

Zusammenfassung

Teilen statt besitzen – so lautet die Devise des Konzepts von Carsharing-Unternehmen. Eine Branche die in den vergangenen Jahren zunehmend an Bedeutung in Städten Deutschlands und Europas gewonnen hat.

Die Technische Universität Berlin setzt sich im Fachgebiet Verkehrswesen mit aktuellen Themen des Verkehrssektors auseinander und bietet seinen Studenten die Möglichkeit sich innerhalb von Projekten und Ausarbeitungen mit der Thematik zu befassen. Im Sommersemester 2013 wurde das Gruppenprojekt „Multimodalität in Europa – Eine Vergleichsstudie von Carsharing und Bikesharing“ angeboten.

Zielstellung des Projektes ist die Identifikation der Nutzenden von Carsharing-Systemen. Es gilt weiterhin die Gründe für die Nutzung einzelner Verkehrssysteme herauszufinden und untereinander zu vergleichen. Außerdem ist auch die Existenz entsprechender Subsysteme im Ausland zu untersuchen, um resultierende Handlungsempfehlungen aussprechen zu können.

Um diese Fragen beantworten zu können wurden eigenständig erarbeitete Hypothesen aufgestellt. Darin heißt es, dass Carsharing tendenziell von jungen Leuten genutzt wird, die sich in der Altersgruppe von 18-39 Jahren bewegen. Ihre Gründe sind dabei vor allem die flexible Fortbewegung in der Stadt. Dies wiederum lässt darauf schließen, dass die Zielgruppe tendenziell ihren Wohnsitz in der Innenstadt hat. Typisch für diese Bereiche ist eine gute Infrastruktur des öffentlichen Personennahverkehrs, weshalb angenommen wird, dass Carsharing auch in enger Verknüpfung mit dem ÖPNV betrieben wird.

Damit die Arbeitsaufträge zielbringend angegangen werden können, bedarf es zunächst einmal einer State-Of-The-Art-Analyse. In dieser wird der aktuelle Stand des Carsharing-Systems in Deutschland und Europa untersucht. Das Ergebnis zeigt eine weite Verbreitung vor allem in den westlichen Ländern Europas. Dabei haben die Nutzerzahlen in den letzten fünf Jahren stark zugenommen und das Carsharing erfreut sich immer größerem Interesse. Der Analyse nach sind dabei vor allem die stationsungebundenen Systeme am meisten gefragt. Auch für Deutschland lässt sich eine solche Aussage aus den Unternehmensstatistiken herauslesen.

In Anbetracht der Fragestellung und um zu verifizieren ob die gesammelten Informationen sich mit der aktuellen Situation decken, wurde eine Online-Umfrage gestartet, die Informationen über demographische Daten und Hintergründe zum

Verhalten der Carsharing-Nutzer im Bezug auf Multimodalität aufzeigen soll. Durch die Verteilung über soziale Netzwerke wird ein breites Publikum angesprochen deren Angaben ein schnelles und aussagekräftiges Bild des allgemeinen Carsharing-Nutzers bringen soll. Innerhalb des Befragungszeitraums nahmen 69 Interessenten teil, die sich in einer durchschnittlichen Altersspanne von 20-30 Jahren bewegten. Die Auswertung ihrer Angaben konnte innerhalb der Stichprobe die Hypothesen bestätigen, dass tendenziell junge Leute Carsharing betreiben und dabei flexibel sein wollen. Entkräftet wurde hingegen der Gedanke der Multimodalität. Kaum einer der Teilnehmer gab an das Carsharing-Fahrzeug in Verbindung mit anderen Verkehrsmitteln zu nutzen. Hinsichtlich der Wohnnähe zur Innenstadt konnte keine Aussage getroffen werden, da dieser Punkt nicht in der Online-Umfrage abgehandelt wurde.

Weiterhin wurden zur Analyse der Fragestellungen teilstrukturierte Interviews mit 34 Carsharing-Nutzern, 27 -Nichtnutzern und drei -Unternehmen mit Hilfe eines Leitfadens durchgeführt. Innerhalb dessen bestätigte sich bei den befragten Nutzern mit einem Durchschnittsalter von rund 27 Jahren die Hypothese der tendenziell eher jüngeren Kundschaft. Die Unternehmen geben an ihre Zielgruppen nicht auf ein bestimmtes Alter zu beschränken, die Analyse der Kundenzahlen ergab jedoch eine durchschnittliche Altersspanne der Fahrer zwischen 23 und 35 Jahren. Die Hypothese konnte also auch auf dieser Seite bekräftigt werden.

Neben Nutzern und Unternehmen sind sich auch die Nichtnutzer darüber einig, dass Flexibilität das große Plus des Systems ist und als Hauptgrund für die (mögliche) Nutzung genannt wird. Aus den Nutzerinterviews geht hervor, dass die meisten Befragten in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt wohnen, was zumeist auch dem Geschäftsgebiet der Carsharing-Betreiber entspricht. Von der Seite der Unternehmen lässt sich eine solche Untersuchung schon allein aus rechtlichen Gründen des Datenschutzes nicht nachvollziehen, weshalb hier auch keine Auswertung erfolgen konnte. Im Rahmen der gesammelten Antworten trifft die Hypothese des zentrumnahen Wohnens von Carsharern wohl weitestgehend zu.

Das Ziel von Carsharing-Unternehmen ist es den Individualverkehr mit dem öffentlichen Personenverkehr stärker zu verknüpfen. Einige sehen zukünftig sogar das Carsharing neben dem Nahverkehr als einziges Fortbewegungsmittel in globalen Ballungsgebieten. Ihre Bestrebung ist es also eine starke Kooperationen mit sowohl regionalen als auch überregionalen Verkehrsverbänden aufzubauen und auch die

Verknüpfung mit dem Bikesharing weiter zu festigen. Die Auswertung der Nutzerinterviews hat allerdings ergeben, dass kaum jemand eine typische Wegeketten für die Fortbewegung benutzt. Viele der Befragten gaben an, im Idealfall nur ein Verkehrsmittel benutzen zu wollen und nur wenige Ausnahmen greifen tatsächlich auf die Verbindung von Carsharing-Mobilen mit Regional- oder Fernverkehr zurück. Die Hypothese dass Carsharing in Verbindung mit anderen Verkehrssystemen betrieben wird konnte daher nicht belegt werden.

Aus Online-Umfrage und Interviews ließen sich aber auch weitere Ergebnisse des Carsharings entnehmen. So wird deutlich, dass vor allem Männer einen Großteil der Carsharing-Nutzer ausmachen und diese dabei nicht selten über Registrierungen bei mehreren Anbietern verfügen. Anders als in der State-Of-The-Art-Analyse recherchiert wurde, werden in Deutschland ungebundene Carsharing-Systeme häufiger genutzt als die Gebundenen. Dies spiegelt sich vor allem in den Kundenzahlen von DriveNow und car2go wieder, gefolgt von CITROËN Multicity und Flinkster. Aus den Befragungen ging außerdem hervor, dass eine durchschnittliche Fahrt zwischen zehn und zwanzig Minuten dauert und dabei vorwiegend im Zusammenhang mit Freizeitaktivitäten genutzt wird.

Die Beweggründe von befragten Nichtnutzern kein Carsharing zu betreiben spiegeln sich auch in den Handlungsempfehlungen der Nutzer wider. Dabei wird laut, dass die Geschäftsgebiete für ausreichende Attraktivität derzeit noch zu klein sind und die Anzahl der zur Verfügung stehenden Fahrzeuge zu gering ist. Punkte die nach eigenen Aussagen der Unternehmen stets Verbesserungen bedürfen und um deren Umsetzung man eifrig bemüht ist.

Alle diese Ergebnisse sind im Rahmen der verhältnismäßig kleinen Zahl an Befragten keineswegs maßgebend und dürfen nicht ohne Weiteres als allgemeingültig angesehen werden. Es kann lediglich eine Tendenz zum Nutzungsverhalten für das System Carsharing im Raum Berlin aufgezeigt werden.

Abstract

Sharing instead of owning – that is the device of the concept of carsharing companies. An industry, that gained increasingly importance in the past years in the cities of Germany and Europe. The department of Transportation of the TU Berlin deals with current issues in the transport sector and offers its students the opportunity to engage in projects related to this topic. In the summer semester 2013 the group project "Multimodality in Europe – a comparative study of carsharing and bikesharing" was offered.

Goal of this project is to identify the users of carsharing systems. It is further applied to find out the reasons for the use of individual transport systems and to compare them. Moreover, the existence of relevant subsystems abroad is to investigate to express recommendations for action.

To answer these questions, hypotheses have been developed independently. It states, that young people in the age group between 18 and 39 years tend to use carsharing. The reason is mainly the flexible movement in the city. This in turn suggests that the target group trends to be domiciled in the city center. Typical of these areas is a good infrastructure of public transportation, which is why it is believed that carsharing operates in close connection with public transport.

First of all a state-of-the-art analysis is necessary, so that work orders can be tackled effectively. In this analysis, the current state of carsharing systems in Germany and Europe is investigated. The results show a wide distribution of these systems, especially in the western countries of Europe. The number of users has increased dramatically over the last five years and carsharing is becoming more and more popular. Referring to the analysis especially the station unbound systems are in great demand. For Germany such a statement can be read out of the business statistics, too.

In view of the problem and to verify whether the information collected are consistent with the current situation, an online survey was launched to provide information on demographic data and background information on the behavior of the carsharing users in terms of multimodality. By distributing through social networks it is addressed to a wide audience whose information should bring a quick and accurate picture of the general carsharing user. Within the survey period 69 prospects, who were between an average age range of 20 to 30 years, participated. The analysis of their

data confirmed the hypotheses within the sample that young people tend to operate carsharing and want to be flexible at the same time. Weakened, however, was the idea of multimodality. Hardly any of the participants admitted to use the carsharing vehicle in combination with other modes of transportation. Regarding the residential proximity to the inner city no statement could be made, since this issue was not dealt with in the online survey.

Furthermore, semi-structured interviews with 34 carsharing users, 27 non-users and three companies were performed with the help of a guideline for the analysis of the issues. Within the analysis an average age of around 27 years was confirmed by the interviewed users. So the hypothesis, that the clientele tends to be younger, is confirmed too. The companies don't declare their audiences to a specific age restrict, however, the analysis of customer numbers showed that the average age range of drivers is 23 to 35 years. Thus, the hypothesis could be confirmed in this point.

Besides users and companies the non-users also agreed that flexibility is the big plus of the system and it is mentioned as the main reason for the (possible) use. The user interviews indicate that most respondents live in close proximity to the city center, which usually corresponds to the division of carsharing operators. From the side of the companies, such an investigation couldn't be performed, if only for legal reasons of data protection, so no evaluation could be done here. As part of the collected answers the hypothesis of users living close to the center probably applies to a large extent.

The goal of carsharing companies is to link the individual transport more with the public transport. For the future some see carsharing next to the local traffic as the only means of transportation in global metropolitan areas. Therefore it is their attempt to build a strong collaboration with both regional and supra-regional transport associations and to consolidate the connection to bikesharing even more. The evaluation of user interviews, however, has shown that hardly anyone uses a typical chain of tracks for locomotion. Many respondents stated that they want to use ideally only one means of transportation. Just a few exceptions use carsharing vehicles in connection with regional or long-distance transport. Therefore the hypothesis that carsharing is operated in combination with other traffic subsystems could not be proven.

More results of the topic carsharing could be learned from the online survey and interviews. Thus it is clear that especially men make up a large part of the carsharing

users and they normally have registrations with several providers. Unlike it was researched in the state-of-the-art analysis, in Germany unbound carsharing systems are used more frequently than the bound ones. This is reflected most notably in the customer numbers of DriveNow and car2go, followed by CITROËN Multicity and Flinkster. The interviews also revealed that an average trip lasts between ten and twenty minutes, and it is mainly used in connection with leisure time activities.

The motives of non-user why they don't use carsharing are also reflected in the recommendations of the carsharing users. It is mentioned, that currently the business areas are too small for sufficient attractiveness and the number of available vehicles is too low. In these points, according to statements of the companies, they are always eager to improve and implement.

All these results are relevant in the context that there was a relatively small number of respondents that is why they are not authoritative. They may not be readily viewed as universally valid. It can only be pointed out a tendency to the user's behavior for carsharing systems in the Berlin area.