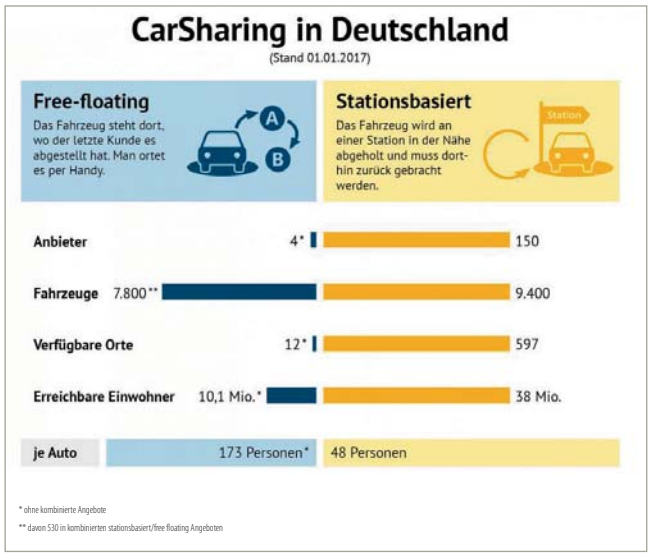

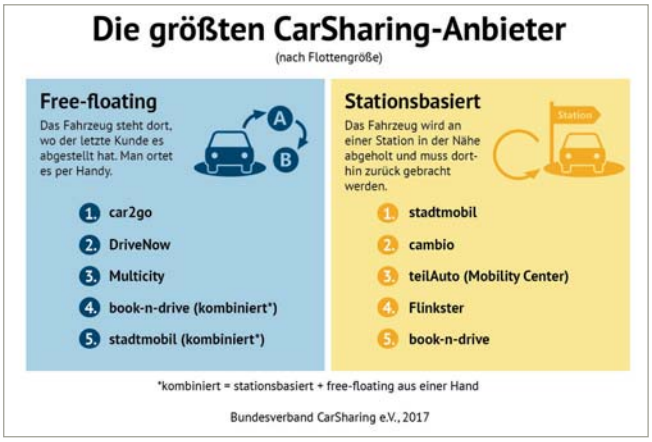

Die Hersteller-Angebote ohne Händlereinbindung sind beim Carsharing ganz weit vorne – genau wie die klassischen Stattautos mit den Ursprüngen in der Umweltbewegung. Die oft als Verein organisierten Auto-Teiler bringen mehr Fahrzeuge auf die Straße als die herstellergetriebenen Angebote. Bei den Nutzern kehrt sich das Verhältnis allerdings um.

EINBINDUNG VON HÄNDLERN IN MOBILITÄTSLÖSUNGEN

Ein weites Feld zum Üben

Jeder Hersteller, der heute etwas auf sich hält, will „Mobilitätsanbieter" sein. Auch einige Händler machen schon mit und bringen sich damit in Position für zukünftige Herausforderungen.

Fahrzeuge teilen gilt als einer der Zukunftstrends. Alle Welt redet von „Mobilitätslösungen" und fast jeder Hersteller bietet entweder schon eine an oder arbeitet daran. Meistens tragen sie klangvolle englische Namen. Und verdient werden soll bald auch etwas damit. Bis 2025 will zum Beispiel Volkswagen einen „substanziellen" Teil des Umsatzes mit dem neuen Geschäftsbereich MOIA erzielen und natürlich eine führende Position als Mobilitätsdienstleister einnehmen.

Nun, bis dahin ist es noch ein weiter Weg, gerade für den deutschen Marktführer. Im letzten Jahr hat Volkswagen nämlich seinen unter dem Namen Quicar gestarteten Carsharing-Versuch in Hannover an die niederländische Volkswagen-Tochter „Greenwheels" abgegeben. Volkswagen-Händler, die ein Carsharing-Angebot machen wollen, sind bei Greenwheels zwar willkommen. Der damalige Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Leasing GmbH, Gerhard Künne, warnte aber eher davor: Die für Auskömmlichkeit nötige Auslastung von 15 Prozent sei schwer zu erreichen. Zukünftig wird der Manager dem Geschäftsbereich „Mobility Unit" von Volkswagen Financial Services vorstehen. Neue Angebote sind dann wohl zu erwarten. Von einer Einbindung der Händler war bisher aber noch nichts zu hören.

Die meisten Angebote ohne Einbindung der Händler

Und damit befinden sich die Wolfsburger in guter Gesellschaft: Die Hersteller-Angebote ohne Händlereinbindung sind beim Carsharing ganz weit vorne – genau wie die klassischen Stattautos mit den Ursprüngen in der Umweltbewegung (*vgl. Statistik des Bundesverbandes Carsharing (bcs)*). Die oft als Verein organisierten Auto-Teiler bringen mehr Fahrzeuge auf die Straße als die Hersteller. Bei den Nutzern kehrt sich das Verhältnis allerdings um.

Neidisch müssen die Händler trotzdem nicht sein: Insgesamt 1.715.000 Kunden waren am 1.1.2017 bei deutschen Carsharing-Anbietern gemeldet. Wenn man bedenkt, dass es 40,3 Millionen private und 4,6 Millionen gewerbliche Fahrzeughalter gibt, ist diese Zahl immer noch sehr gering. Auch wenn sie ein Wachstum von 36,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr darstellt. So genannte Free-Floating-Angebote – also solche, bei denen das Fahrzeug dort steht, wo der letzte Kunde es abgestellt hat und mit dem Handy geortet werden muss – gibt es aktuell in zwölf Städten. Stationsbasierte – das Fahrzeug wird an einer Station abgeholt und muss dorthin zurückgebracht werden – in 597 Städten und Gemeinden.

Mit dem Geldverdienen ist das auch so eine Sache. DriveNow, das Carsharing-Angebot von BMW zusammen mit Sixt, behauptet zwar, seit 2014 in den schwarzen Zahlen zu sein. Wie viel genau verdient wird, will man aber doch lieber nicht sagen. Bei den anderen ist gar nicht die Rede davon. Wenngleich sich bei Car2go Daimler mit Europcar auch einen im Mietgeschäft bewanderten Partner an die Seite geholt hat.

Die Rolle der Autohäuser beim Carsharing ist bisher noch überschaubar: Einige sind Lieferanten von lokalen Carsharing-Anbietern und kümmern sich auch um Wartung, Service und Reinigung der gelieferten Fahrzeuge. Neben den verkauften Werkstattstunden sind gelegentlich gut nachgefragte Gebrauchtwagen der Lohn für das Engagement. Einige sind aber

Fotos: Daimler, BMW, Stadtmobil, Audi, Ford; Grafiken: Bundesverband CarSharing

schon aktiv – und verspüren eine steigende Nachfrage.

Steigende Nachfrage

Wohnungsbauunternehmen wollen Wohnungen trotz wenig Parkplätzen attraktiv machen. Gewerbeunternehmen wollen einen kurzfristigen Bedarf decken, Kosten sparen und trotzdem ein zusätzliches Angebot für die Mitarbeiter haben. Geschäftsreisende suchen Anschlussmobilität an Bahn oder Flugzeug, ohne das Auto für einen ganzen Tag mieten zu müssen. Auch auf dem Land gibt es Bürgermeister, die ihre Gemeinde gerne als modern und gut erreichbar positionieren wollen. Oder Anbieter von öffentlichem Nahverkehr, die mit Carsharing ihre Grenzen erweitern wollen.

Wenn vielleicht auch in diesem Bereich noch nicht viel verdient werden kann – gut für das Image und den Bekanntheitsgrad in der Region ist das allemal. Und früh übt sich, wer einmal vorne mit dabei sein will.

Im gewerblichen Bereich aktiv

Im gewerblichen Bereich zum Beispiel ist Carsharing zunehmend gefragt – hier oft mit Einbeziehung der Händler: Audi Shared Fleet zum Beispiel ist ein Dienstwagen-Management, bei dem mit Carsharing-Technologie und einem Online-Buchungsportal die Audi-Modelle vom Unternehmen einfach verwaltet und von Mitarbeitern dienstlich und privat genutzt werden können. Laut Audi machen derzeit rund 40 deutsche Händler mit.

Bei Car2Go gibt es seit Sommer 2016 nicht nur Smarts, sondern auch Mercedes-Modelle zu teilen.

Alpha City ist das Corporate Carsharing-Produkt von Alphabet, das für BMW und Mini erhältlich ist. BMW-Händler können den Corporate-Carsharing-Service zum Alphabet Leasingvertrag hinzubuchen und ebenfalls vertreiben. Die Autos werden dann Carsharing-fähig ausgeliefert. Nach Angaben von Alphabet nutzen derzeit 14.000 Kunden AlphaCity.

Auch Daimler Fleet Management bietet ein Corporate Carsharing. Mazda, Jaguar Land Rover und Volvo haben bereits entsprechende Aktivitäten gemeinsam mit dem Systemgeber CCUnirent angestoßen. Mazda Mobil, das Vermietkonzept des japanischen Herstellers, an dem sich rund 90 Prozent der Händler beteiligen, wird noch in diesem Jahr mit einem solchen Angebot für gewerbliche Nutzer starten. Jaguar Land Rover baut gerade seinen neuen Mobilitätsservice InMotion Rent auf. Hierüber sollen Kurzzeitmieten ab einer Stunde bis zu Langzeitmieten über sechs Monate realisierbar sein. Die Fahrzeugübergabe findet bei den beteiligten Vertragshändlern statt. Wie viele mitmachen werden, muss sich noch herausstellen.

Einige Angebote noch im Aufbau

In der Volvo Schwedenflotte, dem Mietwagenangebot des schwedischen Herstellers, befinden sich derzeit rund 1.100 Fahrzeuge. Über 130 Händler und Handelsgruppen an über 200 Standorten sind hierzulande damit aktiv, teilt der Importeur mit. Die Schwedenflotte Business Class, ein Tarifangebot für Firmenkunden, umfasst den Bereich Kurzzeitmiete, Wochenmiete und Langzeitmiete. Pilothändler testen derzeit ein Corporate Carsharing, das Mitte des Jahres flächendeckend ausgerollt werden soll. Das wird allerdings nicht leicht, wie Michael Walter, Geschäftsführer im Autohaus Geisser in Karlsruhe, mitteilte. „Derzeit sind nur die großen Fahrzeuge, wie zum Beispiel der

Führender Anbieter im stationsbasierten Carsharing ist Stadtmobil mit 4.000 Autos in 180 Städten.

1

2

KURZFASSUNG

Händler, die jetzt schon üben, haben später einen Vorteil als Mobilitätsanbieter. Im gewerblichen Bereich gehören die Corporate-Carsharing-Angebote längst zum guten Ton. Aber auch im Privatkundengeschäft könnte bald etwas vorangehen, wenn die Fahrzeuge serienmäßig fürs Teilen ausgestattet werden.

S90 mit dem Keyless go ausgestattet, das man für das Corporate Carsharing braucht", so der Großkundenverantwortliche. „In den Flotten werden dafür aber eher günstige Fahrzeuge gebraucht." Wenn zukünftig auch die kleineren Volvos wie der V40 über eine entsprechende Ausrüstung verfügen, wird da mehr gehen, meint der erfahrene Manager.

Aber nicht nur die Premiumhersteller wollen sich als Mobilitätsdienstleister positionieren. Auch Ford ist in diesem Bereich sehr aktiv. Dem Ford Carsharing widmen wir deswegen – und weil hier die Händler am besten eingebunden sind – einen eigenen Artikel (*Seite 22 bis 23*). Eins vorweg: Am meisten Freude machen hier die Fahrzeuge, die an Bahnhöfen stehen und über das Portal der deutschen Bahn Flinkster vermietet werden.

Von Privat an Privat läuft nicht

Bei Opel ist derzeit (auch) der Carsharing-Bereich im Umbruch. Der im Juni 2015 gestartete Versuch mit dem Peer-to-Peer-Konzept Car Unity ist mittlerweile beendet worden. Offenbar war die Bereitschaft von Neuwagenkunden, ihr Fahrzeug an andere Privatleute zu vermieten, nicht sehr ausgeprägt. Ob Opel zukünftig – wie bereits angekündigt – mit dem GM-Konzept „Maven" einen Neustart im Carsharing-Bereich macht oder das PSA-Konzept aufgreift, ist derzeit noch nicht klar.

Das Autohaus Rüschkamp in Lünen, das schon seit 2009 mit Car Sharing experimentiert und sowohl Opel als auch Peugeot führt, wird auf jeden Fall bei dem Thema am Ball bleiben. Der Verantwortliche Wolfgang Kampmann spricht nämlich von ständig steigender Nachfrage. Am meisten Freude macht auch hier ein Corsa, der am Hauptbahnhof in Dortmund steht: „Letzten Monat hat der 2.000 Euro netto gebracht."

1 DriveNow ist besonders stolz auf seine Elektromobilitätsflotte. Bisher gab es schon rund 900.000 Elektrofahrten.
2 Corporate Carsharing gewinnt ständig an Bedeutung. Auch viele Händler bieten das mit Unterstützung ihrer Hersteller schon an. Hier ein Beispiel für Audi Shared Fleet: Bettina Bernhardt, Leiterin Audi mobility, übergab 2014 dem Oberbürgermeister der Stadt Ingolstadt, Dr. Christian Lösel, drei Audi A3 Sportback g-tron für den kommunalen Fuhrpark.
3 Führend in Sachen Händlereinbindung: Ford Carsharing

Immer mehr Gewerbetreibende wie die Großbäckerei, deren Mitarbeiter schon bevor die Busse fahren an ihrem Einsatzort sein müssen, und auch Stadt- und Kreisverwaltungen wenden sich an Kampmann und wollen ein Carsharing-Angebot. Als Dienstleister nutzt Rüschkamp schon länger Drive-Carsharing, einen mittelständischen Anbieter aus Solingen (www.drive-carsharing.com). Es geht also auch ohne Hersteller.

Mobilitätsapps eine Frage der Zeit

Anders sieht das bei den gerade in Mode kommenden Mobilitätsapps aus. Die Händler müssen aufpassen, dass sie in diesem Bereich nicht abgehängt werden. Viele Hersteller arbeiten derzeit an solchen Handy-gestützten Helferlein, die als Plattform für Mobilitätsdienstleistungen dienen. Meistens dienen sie derzeit dazu, die verschiedenen Verkehrsträger wie Auto, Carsharing, Bahn, Flugzeug usw. mit einander zu verbinden.

Ob es gelingt, diese Apps im Markt zu platzieren, ist derzeit noch offen. Hier könnte die Einbindung des Handels eine entscheidende Rolle spielen. Wenn Händler ihren Kunden die entsprechenden Apps ihres Herstellers anbieten und mit weitergehendem Nutzen – zum Beispiel die Buchung eines Servicetermins in ihrem Autohaus darüber – verbinden, könnte das zur Kundenbindung beitragen. Wenn aber bei Einführung der App zu wenig Kundennutzen damit verbunden ist, wird sie auch schnell wieder gelöscht. Hier den richtigen Zeitpunkt zu finden, gehört sicherlich zu den großen Herausforderungen in der nahen Zukunft.

Verschiedene Pushfaktoren

Allgemein kann man aber wohl sagen, dass mit der zunehmenden Ausstattung der Autos mit Hardware, die eine geteilte Nutzung ermöglichen, dieser Geschäftsbereich zunehmen wird. Das von der Bundesregierung geplante Carsharing-Gesetz könnte einen weiteren Schub geben. Es ermöglicht Gemeinden, Gratis-Parken und reservierte Stellflächen für Carsharing-Fahrzeuge auszuweisen. Da bisher Parkgebühren und Schwierigkeiten bei der Parkplatzfindung als größte Hemmschuh für die Entwicklung des Autoteilens gelten, könnte das einen Schub geben. Denn laut Zahlen von 2016 dauert eine durchschnittliche Carsharing-Fahrt 45 Minuten. 15 Minuten davon sucht der Kunde einen Parkplatz. Ein großes Problem für die Free-Floating-Angebote, die nicht stationsgebunden sind. Bei den meisten Händlern müssen die Fahrzeuge deswegen zu dem Ort, an dem sie angemietet wurden, zurückgebracht werden. Aber auch hier ist die Ausweisung der Parkplätze in manchen Gemeinden schon schwierig.

Es führt kein Weg vorbei

Dieter Zetsche von Daimler und Harald Krüger von BMW rechnen jedenfalls trotz der wachsenden Nachfrage nach Carsharing und anderen Angeboten zum Teilen auch in Zukunft mit wachsenden Autoverkäufen. „Die höhere Auslastung von Autos führt auch dazu, dass diese schneller ausgetauscht werden müssen“, so Zetsche. Porsche Finanzchef Lutz Meschke sieht das anders: „Ab 2023 müssen wir uns auf sinkende Absatzzahlen einstellen, alles andere wäre blauäugig.“ Da alle Hersteller dann ohnehin einen mehr oder weniger großen Anteil mit Mobilitätsdienstleistungen verdienen wollen, führt daran so oder so kein Weg vorbei.

Doris Plate ■