

Mitteilung

Add-on Carsharing

Eine Studie betrachtet Mobilitätstrendsetter, die nicht mehr auf einzelne Verkehrsmittel festgelegt sind +++ Die Carsharing-Nutzer unter ihnen handeln sehr pragmatisch und nutzen das Angebot vor allem als Zusatzoption zu anderen Mobilitätsangeboten +++ Die Nutzungshäufigkeit ist dabei eher gering +++ Carsharing ist keine Revolution, sondern eher eine Ergänzung des Mobilitätsangebots +++ Carsharing-Nutzer haben bereits zuvor verschiedene Verkehrsmittel im Alltag gemixt +++ Sie sind im mittleren Alter, gut situiert und fahrrad- und ÖPNV-affin +++ Deutliche Unterschiede zwischen stationärem und flexiblem Carsharing

Bonn, Februar 2016 – „multimo“ – so lautet der Titel einer Studie, die detailliert die täglichen Verkehrsmittelentscheidungen von Nutzern beleuchtet, die nicht nur im Auto, auf dem Fahrrad oder in Bus oder Bahn sitzen, sondern in der Regel anlassbezogen entscheiden. Dazu gehört auch die Inanspruchnahme des Carsharings. Diese Carsharing-Kunden sind sehr pragmatisch. Sie haben es in ihren bisherigen Mobilitätsmix als zusätzliche Option integriert und nutzen es punktuell. Sie folgen rationalen Argumenten und entscheiden auch in anderen Mobilitätsfragen sehr sachlich. Das zeigt eine Sonderauswertung der Studie, die infas gemeinsam mit dem Innovationszentrum für Mobilität und gesellschaftlichen Wandel (InnoZ) in Kooperation mit zahlreichen deutschen Verkehrsbetrieben und -verbänden, der Porsche AG und dem Verband Deutscher Verkehrsunternehmen durchgeführt hat. Befragt wurden Bundesbürger, die bereits im Alltag verschiedene Verkehrsmittel im Mix nutzen oder Mitglied bei Carsharing-Organisationen sind – also die Early Adopters in Sachen Multimodalität. Insgesamt wurden in dieser Zielgruppe im Sommer 2015 726 Interviews mit Studienteilnehmern durchgeführt, die bereits eine Carsharing-Kundenkarte ihr Eigen nennen.

In der Studie begründen multimodal mobile Menschen, die aktuell Carsharing-Angebote in Anspruch nehmen, das mit bekannten und sehr pragmatischen Argumenten: mehr Flexibilität im Alltag (62 Prozent der Nennungen), kein Stress mit Wartung oder TÜV (54 Prozent), Kosteneinsparungen (51 Prozent), das Angebot in der Nähe des Zuhauses (49 Prozent) oder Umweltaspekte (43 Prozent). Rund 39 Prozent finden es zudem attraktiv, zwischen verschiedenen Automodellen wählen zu können.

Die Kurzleihe eines Autos wird von der befragten Zielgruppe mehrheitlich für den Transport sperriger Gegenstände (48 Prozent), in der Freizeit (40 Prozent) oder zum Einkaufen (36 Prozent) genutzt. Im beruflichen Kontext hat sie sich noch nicht durchgesetzt (12 Prozent).

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

Friedrich-Wilhelm-Straße 18
D-53113 Bonn
Tel. +49 (0)228/38 22-0
Fax +49 (0)228/31 00 71
info@infas.de
www.infas.de

Die multimo-Carsharing-Nutzer sind auch dem ÖPNV gegenüber sehr aufgeschlossen. 98 Prozent geben an, das Bus- und Bahnangebot ihrer Region gut zu kennen. Rund zwei Drittel nutzen eine Zeitkarte im ÖPNV – in der Gesamtbevölkerung liegt der Anteil bei lediglich einem Drittel. Bezogen auf alle Carsharer wird dieser Anteil zu hoch geschätzt sein – schließlich gibt es auch unter den Autoteilern auch Kunden, die kaum oder gar nicht mit Bus oder Bahn fahren und so nicht zur Zielgruppe der Studie gehören. Doch andere infas-Studien zeigen, dass diese ÖPNV-Abstinenz unter dem Querschnitt der Carsharer kaum zu finden ist. Sie sind zudem sehr fahrradaffin. In der multimo-Studie kennen 68 Prozent die Radwege in ihrer Gegend. Kurz: Sie haben bereits vor dem Carsharing einen breiten Mix an Verkehrsmitteln genutzt und ihre Auswahl mit der „Autoleihe“ ergänzt. Diese schafft zusätzliche Sicherheit, im mobilen Alltag nicht zu stranden, schließt Lücken im ÖPNV oder unterstützt in außergewöhnlichen Situationen, etwa, wenn Sperriges transportiert werden muss.

Carsharing ist nur vermeintlich ein Hipster-Thema. Die befragte Zielgruppe ist mit einem Durchschnittsalter von 42 Jahren deutlich älter als die jungen Erwachsenen. Es gibt unter ihnen mehr Männer (69 Prozent) und deutlich mehr gut Situierte als in der Gesamtbevölkerung. Viele Kunden stammen aus einem liberal-intellektuellen Milieu. Zwei Drittel verzichten auf ein eigenes Auto, ein Drittel jedoch nicht, so dass das Carsharing-Angebot zu einer Art flexiblem Zweit- oder Drittwagen wird. Auch dies gilt nicht nur für die multimo-Carsharer, sondern ist – so infas-Ergebnisse in ausgewählten Großstädten – ein Kennzeichen vieler Carsharer, vor allem unter den flexiblen, nicht stationsgebundenen Angeboten wie DriveNow oder car2go.

Ein Drittel der in der multimo-Studie befragten Carsharer nutzt ein solches flexibles Angebot. Ein weiteres Drittel ist Mitglied bei einem stationsgebundenen Angebot wie Flinkster oder Stadtauto. Das fehlende Drittel hat Verträge für beide Varianten, nutzt also situationsbedingt mehrere Varianten. Auch dies ist ein oft unterschätztes Kennzeichen heutiger Carsharer: die Multioptionalität lässt sich mit mehreren Carsharing-Mitgliedschaften weiter optimieren. Dabei werden nach den multimo-Ergebnissen die verschiedenen Angebote unterschiedlich genutzt. Mit stationären Angeboten werden deutlich längere Wege zurückgelegt als mit Freefloatern. Das mag mit den unterschiedlichen Marketingbotschaften, Einstiegsbedingungen und Tarifsystemen zusammenhängen. Zudem wird stationäres Carsharing deutlich häufiger für den Transport oder zum Einkaufen in Anspruch genommen, flexibel nutzbare Wagen hingegen vermehrt auch auf dem Arbeitsweg

Auch die befragten Interessenten, die Carsharing noch nicht nutzen, aber darüber nachdenken, argumentieren in erster Linie pragmatisch: Bringt die Mitgliedschaft wirklich Vorteile (25 Prozent)? Die Preise sind mir zu hoch (23 Prozent). Es gibt keinen Anbieter in meiner Nähe (20 Prozent). Ich bin mir nicht sicher, ob immer ein Fahrzeug verfügbar ist, wenn ich es brauche (17 Prozent). So und ähnlich lassen sich ihre Fragen zusammenfassen.

Carsharing ist für die multimo-Befragten und sicher auch für die Mehrheit der übrigen Carsharer aktuell eher eine Ergänzung denn eine Revolution gegenwärtiger Mobilität. Insofern ersetzt es auch keineswegs den ÖPNV. Denn ein wichtiges Kennzeichen fast aller Carsharer ist, dass das Kurzeitauto im seltensten Fall

täglich oder auch nur wöchentlich genutzt wird. Oft ist die Inanspruchnahme sehr sporadisch. Gleichzeitig hilft sie bei dem Verzicht auf das eigene Auto oder der Reduktion des eigenen Haushaltsfuhrparks. Nicht im Carsharing-Auto zu sitzen ist aber nicht gleichbedeutend mit geringer Mobilität. Ganz im Gegenteil. In vielen Situationen, in denen das Kurzzeitauto nicht adäquat erscheint, sind die klassischen öffentlichen Verkehrsmittel bei den Carsharern die genutzte Alternative. Wenn der Kunde in dieser Form Carsharing als zusätzliche Option sieht, sind die traditionellen Mobilitätsdienstleister gefordert, ihre Angebote entsprechend anzupassen. Etwa durch übergreifende Informations- und Tarifangebote, die die Kombination von Carsharing, Bus, Bahn oder Leihrad unter einem Dach zusammenführen und so einfacher machen.

Damit sind besonders ÖPNV-Dienstleister gefordert. Mit ihrem fahrplangebundenen Angebot erzeugen sie heute den größten Informationsbedarf. Für kein anderes Verkehrsmittel wird häufiger unterwegs zu Informationszwecken das Smartphone gezückt. Insofern haben sie gegenwärtig die Informationshoheit. Carsharing-Optionen würden über ihre Plattformen am besten kommuniziert. Auch die Tarifmodelle des ÖPNV bedürfen einer kritischen Prüfung: Zeitkarten etwa, die eine exklusive Bindung an den ÖPNV erzeugen sollen, passen nicht zu dem Wunsch der Kunden, sich einfach und ohne zu viele unterschiedliche Tarifmodelle im Kopf multimodal fortzubewegen.

Carsharing-Anbieter selbst sind ebenfalls gut beraten, ihr Tarif- und Informationsangebot zu überdenken, um aus der Position des Lückenfüllers herauszukommen. So bauen beispielsweise die bei den Freefloatern üblichen Minutentariife einen Zeitdruck auf, der zur bisherigen Add-on-Nutzung beiträgt. Aus Sicht der Anbieter wäre es jedoch wünschenswert, wenn ihre Wagen nicht nur Ergänzung, sondern wichtiger Baustein der Mobilität wären. Es bleibt also für alle Anbieter der neuen Mobilität noch etwas zu tun, wenn diese mehr und mehr tatsächliche Praxis werden soll.

Über die Studie:

Die Ergebnisse sind im Rahmen der multimo-Studie (www.multimo.mobi) ermittelt worden. Diese haben infas und das Innovationszentrum für Mobilität und gesellschaftlichen Wandel (InnoZ) in Kooperation mit Verkehrsunternehmen und -verbänden (BVG, VBB, VBN, DVB, GVH, KVB, VRS, LVB, SSB, MVV, HVV, RMV, VRR), der Porsche AG sowie dem Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) im Sommer 2015 durchgeführt. Neben kurzen Online-Befragungen wurden Nutzer auch dazu eingeladen, ihr eigenes Mobilitätsverhalten über 14 Tage zu beobachten. Insgesamt haben über 1.100 Teilnehmer an mindestens 10 Tagen ihre Wege per Smartphone-App oder Online-Tagebuch aufgezeichnet. Im Rahmen einer Zusatzerhebung zum Carsharing wurden 726 Personen befragt. Auswahlkriterium war in diesem Fall nicht eine Bevölkerungsrepräsentativität, sondern Erfahrungen mit Multimodalität bzw. Carsharing.

Über infas:

infas ist ein privates und unabhängiges Sozial- und Marktforschungsinstitut, das für Unternehmen aller Branchen, für die Wissenschaft, die Verwaltung auf Bundes- und Länderebene sowie die Politik forscht und diese berät. infas ist, insbesondere im Bereich Verkehrsforschung, eines der renommiertesten und größten kommerziellen Forschungsinstitute in Deutschland.

Ansprechpartner bei infas

Joachim Scholz
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel. 0228/3822-448
Fax 0228/310071
E-Mail: j.scholz@infas.de