer zu einer wegespezifisch angepassten Verkehrsmittelnutzung stark vermindert. Der mit den Anschaffungskosten verbundene monatliche Wertverlust eines neuen oder neuwertigen Pkw wird als nicht beeinflussbar angesehen. Das führt dann zur Einstellung: „Der Wagen ist sowieso bezahlt, also muss er jetzt auch so oft wie möglich genutzt werden“. Eine solche Einstellung blendet die spezifischen Stärken anderer Verkehrsmittel für bestimmte Wege und zu bestimmten Zeiten aus und verhindert so eine belastungsoptimierte multimodale Verkehrsmittelnutzung. Die Kostenstruktur des Car-Sharing ist das genaue Gegenteil davon, weswegen es sich gut in das verkehrsentlastende System des Umweltverbundes einfügt.

Das Grundproblem ist also, wie können die Verkehrsteilnehmer von der fixkostendominierten Kostenstruktur des privaten Autobesitzes weggelockt werden, damit sich mehr multimodale Nutzerbereitschaft einstellt?

8 Literatur

Automobilwoche 2007	Automobilwoche 10 vom 07.05.2007: Toyota bei Werbeausgaben vorn (Zeitschriftenartikel S. 27)
bcs 2010	Bundesverband CarSharing e. V.: CarSharing für gewerbliche Kunden. Gute Beispiele der CarSharing-Nutzung in Unternehmen, Verwaltungen, Organisationen und Vereinen. Hannover 2010
BfE 2006	Bundesamt für Energie (Hrsg.): Evaluation Car-Sharing. Schlussbericht. Autoren: Ueli Haefeli, Daniel Matti (beide Interface, Luzern), Christoph Schreyer, Markus Maibach (beide INFRAS, Zürich). Bern, September 2006
Bremen 2005	Freie Hansestadt Bremen: Ergebnisse des Bremer Modellprojekts „Mobilpunkt“. Ansätze für Car-Sharing im öffentlichen Raum. Bremen, 2005
Bremen 2009a	Freie Hansestadt Bremen, Der Senator für Umwelt, Bau, Verkehr und Europa: Aktionsplan „Car-Sharing für Bremen“. Vorlage für die Sitzung der Deputation für Bau und Verkehr am 17.09.2009 und für die Sitzung der Deputation für Umwelt und Energie am 24.09.2009. Bremen, 2009a
Bremen 2009b	Freie Hansestadt Bremen, Der Senator für Umwelt, Bau, Verkehr und Europa: Aktionsplan „Car-Sharing für Bremen“. Anlage zur Vorlage (s.o.). Bremen, 2009b
cambio 2009a	cambio Journal, Ausgabe 19/2009: Der Wahrheit auf der Spur. Bremen, 2009
cambio 2009b	cambio Mobilitätsservice GmbH & Co KG: cambio-Pilotprojekt: Freiwillige Klimaabgabe mit atmosfair. Arbeitspapier zum momo Workpackage 2. Bremen, 2009
Carplus 2004	Carplus: Putting cars in the mix. Development and Impacts of Car Clubs in Rural Areas. Final Report of the Carplus National Rural Transport Partnership 2001 – 2004. Leeds, 2004
Carplus 2007	Carplus: The National Network Proposal. Kurzfassung. Leeds, 2007
Carplus 2008	Carplus: Monitoring Car Clubs. First Carplus Car Club Annual (2007) Members Survey Report. Leeds, 2008
Carplus 2009a	Carplus: Amalgated quaterly car club report. Data as end of January 2009. Leeds, 2009
Carplus 2009b	Carplus: Car club locations by size. March 2009. Leeds, 2009
Certu 2008	Centre d’Études sur les réseaux, les transports, l’urbanisme et les constructions publiques (Certu): L’autopartage en France et en Europe. État des lieux et perspectives. Lyon, Dezember 2008

City Car Club 2009	City Car Club: Analysis of a survey to City Car Club customers in Helsinki region spring 2008. Short summary by Johanna Taskinen for the momo project. Helsinki, 2009
Danske Delebiler 2009	Danske Delebiler (Dänische Auto-Teiler Organisation): Informationen von der Website www.danskedelebiler.dk (eingesehen im September 2009)
Desaulniers et al. 2007	Desaulniers, Genevieve; Dismore, Alexander; Gauthier, Kyle: Improving the environmental impact of Danish car sharing programs. An interactive qualifying project report submitted to the facultry of WORCHESTER POLYTECHNIC INSTITUTE in partial fulfillment for the degree of Bachelor of Science. Worchester, 2007
DIW 2009	Kalinowska, Dominika; Keser, Kerim; Kunert, Uwe: CO2-Besteuerung von Pkws in Europa auf dem Vormarsch. Wochenbericht Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Nr. 27-28/2009. Berlin, 2009
Dumont 2007	Dumont, Didier: Successful partnerships between public transport and CarSharing. Presentation at Workshop EU-project MoCuBa. Helsinki, 2007
EC 2010	Monitoring the CO_2 emissions from new passenger cars in the EU: data for the year 2008. Report from the Commission to the European Parliament and the Council. COM (2009)713final. Brussels, 2010
ERC 2007	Ledbury, Matthew: Quick Hits 4. Car clubs. Environmental Change Institute, University of Oxford. Oxford, 2007
Franke 2001	Franke, Sassa: Car Sharing: Vom Ökoprojekt zur Dienstleistung. Berlin: Edition Sigma, 2001
Frost & Sullivan 2010	Frost & Sullivan: Sustainable and Innovative Personal Transport Solutions ─ Strategic Analysis of Carsharing Market in Europe. M4FA-18. Präsentationsfolien. London, 2010
Harms 2003	Harms, Sylvia: Besitzen oder Teilen. Sozialwissenschaftliche Analyse des Car Sharings Zürich/Chur: Verlag Rüegger, 2003
Hunsicker, Sommer 2009	Hunsicker, Sommer (2009): Mobilitätskosten 2030: Autofahren und ÖPNV-Nutzung werden immer teurer. Internationales Verkehrswesen (61) 10/2009, S. 367 - 376
ICS 2003	Iniziativa Car Sharing: I.C.S. Project – The State of the art. Powerpoint-Präsentation. Bucarest 30.06.2003
ICS 2009	Iniziativa Car Sharing: Informationen von der Website www.icscarsharing.it (eingesehen im September 2009)
IME 2009	Italian Ministry of Environment (IME): Customer Satisfaction Analysis of the users of the Italian network Initiativa dei Comuni per il Car Sharing (I.C.S.). Executive summary. Rome, 2009 (Original: IPR Marketing: Servizio car sharing del circuito

	nazionale - Indagine di customer satisfaction presso gli utenti, privati ed aziende, e di notorieta' e di interesse presso il target potenziale. Report di ricerca. 2009)
Knie, Canzler 2005	Knie, Andreas; Canzler, Weert: Die intermodalen Dienste der Bahn: Wirkungen und Potenziale neuer Verkehrsdienstleistungen. Gemeinsamer Schlussbericht von DB Rent und WZB. Verbundprojekt Intermodi – Sicherung der Anschluss- und Zugangsmobilität durch neue Angebotsbausteine im Rahmen der „Forschungsinitiative Schiene“. Berlin, 2005
Kraftfahrt-Bundesamt 2007a	Kraftfahrt-Bundesamt, Pressemitteilung Nr. 5/2007: Fahrzeugzulassungen im Januar 2007. Flensburg, 2007a
Kraftfahrt-Bundesamt 2007b	Kraftfahrt-Bundesamt, Pressemitteilung Nr. 9/2007: Fahrzeugzulassungen im Februar 2007. Flensburg, 2007b
Kraftfahrt-Bundesamt 2007c	Kraftfahrt-Bundesamt, Pressemitteilung Nr. 13/2007: Fahrzeugzulassungen im März 2007. Flensburg, 2007c
Kraftfahrt-Bundesamt 2009	Kraftfahrt-Bundesamt: Jahresbilanz der Neuzulassungen 2008. Eingesehen am 10.12.2009 auf www.kba.de
Laine 2009	Laine, Kimmo: Car-Sharing in Helsinki region. Powerpoint-Präsentation. Public Seminar “Car-Sharing as part of sustainable transport system” 08.10.2009, Helsinki
Loose et al. 2004	Loose, Willi, Mohr, Mario; Nobis, Claudia: Bestandsaufnahme und Möglichkeiten der Weiterentwicklung von Car-Sharing. Bericht zum Forschungsprojekt FE 77.461/2001, im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen. Bergisch Gladbach, 2004
Maertins 2006	Maertins, Christian: Die intermodalen Dienste der Bahn: Mehr Mobilität und weniger Verkehr? Wirkungen und Potenziale neuer Verkehrsdienstleistungen. Discussion Paper SP III 2006-101, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Berlin, 2006
Metz 2009	Metz, Friso: Trends gedeeld Autogebruik. Memo Kennisplatform Verkeer en Vervoer (Traffic and Transport Knowledge Resource Centre). Utrecht, 2009
Mobility 2009	Mobility Genossenschaft: Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2008. Luzern, 2009
Muheim 1998	Peter Muheim & Partner: CarSharing ─ der Schlüssel zur kombinierten Mobilität. Synthese-Bericht. Im Auftrag des Bundesamtes für Energie. Luzern, 1998
MVV 2003	Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH (MVV): MVV und Car-Sharing ─ Erfolge einer Kooperation. Ergebnisse einer Widerholungsbefragung. Schriftenreihe der Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH, Band 8. München, 2003

Myers, Cairns 2009	Myers, Dani; Cairns, Sally: Carplus annual survey of car clubs 2008/09. Transport Research Laboratory, Published Project Report PPR 399. Wokingham, 2009
Nanninga, Eerdmans 2006	Nanninga, H.; Eerdmans, D. A.: Groikansen for Autodeelen. Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2006. Amsterdam, 2006
SBB 2009	Bütikofer, Martin: Mit der kombinierten Mobilität zu mehr Lebensqualität im urbanen Raum. Vortrag während des 58. UITP World Congress (Session 23: Complementary mobility services: last mile & more). Wien, 2009
Schillander 2009	Schillander, Per: Car-Sharing in Sweden. Excel-Tabelle, Stand Juni 2009. Göteborg, 2009
Synovate 2006	Harvey, Alison; Sharma, Anjul; Jones, Guy; Fitzgibbons, Andy; Godfrey, Laura (Synovate): Attitudes towards Car Clubs. London, 2006
Taxistop, cambio 2009	Taxistop, cambio: Survey on Customer Profile and Mobility Patterns of Car-Sharers in Brussels. Brussels, 2009
TfL 2008	Transport for London: Car Clubs Strategy. London, 2008
traffiQ 2005	Lichtenberg, Jana: CarSharing in Frankfurt. Ergebnisse einer schriftlichen Umfrage unter Kundinnen und Kunden von stadtmobil und book-n-drive. Präsentationsfolien. Frankfurt, 2005
traffiQ 2007	Lichtenberg, Jana; Hanel, Florian: Carsharing und ÖPNV: Nutzen für beide? Eine Analyse der Situation in Frankfurt am Main. Der Nahverkehr 11/2007, S. 37 - 41
UBA 2007	Umweltbundesamt: Externe Kosten kennen – Umwelt besser schützen. Die Methodenkonvention zur Schätzung externer Kosten am Beispiel Energie und Verkehr. Dessau, April 2007
UK ERC 2007	UK Energy Research Center: Quick Hits, 4. Car Clubs. Oxford, 2007
Üstra 2008	Neiß, André: Die Integration von ÖPNV und CarSharing. Präsentation beim Parlamentarischen Abend von Bundesverband CarSharing e.V. (bcs) und Bundesland Bremen am 05.05.2008. Berlin 2008
Van Kesteren 2010	Van Kesteren, David: How to establish Car-Sharing successfully? PowerPoint Präsentation. Öffentliches Seminar „Car-Sharing – a new mobility pattern for sustainable urban transportation“ 22.03.2010, Athen
VDV 2004	Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (Hrsg.): Mobilitätsbaustein CarSharing. Empfehlungen zur Kooperation mit dem ÖPNV. VDV Mitteilungen Nr. 10.009. Köln, 2004
Venditti 2009	Venditti, Antonio: Il ruolo del Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare nello sviluppo dei servizi di Car

	Sharing sul territorio nazionale. Vortrag beim 4. Forum Car-Sharing am 07.04.2009 in Rom
Wanner 2003	Wanner, Monika: Car-Sharing für Geschäftskunden – Status quo und Entwicklungsmöglichkeiten im Stadtgebiet Karlsruhe. Diplomarbeit am Geographischen Institut der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn. Bonn, 2003
Wuppertal-Institut 2007	Wilke, Georg; Böhler, Susanne; Bongardt, Daniel; Schäfer-Sparenberg, Carolin: Zukunft des Car-Sharing in Deutschland. Schlussbericht, gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Förderkennzeichen 19 M 2091). Wuppertal, 2007

Anhang A Erhebung zum Car-Sharing in Europa Fragebogen an europäische Car-Sharing-Anbieter

Bestandsaufnahme des europäischen CarSharing

momo
more options for energy efficient mobility through Car-Sharing
Intelligent Energy Europe

Fragebogen an europäische CarSharing-Anbieter

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

das Projekt momo Car-Sharing möchte CarSharing als integrierte umweltfreundliche Mobilitätsdienstleistung stärker in das Bewusstsein der europäischen Öffentlichkeit bringen und dessen Beitrag zur Verkehrs- und Umweltentlastung verbessern. Es wird von 13 Partnern in acht europäischen Ländern getragen und durch das EU-Programm ‚Intelligent Energy Europe' (IEE) gefördert. Eine Beschreibung des Projektes finden Sie auf der Internetseite www.momo-cs.eu .

Ein erster inhaltlicher Beitrag ist eine umfassende Bestandsaufnahme des Leistungsstandes von CarSharing in Europa. Diese soll in einem ‚State-of-the-art'-Bericht im Sommer 2009 veröffentlicht werden. Diese Arbeit wird vom Bundesverband CarSharing in Deutschland verantwortlich geleitet.

Wir möchten Sie bitten, sich 20 oder 30 Minuten Zeit zu nehmen und den anhängenden Fragebogen sorgfältig auszufüllen. Sie tragen damit dazu bei, dass die Entscheidungsträger in der europäischen Politik und in Deutschland CarSharing noch stärker als bisher als wichtigen Baustein in einem zukunftsfähigen Verkehrssystem wahrnehmen und Wert schätzen.

Selbstverständlich sichern wir Ihnen zu, dass Ihre Daten vertraulich behandelt werden. Es werden keine Daten einzeln veröffentlicht. Der ‚State-of-the-art'-Bericht wird zusammenfassende Aus- und Bewertungen der Daten aller beteiligten nationalen und europäischen CarSharing-Anbieter umfassen. Einzelne namentlich gekennzeichnete Auswertungen werden nur nach vorheriger Zustimmung veröffentlicht, z. B. in den Zusammenfassungen der Best-Practice-Beispiele.

Bitte schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen bis zum 28. Februar 2009 zurück an:

Bundesverband CarSharing e.V., Willi Loose
Mathias-Blank-Straße 38, 79115 Freiburg
Per Fax: 0761 - 21 46 171
Per E-Mail: willi.loose@carsharing.de

Falls Sie bevorzugen, den Fragebogen online elektronisch auszufüllen, ist er auf der Projekthomepage zu finden:

www.momo-cs.eu

Mit dieser Email haben wir auch einen persönlichen Zugangscode verschickt, der es ermöglicht, den Fragebogen online, auch in Etappen, auszufüllen.

Rückfragen bitte an:

Willi Loose, Tel.: 0761 - 21 46 170, E-Mail: willi.loose@carsharing.de

Wir werden allen CarSharing-Anbietern, die sich an der Umfrage beteiligen, eine Mitteilung zukommen lassen, sobald der ‚State-of-the-art'-Bericht fertiggestellt und veröffentlicht ist.

Mit freundlichen Grüßen und vielen Dank für die gute Zusammenarbeit

Willi Loose

Teil A: Daten der CarSharing-Nutzung

A.1 Wie heißt Ihre Organisation?

_____

A.2 Seit wann bieten Sie CarSharing an?

Seit dem Jahr _____

Bitte das Jahr des Beginns des öffentlichen Angebots angeben.

A.3 Wie viele Kunden/Teilnehmer nutzen das CarSharing-Angebot?

Bitte geben Sie die Anzahl der abgeschlossenen Rahmenverträge an. Bitte geben Sie diese und die folgenden Daten zum Stichtag 01.01.2009 an.

Wir haben _____ Kunden/Teilnehmer.

A.4 Sind Sie in der Lage, uns differenzierte Angaben zu privaten und gewerblichen Kunden/Teilnehmern machen?

❑ Ja

❑ Nein

A.4.1 Wenn ja, wie viele Privatkunden/Teilnehmer nutzen das CarSharing-Angebot?

Bitte geben Sie uns die Anzahl der Rahmenverträge an, die mit Privatkunden abgeschlossen wurden.

Wir haben _____ private Kunden/Teilnehmer.

A.4.2 Können Sie eine Angabe dazu machen, wie viele nutzungsberechtigte Personen dahinter stehen?

Erklärung: Ein Rahmenvertrag kann zur Nutzung der CarSharing-Fahrzeuge durch mehrere Personen - in der Familie, im Haushalt – berechtigen.

Die Gesamtzahl der Privatkunden/Teilnehmer, die berechtigt sind, unser CarSharing-Angebot zu nutzen beträgt _____ Personen.

Die Angaben der Antwort zu Frage A.4.2 sind

❑ geschätzt.

❑ unserer Betriebsstatistik entnommen.

Bitte Zutreffendes ankreuzen.

A.4.3 Wie viele Rahmenverträge wurden mit Firmen, Agenturen, Organisationen, Verwaltungen etc. (Business Car-Sharing) abgeschlossen?

Wir haben _____ Rahmenverträge mit gewerblichen Kunden/Teilnehmern.

A.4.4 Können Sie eine Angabe dazu machen, wie viele nutzungsberechtigte Personen hinter den Rahmenverträgen im Business Car-Sharing stehen?

Erklärung: In der Regel werden durch einen Rahmenvertrag mit einer Firma oder Verwaltung eine vorher festgelegte Anzahl von Mitarbeitern nutzungsberechtigt. Uns interessiert die Anzahl der tatsächlich das CarSharing nutzenden Mitarbeiter aus diesen Rahmenverträgen.

Die Gesamtzahl der Kunden/Teilnehmer, die berechtigt sind, unser CarSharing-Angebot im Business CarSharing zu nutzen beträgt _____ Personen.

Die Angaben der Antwort zu Frage A.4.4 sind

Bitte Zutreffendes ankreuzen.

❑ geschätzt.

❑ unserer Betriebsstatistik entnommen.

A.5 Wie viele Fahrzeuge werden von Ihnen im CarSharing eingesetzt?

Wir haben _____ Fahrzeuge in unserer CarSharing-Flotte.

A.6 An wie vielen Stationen insgesamt sind diese Fahrzeuge eingesetzt?

Wir bedienen _____ Stationen mit unserem CarSharing-Angebot.

A.7.1 In wie vielen Städten und Gemeinden bieten Sie CarSharing an?

_____

Bitte geben Sie die Anzahl der Städte und Gemeinden an, in denen Sie ein CarSharing-Angebot vorhalten.

A.7.2 Welche Städte und Gemeinden sind dies?

Bitte führen Sie alle Städte und Gemeinden auf, in denen Sie CarSharing-Stationen betreiben.

_____

_____

_____

A.7.3 Bitte geben Sie uns genauere Angaben über die zwei Städte/Gemeinden mit der stärksten Nachfrage Ihres Angebotes:

Stadt/Gemeinde 1:

Name der Stadt oder Gemeinde: _____

Anzahl der Kunden/Teilnehmer dort: _____

Anzahl der CarSharing-Fahrzeuge dort: _____

Stadt/Gemeinde 2:

Name der Stadt oder Gemeinde: _____

Anzahl der Kunden/Teilnehmer dort: _____

Anzahl der CarSharing-Fahrzeuge dort : _____

A.8 Können Sie Angaben dazu machen, wie die Aufteilung Ihrer Teilnehmer/Kunden auf die folgenden räumlichen Teilbereiche der Städte in Ihrem Verbreitungsgebiet ist?

Wenn möglich jeweils private und gewerbliche Kunden getrennt. Falls diese Angabe nur für eine bestimmte Stadt möglich ist, beschränken Sie sich in Ihrer Angabe auf diese Stadt und beschreiben Sie, für welche Stadt die Angabe gilt.

Private Kunden/Teilnehmer:

Innenstadt/Stadtzentrum: _____ % der Anzahl der Privatkunden

Innenstadtnahe, dicht bebaute Stadtteile: _____ % der Anzahl der Privatkunden

Stadtteile etwas weiter von der Innenstadt entfernt (in großen Städten ab ca. 4 – 5 km Entfernung zur City): _____ % der Anzahl der Privatkunden

Periphere Stadtteile: _____ % der Anzahl der Privatkunden

Gewerbliche Kunden/Teilnehmer:

Innenstadt/Stadtzentrum: _____ % der Anzahl der gewerbl. Kunden

Innenstadtnahe, dicht bebaute Stadtteile: _____ % der Anzahl der gewerbl. Kunden

Stadtteile etwas weiter von der Innenstadt entfernt (in großen Städten ab ca. 4 – 5 km Entfernung zur City): _____ % der Anzahl der gewerbl. Kunden

Periphere Stadtteile: _____ % der Anzahl der gewerbl. Kunden

Diese Angaben gelten

❑ für alle Städte in unserem Verbreitungsgebiet.

❑ nur für die Stadt _____.

Die Angaben der Antwort zu Frage A.8 sind

❑ geschätzt.

❑ unserer Betriebsstatistik entnommen.

A.9 Gibt es in Ihrer CarSharing-Flotte Fahrzeuge mit besonderer umweltfreundlicher Antriebstechnologie ?

❑ Ja

❑ Nein

Wenn ja, geben Sie bitte die Anzahl der genutzten Fahrzeuge für jede Antriebsart an.

Komprimierter Erdgasantrieb (CNG): _____ Fahrzeuge

Verflüssigter Erdgasantrieb (LNG): _____ Fahrzeuge

Hybridantrieb: _____ Fahrzeuge

Elektrofahrzeuge: _____ Fahrzeuge

Fahrzeuge, die mit Biodiesel oder Biotreibstoff gefahren werden _____ Fahrzeuge

Sonstige (bitte ausführen): _____ Fahrzeuge, und zwar_____

A.10 Haben Sie Informationen darüber, welchen spezifischen CO_2-Ausstoß Ihre CarSharing-Flotte verursacht?

❑ Ja

❑ Nein

Wenn ja, was ist der durchschnittliche spezifische CO_2-Ausstoß der gesamten Pkw-Flotte?

_____ g/km CO_2

Wenn ja, was ist der durchschnittliche spezifische CO_2-Ausstoß der gesamten Nutzfahrzeugflotte (Leichte Nutzfahrzeuge, Kleinbusse)?

_____ g/km CO_2

Die Angaben der Antwort zu Frage A.10 sind

❑ geschätzt.

❑ unserer Betriebsstatistik entnommen.

A.11 Haben Sie Angaben darüber, wie viele Neukunden (Beitritt zu Ihrer Organisation in den letzten beiden Jahren 2007 und 2008) **wegen ihrer Car-Sharing-Teilnahme ein Privatauto abgeschafft oder einen geplanten Neuwagen nicht angeschafft haben?**

❑ Ja

❑ Nein

Wenn ja, wie viele Privatkunden waren dies? _____ Kunden/Teilnehmer

Wenn ja, bei wie vielen Geschäftskunden war dies der Fall? _____ Kunden/Teilnehmer

Woher haben Sie diese Informationen? (Bitte Zutreffendes ankreuzen ✓.)

❑ Durch eine schriftliche Frage im Aufnahmeantrag.

❑ Durch persönliche Befragung beim Aufnahmegespräch.

❑ Durch sonstige persönliche Kundengespräche.

❑ Durch eine extern durchgeführte wissenschaftliche Studie oder Kundenbefragung.

❑ Sonstige Quelle (bitte ausführen): _____

In den Fragen A.12.1 bis A.12.5 werden einige interne Nutzungsdaten abgefragt. Es ist uns klar, dass diese Informationen sensibel sind. Wir möchten deshalb nochmals auf die vertrauliche Behandlung der Daten hinweisen. Trotz alledem, wer die Informationen überhaupt nicht weitergeben möchte, wird gebeten, mit der Frage A.13.1 fortzufahren.

A.12.1 Wie hoch war die durchschnittliche Jahresfahrleistung der Fahrzeuge in Ihrer Car-Sharing-Flotte im Jahr 2008?

_____ km pro Fahrzeug

❑ Diese Angabe möchte ich nicht weitergeben.

A.12.2 Wie hoch ist die durchschnittliche zeitliche Auslastung der Fahrzeuge Ihrer CarSharing-Flotte im Jahr 2008 (bezogen auf 24 Stunden pro Tag)**?**

_____ % von täglich 24 Stunden

❑ Diese Angabe möchte ich nicht weitergeben.

A.12.3 Wie hoch war die durchschnittliche Anzahl der Buchungen pro Kunde im Jahr 2008?

bei Privatkunden/Teilnehmern: _____ Buchungen pro Privatkunde

bei gewerblichen Kunden: _____ Buchungen pro gewerbl. Kunde

❑ Diese Angabe möchte ich nicht weitergeben.

A.12.4 Wie hoch war die durchschnittliche Jahresfahrleistung pro Kunde im Jahr 2008?

im Privatkundenbereich: _____ Gesamt-km in 2008 pro priv. Kunde

im Geschäftskundenbereich : _____ Gesamt-km in 2008 pro gew. Kunde

❑ Diese Angabe möchte ich nicht weitergeben.

A.12.5 Welche durchschnittliche Zeitdauer hatten die Ausleihvorgänge im Jahr 2008?

im Privatkundenbereich: _____ gebuchte Stunden in 2008 pro Buchung

im Geschäftskundenbereich: _____ gebuchte Stunden in 2008 pro Buchung

❑ Diese Angabe möchte ich nicht weitergeben.

A.13.1 Welche Zielgruppen sind für Sie heute besonders wichtig als CarSharing-Teilnehmer?

_____

_____

_____

_____

A.13.2 Welche Zielgruppen sprechen Sie in Ihrem Marketing besonders an? Mit welchen Maßnahmen (besondere Tarife, besondere Werbematerialien etc.) tun Sie das?

_____

_____

_____

_____

A.13.3 Welche Zielgruppen wollen Sie in der näheren Zukunft besonders ansprechen und für die CarSharing-Teilnahme werben? Mit welchen Maßnahmen wollen Sie das tun?

_____

_____

_____

_____

Teil B: Kooperationen

In diesem Teil des Fragebogens befragen wir Sie über Ihre Zusammenarbeit mit externen Partnern. Die Abfrage umfasst die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Typen von öffentlichen Verkehrsunternehmen und deren Aufgabenträgern bzw. Verkehrsverbünden, anderen Verkehrsanbietern und sonstigen Partnern. Dabei interessieren uns jeweils die Inhalte dieser Zusammenarbeit und deren Bedeutung für das CarSharing-Angebot.

B.1 Haben Sie eine Kooperation mit den örtlichen Verkehrsunternehmen Ihrer Stadt bzw. der Städte Ihres Verbreitungsgebietes vereinbart (vertraglich oder informell)**?**

❑ Ja

❑ Nein

Wenn ja, mit welchem(n) Bitte geben Sie den Namen des ÖPNV-Unternehmen oder der ÖPNV-Unternehmen an, mit dem Sie kooperieren.

_____

_____

_____

Auf welche Inhalte bezieht sich die Kooperation?

Bitte beschreiben Sie kurz die Themen und Inhalte der Kooperation(en).

_____

_____

_____

_____

_____

Seit welchem Jahr können die CarSharing-Kunden/Teilnehmer von der Kooperation profitieren?

Seit dem Jahr _____

Wie wichtig schätzen Sie diese Kooperation für die öffentliche Aufmerksamkeit des Car-Sharing-Angebotes ein?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie wichtig ist diese Kooperation für das Kundenwachstum im CarSharing?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Zustand dieser Kooperation im Moment?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr zufrieden und 5 = nicht zufrieden.

B.2 **Haben Sie eine Kooperation mit einem <u>regionalen Verkehrsunternehmen (Eisenbahn- und regionale Busunternehmen)</u> vereinbart** (vertraglich oder informell)**?**

❑ Ja

❑ Nein

Wenn ja, mit welchem(n)?

Bitte geben Sie den Namen des regionalen ÖPNV-Unternehmen oder der regionalen ÖPNV-Unternehmen an.

_____

_____

_____

Auf welche Inhalte bezieht sich die Kooperation?

Bitte beschreiben Sie kurz die Themen und Inhalte der Kooperation(en).

_____

_____

_____

_____

_____

Seit welchem Jahr können die CarSharing-Kunden/Teilnehmer von der Kooperation profitieren?

Seit dem Jahr _____

Wie wichtig schätzen Sie diese Kooperation für die öffentliche Aufmerksamkeit des Car-Sharing-Angebotes ein?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie wichtig ist diese Kooperation für das Kundenwachstum im CarSharing?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Zustand dieser Kooperation im Moment?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr zufrieden und 5 = nicht zufrieden.

B.3 **Haben Sie eine Kooperation mit den <u>Aufgabenträgern des öffentlichen Verkehrs bzw. den Verkehrsverbünden</u> in Ihrem Verbreitungsgebiet vereinbart** (vertraglich oder informell)?

❑ Ja

❑ Nein

Wenn ja, mit welchem(n)?

Bitte geben Sie den Namen des ÖPNV-Aufgabenträgers bzw. Verkehrsverbundes an.

_____

_____

_____

Auf welche Inhalte bezieht sich die Kooperation?

Bitte beschreiben Sie kurz die Themen und Inhalte der Kooperation(en).

_____

_____

_____

_____

_____

Seit welchem Jahr können die CarSharing-Kunden/Teilnehmer von der Kooperation profitieren?

Seit dem Jahr _____

Wie wichtig schätzen Sie diese Kooperation für die öffentliche Aufmerksamkeit des Car-Sharing-Angebotes ein?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie wichtig ist diese Kooperation für das Kundenwachstum im CarSharing?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Zustand dieser Kooperation im Moment?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr zufrieden und 5 = nicht zufrieden.

B.4 **Haben Sie eine Kooperation mit den <u>Fahrradanbietern, Fahrradverleih</u> etc. in Ihrem Verbreitungsgebiet vereinbart** (vertraglich oder informell)**?**

❑ Ja

❑ Nein

Auf welche Inhalte bezieht sich die Kooperation?

Bitte beschreiben Sie kurz die Themen und Inhalte der Kooperation(en).

_____

_____

_____

_____

_____

Seit welchem Jahr können die CarSharing-Kunden/Teilnehmer von der Kooperation profitieren?

Seit dem Jahr _____

Wie wichtig schätzen Sie diese Kooperation für die öffentliche Aufmerksamkeit des Car-Sharing-Angebotes ein?

❑	❑	❑	❑	❑
1	2	3	4	5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie wichtig ist diese Kooperation für das Kundenwachstum im CarSharing?

❑	❑	❑	❑	❑
1	2	3	4	5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

B.5 **Haben Sie eine Kooperation mit den Anbietern <u>örtlicher Taxidienste</u> in Ihrem Verbreitungsgebiet vereinbart** (vertraglich oder informell)**?**

❑ Ja

❑ Nein

Auf welche Inhalte bezieht sich die Kooperation?

Bitte beschreiben Sie kurz die Themen und Inhalte der Kooperation(en).

_____

_____

_____

_____

_____

Seit welchem Jahr können die CarSharing-Kunden/Teilnehmer von der Kooperation profitieren?

Seit dem Jahr _____

Wie wichtig schätzen Sie diese Kooperation für die öffentliche Aufmerksamkeit des Car-Sharing-Angebotes ein?

❑	❑	❑	❑	❑
1	2	3	4	5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie wichtig ist diese Kooperation für das Kundenwachstum im CarSharing?

❑	❑	❑	❑	❑
1	2	3	4	5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

B.6 **Haben Sie eine Kooperation mit <u>Autovermietunternehmen</u> in Ihrem Verbreitungsgebiet vereinbart (vertraglich oder informell)?**

❑ Ja

❑ Nein

Auf welche Inhalte bezieht sich die Kooperation?

Bitte beschreiben Sie kurz die Themen und Inhalte der Kooperation(en).

_____

_____

_____

_____

_____

Seit welchem Jahr können die CarSharing-Kunden/Teilnehmer von der Kooperation profitieren?

Seit dem Jahr _____

Wie wichtig schätzen Sie diese Kooperation für die öffentliche Aufmerksamkeit des Car-Sharing-Angebotes ein?

❑	❑	❑	❑	❑
1	2	3	4	5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie wichtig ist diese Kooperation für das Kundenwachstum im CarSharing?

❑	❑	❑	❑	❑
1	2	3	4	5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

B.7 **Mit welchen <u>weiteren Partnern</u> haben Sie derzeit eine Kooperation vereinbart** (vertraglich oder informell)**?**

Autohaus:	❑ Ja	❑ Nein
Autowerkstatt:	❑ Ja	❑ Nein
Parkhausgesellschaft:	❑ Ja	❑ Nein
Wohnungsgesellschaft:	❑ Ja	❑ Nein

Sonstige, und zwar: _____

Bitte geben Sie die folgenden Informationen für jeden Partner an, der mit “Ja” angekreuzt wurde. Wenn der Platz auf dieser Seite des Blattes nicht ausreicht, schreiben Sie bitte auf der Rückseite weiter.

Auf welche Inhalte bezieht sich die Kooperation?

_____

_____

_____

Seit welchem Jahr können die CarSharing-Kunden/Teilnehmer von der Kooperation profitieren?

Seit dem Jahr _____

Wie wichtig schätzen Sie diese Kooperation für die öffentliche Aufmerksamkeit des Car-Sharing-Angebotes ein?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Wie wichtig ist diese Kooperation für das Kundenwachstum im CarSharing?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr wichtig und 5 = nicht wichtig.

Teil C: Politische Unterstützung

C.1 Wie beurteilen Sie die derzeitigen politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen auf nationaler Ebene für ein erfolgreiches CarSharing-Angebot?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung zwischen 1 = sehr gut und 5 = mangelhaft

C.2 Welche nationalen politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen haben Ihnen bisher beim Aufbau Ihres CarSharing-Angebotes besonders geholfen?

_____

_____

_____

_____

_____

_____

C.3 Welche nationalen politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen halten Sie für (besonders) veränderungsbedürftig?

_____

_____

_____

_____

_____

_____

C.4 Welche Unterstützung bekommen Sie durch die kommunale Stadtpolitik bzw. durch die städtische Verwaltung?

Bitte stichwortartig beschreiben.

C.5 Wie beurteilen Sie diese Unterstützung durch die kommunale Stadtpolitik bzw. durch die städtische Verwaltung?

❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5

Bitte geben Sie eine Bewertung von 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft

C.6 Welche allgemeinen Rahmenbedingungen (über die politischen Rahmenbedingungen hinausgehend) sind für Sie besonders wachstumsfördernd?

Bitte stichwortartig beschreiben. Wenn der Platz auf dieser Seite nicht ausreicht, schreiben Sie bitte auf der Rückseite weiter.

C.7 Welche allgemeinen Rahmenbedingungen (über die politischen Rahmenbedingungen hinausgehend) behindern derzeit ein besseres Wachstum Ihres CarSharing-Angebotes?

Bitte stichwortartig beschreiben. Wenn der Platz auf dieser Seite nicht ausreicht, schreiben Sie bitte auf der Rückseite weiter.

Teil D: Gute Beispiele der CarSharing-Praxis

Wir werden im Projekt eine Reihe von Kurzdarstellungen veröffentlichen, die ausgewählte Best-Practice-Beispiele der CarSharing-Praxis beschreiben sollen. Dies soll anderen CarSharing-Anbietern als illustratives Vorbild für ihre Entwicklung dienen und die politische Aufmerksamkeit für CarSharing in Europa erhöhen.

D.1 Halten Sie Ihr CarSharing-Angebot oder Teilbereiche davon für besonders geeignet, um in einer Kurzdarstellung als Best-Practice-Beispiel beschrieben zu werden?

Wenn Sie diese Frage bejahen, würden wir uns noch einmal gesondert mit Ihnen in Verbindung setzen, um weitere Informationen abzufragen und Illustrationsmaterial für die Veröffentlichung zu bekommen.

- ❑ Nein, danke.
- ❑ Ja, wir schlagen unser CarSharing-Angebot als Best-Practice-Beispiel zur Veröffentlichung in einer Zusammenfassung vor, und zwar wegen folgender Aspekte :
  - ❑ Besonders erfolgreiche und beispielhafte Zusammenarbeit mit der Politik (auf welcher politischen Ebene auch immer) oder der Kommunalverwaltung.
  - ❑ Besonders erfolgreiche und beispielhafte Zusammenarbeit mit den öffentlichen Verkehrsunternehmen.
  - ❑ Besonders erfolgreiche und beispielhafte Kooperation mit sonstigen Partnern.
  - ❑ Besonders erfolgreiche und beispielhafte Zusammenarbeit im Bereich des Business CarSharing.
  - ❑ Beispielhafte Marketingkampagne zur Steigerung der öffentlichen Aufmerksamkeit für das Car-Sharing-Angebot.
  - ❑ Besondere Anstrengungen im Bereich des effizienten Energieeinsatzes und der Schadstoffminderung in der CarSharing-Flotte.
  - ❑ Sonstige Begründung, und zwar: _____

    _____

    _____

Wir danken Ihnen herzlich für die Zeit und die Mühen, die Sie sich zum Ausfüllen des Fragebogens genommen haben.

Bitte geben Sie Ihren Namen an: _____

Ihre Adresse: _____ _____

_____

Unter welcher Email-Adresse können wir Sie für direkte Rückfragen erreichen?:

_____

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen bis spätestens 28. Februar 2009 an:

Bundesverband CarSharing e.V., Willi Loose
Mathias-Blank-Straße 38, 79115 Freiburg, Germany
Per Fax: 0761 - 21 46 171
Per E-Mail: willi.loose@carsharing.de