

Kooperation CarSharing und öV München: Synergieeffekte durch gemeinsames Marketing

Gemeinsames Marketing von öffentlichem Verkehr und CarSharing bringt mehr Kunden: Dies ist das Ergebnis einer Studie aus München, die die Effekte einer 7jährigen Zusammenarbeit der beiden Unternehmen Stattauto München und Verkehrsverbund untersucht hat. So wurde seit 1996 die Kundenbindung der CarSharing-BenutzerInnen an den öffentlichen Verkehr erhöht sowie eine Verbesserung des Modalsplit zu Gunsten des öffentlichen Verkehrs festgestellt. Positive Effekte bringen insbesondere auch Vergünstigungen für Nutzer beider Mobilitätssysteme.

Weitere Informationen:

CarSharing Stattauto München
Münchner Verkehrsverbund MVV

www.stadtauto-muenchen.de
www.mvv-muenchen.de

17.01.2004

Unterstützt von:



Mobilservice
c/o Büro für Mobilität AG
Hirschengraben 2
3011 Bern
Fon/Fax 031 311 93 63 / 67

Redaktion: Andreas Blumenstein
redaktion@mobilservice.ch
Geschäftsstelle: Martina Dvoracek
info@mobilservice.ch
<http://www.mobilservice.ch>



Dr. Hartmut Krietemeyer, München

Effekte der Kooperation von Verbund und Car-Sharing-Organisation

Ergebnisse einer repräsentativen Wiederholungsuntersuchung des Münchner Verkehrs- und Tarifverbundes

Seit 1992 gibt es Car-Sharing-Angebote in München wie zum Beispiel das der Car-Sharing-Organisation (fortan als CSO abgekürzt; entsprechend steht CS für Car-Sharing) Stattauto München. Eine im Jahr 1996 durchgeführte Untersuchung des MVV bei CS-Teilnehmern von Stattauto München zur Bewertung der Effekte des CS für die ÖPNV-Nachfrage [1] hatte ergeben, dass CS und ÖPNV deutlich voneinander profitieren, indem bei den Mitgliedern seit ihrem CS-Einstieg vor allem die ÖPNV-Nachfrage nachhaltig stimuliert wird und die Pkw-Jahresfahrleistung – auch aufgrund der Aufgabe eines eigenen Pkw – deutlich reduziert wird.

Aufgrund der für den ÖPNV so positiven Ergebnisse entstand zwischen der CSO Stattauto München und dem MVV eine Kooperation beim Marketing. Im Zuge dieser Zusammenarbeit wurden gemeinsam gestaltete Werbemittel herausgegeben – zum Beispiel ein inzwischen mehrfach neu aufgelegter Info-Folder zu CS –, Informationen über CS in der MVV-Kundenzeitschrift *kontakt* veröffentlicht, gemeinsame Pressekonferenzen zu aktuellen Angeboten durchgeführt und – seit Juni 1999 – durch die CSO Stattauto München Vorzugskonditionen für MVV-Abonnenten bei der Aufnahme in die CSO angeboten: Danach wird MVV-Abonnenten eine um

50 Prozent geringere Kautions- und eine um 50 Prozent geringere Aufnahmegebühr gewährt. Dies alles geschah nach der Devise: Car-Sharing-Teilnehmer sind auch gute ÖPNV-beziehungswise MVV-Kunden.

Nach nunmehr siebenjähriger Marketing-Kooperation mit Stattauto München und wegen gelegentlich auftretender Zweifel, ob die aktuelle Car-Sharing-Klientel in ihrem Nutzungsverhalten und ihren Motiven wohl noch der Klientel des Jahres 1996 entspreche, ob also die Effekte für den ÖPNV immer noch so positiv wirksam seien wie seinerzeit [2], wurde zur Klärung dieser nicht unwesentlichen Fragen eine erneute Befragung der CS-Teilnehmer bei Stattauto München vorgenommen.

Die durch die Untersuchung zu klärenden Fragen betrafen zudem die Effekte der Marketing-Kooperation und die Dokumentation und Bewertung möglicherweise inzwischen – seit 1996 – eingetretener neuer Entwicklungen:

- Lohnt sich diese Marketing-Kooperation nach wie vor?
- Profitiert der MVV durch eine erhöhte Kundenbindung?
- Führt die Kooperation in der Tendenz zu einer erhöhten Abo-Nachfrage beim MVV?



DER AUTOR

Dr. Hartmut Krietemeyer (48) ist als Marktforscher BVM und stellvertretender Bereichsleiter Marketing beim Münchner Verkehrs- und Tarifverbund (MVV) zuständig für Marketing-Strategien und die Marktforschung. Er gehört dem MVV seit 1994 an. Nach seinem Studium war er ab 1983 wissenschaftlicher Mitarbeiter für Finanzmarktforschung bei der Nürnberger GfK Marktforschung. Danach erfolgte ein Wechsel zum Frankfurter Verkehrs- und Tarifverbund (FVV), wo er die betriebliche Marktforschung übernahm. Von 1987 bis 1993 gehörte Krietemeyer dem neu gegründeten Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN) an, wo er die Marktforschung aufbaute und zuletzt die Abteilung Absatz leitete. Krietemeyer hat an der Universität Gießen die Fächer Geographie und Wirtschaftswissenschaften studiert und 1982 mit der Promotion abgeschlossen.

Methodisches

Zu diesem Zweck wurde eine Untersuchung bei 700 repräsentativ ausgewählten CS-Teilnehmern bei Stattauto München durchgeführt. Diese Repräsentativ-Untersuchung wurde als schriftliche Wiederholungsstudie der 1996er-Untersuchung, die eine Vollerhebung war, angelegt, das heißt vor allem, ein weitgehend identischer Fragebogen wurde verwendet.

Der Rücklauf betrug 700 Fragebögen von insgesamt 1100 angeschriebenen repräsentativ ausgewählten CS-Teilnehmern (repräsentative Stichprobe), was einer erfreulich hohen Quote von rund 64 Prozent entspricht. Der Rücklauf 1996 war mit rund 62 Prozent ähnlich hoch und betrug 596 Fragebögen von insgesamt 960 angeschriebenen Teilnehmern (Vollerhebung). Die jeweils überdurchschnittlich hohen Rücklaufquoten sind natürlich eine wichtige Voraussetzung für die hohe Aussagekraft der Untersuchungs-Befunde und für die mit der Wiederholungs-befragung beabsichtigten Vergleiche und Interpretationen. Der Befragungszeitraum war Oktober/November 2002.

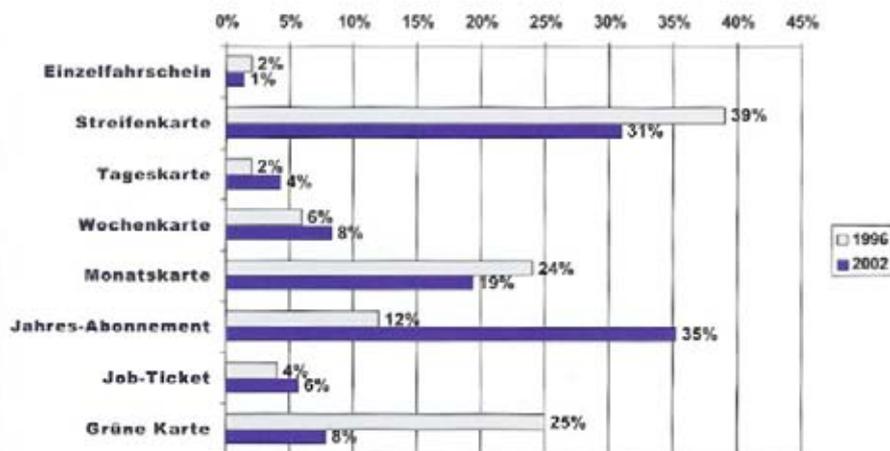


Abb. 1: Von CS-Teilnehmer genutzte MVV-Fahrkarten



Ergebnisse der Befragung

Im Einzelnen wurden Anhaltspunkte zu folgenden Themen erhoben:

- soziodemographische Merkmale der CS-Teilnehmer,
- Pkw-Besitz; Gründe für den Nicht-Besitz eines eigenen Pkw,
- MVV-Nutzung durch CS-Teilnehmer,
- genutzte MVV-Fahrkarten (insbesondere MVV-Abonnement),
- Motive für den MVV-Abo-Erwerb beziehungsweise die CS-Teilnahme,
- monatliche Ausgaben für die MVV-Nutzung,
- CS-Nutzung: Weg zur CS-Station, Zeitbedarf, Fahrtzwecke, jährliche Pkw-Kilometerfahrleistung vor und nach CSO-Beitritt,
- Veränderungen des räumlichen Aktionsradius,
- Kundenzufriedenheit mit MVV und Stattauto München sowie
- genutzte Informationsquellen.

Die Ergebnisse der aktuellen Repräsentativbefragung von Teilnehmern der Car-Sharing-Organisation Stattauto München zeigen, dass CS und MVV nach wie vor deutlich voneinander profitieren:

- Der vorhandene Modal Split wird weiterhin zu Gunsten des ÖPNV und zu Ungunsten des motorisierten Individualverkehrs (MIV) beeinflusst.
- CS führt zu erhöhter MVV-Kundenbindung, zu weniger Pkw-Verkehr und zu erhöhter ÖPNV-Nachfrage.
- CS trägt im Verbund mit dem MVV – ohne Einbußen bei der persönlichen Mobilität – zu einer stadverkehrsverträglichen Umstellung des Mobilitätsverhaltens bei und stellt insofern keine „Einstiegsdroge“ in den MIV – wie mancherorts immer noch oder immer wieder befürchtet –, sondern eher eine „Entwöhnungskur“ für den MIV-Nutzer dar.

Zu den Befunden im Einzelnen

Höhere MVV-Kundenbindung

Das Ziel einer höheren MVV-Kundenbindung über die Kooperation mit Stattauto München wurde erreicht. Die Nachfrage nach dem MVV-Abonnement wurde tendenziell stimuliert. Der MVV-Abonnenntenanteil unter den Car-Sharing-Teilnehmern hat sich seit 1996 nahezu verdreifacht; er liegt nunmehr bei 35 Prozent (1996: zwölf Prozent). Deutlich zurückgegangen – um rund zwei Drittel – ist dagegen der Nutzer-Anteil der Grünen Karte, einer übertragbaren Monatskarte, die von Montag bis Freitag allerdings erst ab 9 Uhr benutzt werden kann. Auch die Isar-Card-Monatskarte, eine übertragbare Monatskarte ohne zeitliche Einschränkungen, sowie die

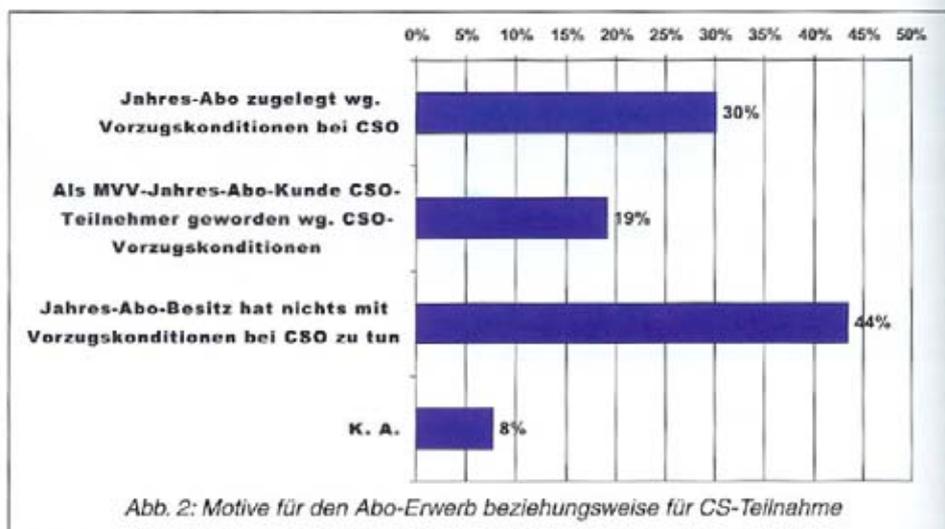


Abb. 2: Motive für den Abo-Erwerb beziehungsweise für CS-Teilnahme

Mehrfahrtenkarte (Streifenkarte des Bartarifs) werden weniger häufig genutzt (Abb. 1).

Die MVV-Abonnenten sind gemäß Auskunft von Stattauto München im übrigen für 35 Prozent des Umsatzes, 34 Prozent der verrechneten Nutzungsstunden und 36 Prozent der verrechneten Kilometerleistung bei Stattauto München verantwortlich, das heißt, der Nutzungsanteil dieser Kundengruppe entspricht genau ihrem Anteil an der Gesamtzahl der CS-Teilnehmer. Dies ist im Übrigen auch eine Bestätigung für die Richtigkeit und Marktgängigkeit der von Stattauto München verfolgten Strategie, passive Mitgliedschaften („Karteileichen“) etwa durch die Abverlangung einer Kautions- und Aufnahmegebühr nicht aufkommen zu lassen, wie die CS-Nutzungshäufigkeit der MVV-Abonnenten zeigt.

Ein knappes Drittel der Abonnenten unter den CS-Teilnehmern (30 Prozent) hat sich das Abonnement gezielt zum Einstieg bei Stattauto München zugelegt, um in den Genuss der Vorzugskonditionen bei Stattauto

München zu kommen; bei den Car-Sharing-Neukunden seit 2002 liegt dieser Anteil sogar bei 47 Prozent. Rund ein Fünftel der Teilnehmer (19 Prozent) ist als (seit längerem) MVV-Abo-Kunde CS-Teilnehmer geworden, um die Vorzugskonditionen quasi „mitzunehmen“. Die weitaus meisten allerdings (44 Prozent) geben an, der MVV-Jahres-Abo-Besitz habe nichts mit den Vorzugskonditionen bei Stattauto München zu tun (Abb. 2).

Fast jeder Zweite der Neueinsteiger (seit 2002) ins CS erwirbt ein MVV-Abo wegen der dann günstigeren CS-Konditionen. Daran wird deutlich, dass es durchaus einige Zeit braucht, bis Werbebotschaften bei der Zielgruppe ankommen: Von Jahr zu Jahr vergrößert sich der Kreis derer, die angeben, dass sie wegen der Vorzugskonditionen MVV-Abonnenten geworden sind. Im ersten Jahr des vergünstigten Angebotes – ab 1. Juni 1999 – sind dies immerhin 28 Prozent; nach drei Jahren allerdings schon 47 Prozent – also fast 20 Prozentpunkte mehr (Abb. 3).

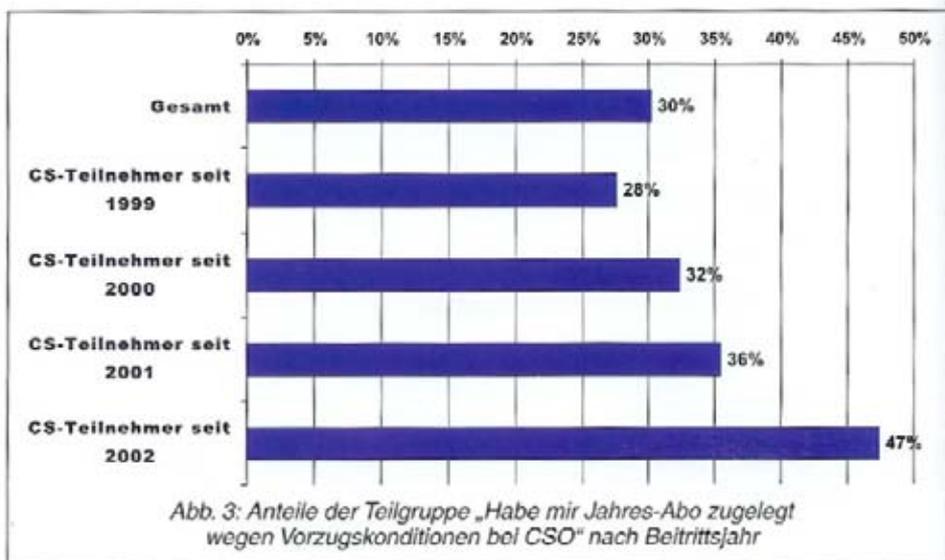


Abb. 3: Anteile der Teilgruppe „Habe mir Jahres-Abo zugelegt wegen Vorzugskonditionen bei CSO“ nach Beitrittsjahr

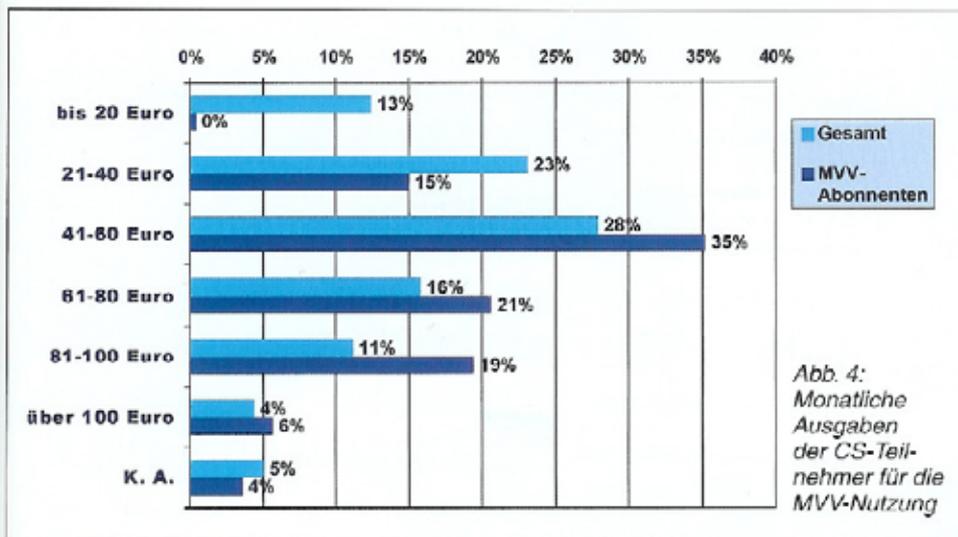


Abb. 4: Monatliche Ausgaben der CS-Teilnehmer für die MVV-Nutzung

Dieser Tatbestand ist sicherlich auch als ein schöner Erfolg des seitdem immer wieder gemeinsam aufgelegten Infofolders zum MVV-Abonnement und zu CS bei Stattauto München zu werten.

Interessant im Hinblick auf die Kundenbindungswirkung ist natürlich auch der Befund auf die Frage, welche MVV-Tickets die MVV-Neu-Abonnenten vor ihrem Abo-Einstieg wegen der CS-Teilnahme genutzt hatten: Danach hatten gut drei Viertel bereits vorher eine MVV-Zeitkarte (davon 53 Prozent eine Monatskarte/Isar-Card beziehungsweise Ausbildungstarif) und immerhin rund ein Viertel Bartarif-Tickets – davon 23 Prozent die Streifenkarte.

Höhere MVV-Umsätze

Die CS-Teilnehmer sorgen seit dem CS-Einstieg und im Vergleich zu 1996 für mehr Umsatz beim MVV; verglichen mit 1996 ist der MVV-Umsatz, den die CS-Kunden und deren Haushalte beim MVV erzeugen, real gestiegen. Das ist ein erfreulicher Erfolg der Marketing-Kooperation für die gemeinsame Kundenbindung.

Die meisten CS-Teilnehmer geben im Monat zwischen 41 und 60 Euro pro Haushalt für die MVV-Nutzung aus (28 Prozent). Der durchschnittlich je Monat und Haushalt für MVV-Leistungen ausgegebene Betrag beträgt 56,80 Euro (= DM 111,09). Die meisten MVV-Abonnenten geben ebenfalls je Monat und Haushalt zwischen 41 und 60 Euro für den MVV aus; allerdings ist der Anteil dieser Teilgruppe sowie der höheren Umsatzgruppen mit Ausgaben von 61 und mehr Euro je Haushalt und Monat bei den Abonnenten deutlich höher als im Durchschnitt über alle CS-Teilnehmer, so dass sich für die Abonnenten auch ein höherer Durchschnittsausgabebetrag für MVV-Leistungen von immerhin 71,80 Euro (= DM 140,43) ergibt (Abb. 4).

Vergleicht man die aktuell von den CS-Teilnehmern getätigten MVV-Ausgaben mit den

1996er-Ausgaben für den MVV – um die unmittelbare Vergleichbarkeit mit 1996 herzustellen, wurden entsprechende Klassen wie 1996 gebildet, was die ungeraden Euro-Beträge zur Folge hat –, kann man feststellen, dass der Ausgabenschwerpunkt sich in die nächst höhere Kategorie verlagert hat; hier spielen natürlich auch die seitdem erfolgten Tarifanpassungen eine Rolle.

Während 1996 der Schwerpunkt der monatlichen MVV-Ausgaben je Haushalt mit 26 Prozent bei 51 bis 70 DM (= 27 bis 36 €) lag, liegt dieser nun mit 29 Prozent bei 71 bis 100 DM (= 37 bis 51 €). Die Durchschnittsausgaben je Monat und Haushalt für den MVV haben sich um 26 Prozent erhöht (von rund 45 € 1996 auf rund 57 € 2002), während die Tarifanpassungen seit 1996 eine Erhöhung von 21,8 Prozent (2002 gegenüber 1996) ausmachen, so dass durch die MVV-Ausgaben der CS-Teilnehmer tatsächlich auch real – und nicht nur nominal – mehr in die MVV-Kassen kommt als noch 1996 (Abb. 5).

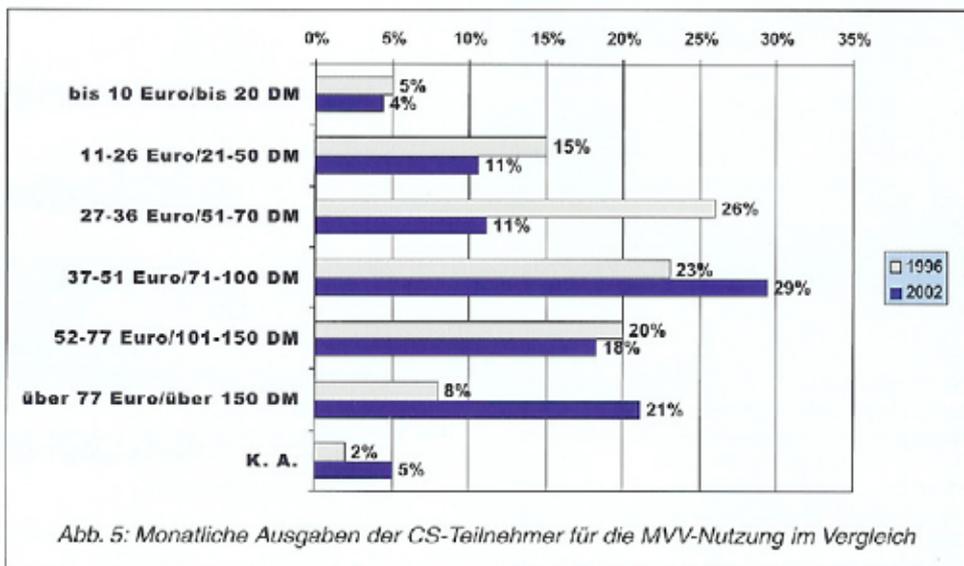


Abb. 5: Monatliche Ausgaben der CS-Teilnehmer für die MVV-Nutzung im Vergleich

Hohe und zunehmende MVV-Nutzungs-Frequenz

Die MVV-Nutzungs-Häufigkeit der CS-Teilnehmer ist nach wie vor sehr hoch: Die CS-Teilnehmer sind intensive ÖPNV-Nutzer und fahren zu mehr als der Hälfte (fast) täglich MVV (54 Prozent); vor der CS-Teilnahme sind es auch bereits 52 Prozent, die (fast) täglich mit dem MVV gefahren sind. Dies sagt natürlich noch nichts über die genaue Anzahl der einzelnen ÖPNV-Fahrten und über darauf basierende Marktanteile. Zum Vergleich: In der Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren im MVV-Gebiet liegt der Anteil der (Fast-)Täglich-Nutzer bei lediglich einem Viertel (23 Prozent).

Der tendenzielle Zuwachs bei der Teilgruppe (fast) täglich kommt ausschließlich von den MVV-Abonnenten, die bereits vor der CS-Teilnahme zu annähernd drei Vierteln (74 Prozent) (fast) täglich MVV gefahren sind und seit dem Beitritt zur CSO den MVV noch intensiver nutzen (81 Prozent); die Nicht-Abonnenten nutzen den MVV mit 39 Prozent (fast) täglich zwar deutlich intensiver als der Bevölkerungsdurchschnitt; eine Nutzungs-Veränderung seit der CS-Teilnahme ist hier aber zumindest in der Summe nicht feststellbar.

Der tendenzielle Zuwachs wird ferner mit verursacht durch die erst seit kurzem dazugestoßenen CS-Teilnehmer (seit 2000 plus fünf Prozentpunkte) – und das sind die CS-Teilnehmer, die in überdurchschnittlichem Maße auch MVV-Abonnenten sind – sowie durch die CS-Teilnehmer, die ihren Pkw wegen der CS-Teilnahme abgeschafft haben (plus 13 Prozentpunkte!).

Beim Vergleich mit 1996 fällt auf, dass der Unterschied der Anteile der (Fast-)Täglich-ÖPNV-Nutzer vor und seit dem Beitritt zur CSO 1996 größer war als aktuell: Damals waren es vor dem Beitritt 50 Prozent und seit dem Beitritt 57 Prozent (Fast-)Täglich-Nutzer (Abb. 6). Somit war damals aller Wahrschein-



lichkeit nach zumindest der Fahrten-Effekt für den ÖPNV noch größer als aktuell gemessen.

Bei CS-Teilnehmern, die bereits seit 1999 und davor Mitglieder sind, ist die MVV-Nutzung mit jeweils 44 Prozent (Fast-)Täglich-Nutzung deutlich weniger intensiv als bei den erst seit dem Jahr 2000 eingestiegenen CS-Teilnehmern; zudem gibt es auch keine Veränderung seit dem Beitritt zur CSO. Dieser Befund steht – oberflächlich betrachtet – in einem gewissen Widerspruch zu dem 1996 gefundenen Zusammenhang, dass vor dem Beitritt zur CSO 50 Prozent (fast) täglich den MVV genutzt hatten und seit dem Beitritt dann 57 Prozent. Diese Entwicklung ist letztlich nur durch einen entsprechenden – selektiven – Teilnehmerwechsel im Teilnehmerkreis der CSO zumindest in den Anfangsjahren von Stattauto München erklärbar, der insbesondere (im Sinne von *überproportional*) die ÖPNV-affinen CS-Teilnehmer zu einem Wiederausstieg bei der CSO veranlasst haben mag. Man kann sich das so vorstellen, dass ein Teil der Teilnehmer – die vor der Teilnahme möglicherweise ihren Pkw abgeschafft hatten – im Laufe der CS-Teilnahme die Erfahrung macht, dass man den MVV auch gänzlich ohne CS-Unterstützung, ohne Einbußen bei der Alltagsmobilität – wie auch die aktuelle Untersuchung wieder gezeigt hat – nutzen kann und dann die CSO wieder verlassen hat.

Stattauto-München-interne Analysen der CS-Teilnehmer-Fluktuation zeigen in der Tat, dass rund 55 Prozent der 1996 befragten CS-Teilnehmer inzwischen nicht mehr Teilnehmer dieser Organisation sind und aus den verschiedensten Gründen die Mitgliedschaft wieder aufgegeben haben. Diese Gründe können sein: Umzug, berufliche Veränderungen, Änderungen beim Familienstand und anderes, die allesamt eine nachhaltige Veränderung des Lebensalltags mit sich bringen. Der Anteil der CS-Teilnehmer, die seit der Zeit vor 1996 dabei sind, an allen CS-Teilnehmern macht nur noch rund zwölf Prozent aus. In jedem Fall wird durch diese CS-Teilnehmer-Fluktuationsanalysen deutlich, dass man bei der Betrachtung der CS-Teilnehmerschaft nicht von einem „monolithischen Block“ ausgehen darf, sondern hier eine enorme Fluktuation bei gleichzeitigem Wachstum der Teilnehmerzahlen (von 960 1996 auf über 3800 in 2003) stattfindet. CS ermöglicht die Umsetzung des individuellen Konzeptes *kombinierter Mobilität* offenbar für einen mehr oder weniger langen Zeitraum – je nachdem, wie die beruflichen oder privaten Umstände es jeweils zulassen [3].

CS-Teilnehmer, die auch privat über einen Pkw verfügen, nutzen den MVV zwar ebenfalls intensiver als der Bevölkerungsdurchschnitt; allerdings deutet sich hier durch die CS-Teilnahme möglicherweise sogar ein Rückgang an (Differenz von minus einem Prozentpunkt statistisch allerdings nicht signifikant), was aber nicht überraschend wäre. Wenn ein Pkw im Haushalt – zusätzlich zur

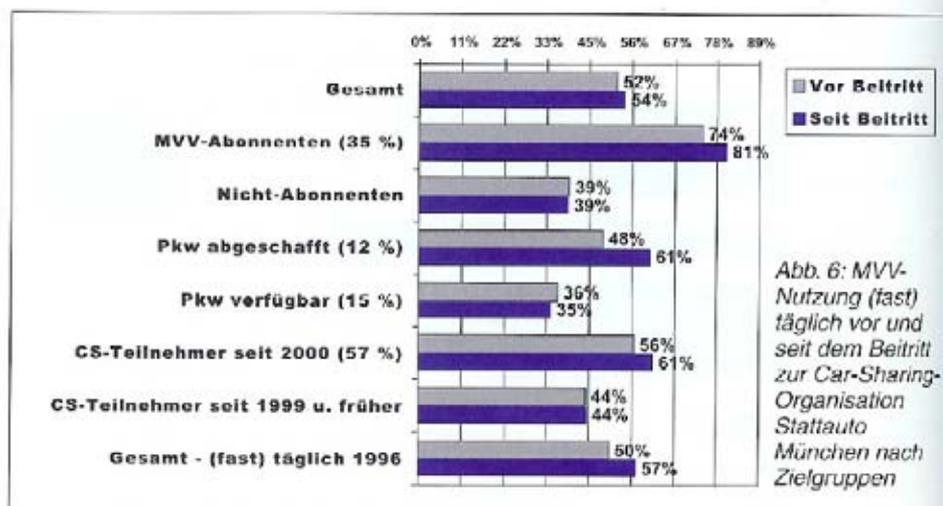


Abb. 6: MVV-Nutzung (fast) täglich vor und seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation Stattauto München nach Zielgruppen

CS-Nutzungs-Option – vorhanden ist, wird dieser offensichtlich auch genutzt (Abb. 6).

Umstellung des Mobilitätsverhaltens

Die gefahrenen Pkw-Kilometer sind seit dem Beitritt zur CSO deutlich zurückgegangen: Vor dem Einstieg bei Stattauto München waren dies jährlich im Durchschnitt 11 300 km und seit der CSO-Mitgliedschaft nur noch im Schnitt 2500 jährlich gefahrene Pkw-km. Es wird deutlich, dass die CS-Teilnehmer ihr Fahrverhalten erheblich verändert haben: Vor dem Beitritt zur CSO fuhren 78 Prozent der Teilnehmer über 5000 Pkw-km pro Jahr; nach dem Beitritt sind dies nur noch elf Prozent. Dafür fahren nach dem Beitritt 90 Prozent höchstens 5000 km pro Jahr; 44 Prozent sogar nur höchstens 1000 km. Vor dem Beitritt waren das nur 21 und zwei Prozent.

Auch bei der aktuellen Untersuchung ergibt sich also – wie schon 1996 –, dass die CS-Teilnehmer ihr bisheriges Mobilitätsverhalten

in Bezug auf die Pkw-km-Fahrleistung völlig umstellen (Abb. 7).

Beim Vergleich der jährlichen Pkw-km-Fahrleistung vor dem CSO-Beitritt 1996 mit der von 2002 zeigen sich hingegen keine großen Unterschiede: Der mittlere Fahrleistungsbereich (5001 bis 10 000 km) ist etwas stärker vertreten als 1996 (41 Prozent statt 1996 36 Prozent); dafür ist der obere Fahrleistungsbereich von 10 001 bis 20 000 km jetzt weniger häufig als 1996 (31 statt 36 Prozent) vertreten.

Es zeigt sich somit auch hier, dass inzwischen der Anteil der Totalumsteiger von der ausschließlichen und intensiven Pkw-Nutzung hin zum CS in seiner Bedeutung abgenommen hat, was ja auch an dem zunehmenden Anteil von MVV-Abonnenten und dem abnehmenden Anteil der „Pkw-Abschaffer“ unter den erst jüngst eingestiegenen Teilnehmern deutlich wird. Die Zahl der durchschnittlich gefahrenen Pkw-km vor dem Beitritt zur CSO ist aus diesem Grund auch

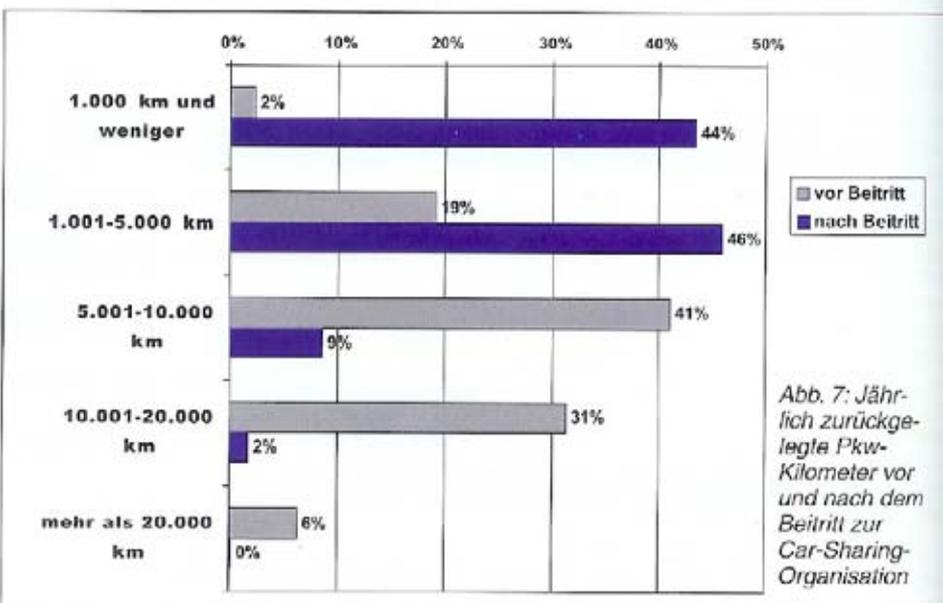


Abb. 7: Jährlich zurückgelegte Pkw-Kilometer vor und nach dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation



geringer als 1996: 11300 km gegenüber 1996 13000 km.

Nahezu unverändert ist das Bild, wenn man die aktuelle jährliche Pkw-Kilometer-Fahrleistung nach dem CSO-Beitritt mit der von 1996 vergleicht. Die entsprechenden Veränderungen sind hier nur marginal.

Diese Befunde resümierend lässt sich feststellen, dass CS somit tendenziell zu mehr Nachfrage beim MVV und zu weniger Pkw-Verkehr führt, den Modal Split also zu Gunsten des ÖPNV beeinflusst. Im Unterschied zu 1996 kommt die MVV-Mehrnachfrage von den MVV-Abonnenten und vor allem von den CS-Neueinsteigern.

Die CS-Nachfrage steigt im Übrigen ebenfalls: Im März 1996, dem Zeitpunkt der ersten gemeinsamen Teilnehmerbefragung, hatte Stattauto München rund 960 Teilnehmer, inzwischen sind es rund 3800 Teilnehmer, mit weiter deutlich steigender Tendenz.

Häufigste Fahrtzwecke: Car-Sharing- und MVV-Nutzung ergänzen sich

CS- und MVV-Nutzung ergänzen sich bei den Fahrtzwecken; das heißt auch, die durch die Car-Sharing-Teilnahme verursachte MVV-Mehrnachfrage – überwiegend im Freizeitverkehr – erfolgt nicht in den Verkehrs-Spitzenzeiten. Mittels CS macht man vorwiegend Wochenendfahrten (häufiges Ziel: der Gardasec), Besuche bei Freunden/Verwandten, Großeinkäufe (häufiges Ziel: Fahrten zum Einrichtungshaus Ikea) und Urlaubsfahrten sowie – weniger häufig – Transportfahrten.

Der MVV ist für die meisten CS-Teilnehmer das Verkehrssystem, mit dem man zur Arbeit oder Ausbildung fährt (78 Prozent – CS: 14 Prozent), danach fährt man mit dem MVV zu kulturellen Veranstaltungen (50 Prozent – CS: vier Prozent) oder man macht Kneipen-

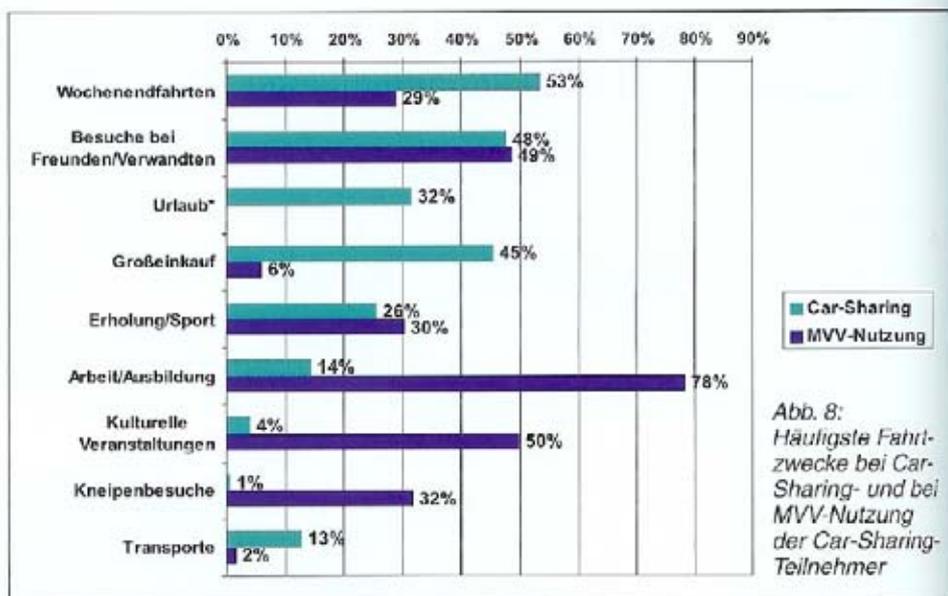


Abb. 8: Häufigste Fahrtzwecke bei Car-Sharing- und bei MVV-Nutzung der Car-Sharing-Teilnehmer

besuche (32 Prozent – CS: ein Prozent). Lediglich Besuchsfahrten zu Freunden/Verwandten werden nahezu gleich häufig entweder mittels CS (48 Prozent) oder MVV (49 Prozent) absolviert (Abb. 8).

Im Vergleich zu 1996 haben sich keine großen Veränderungen ergeben, bis auf die, dass bei den drei wichtigsten CS-Fahrtzwecken die Anteile noch einmal gestiegen sind: Bei Wochenendfahrten und Besuchen von Freunden/Verwandten von um die 40 Prozent auf um die 50 Prozent und beim Großeinkauf von 33 auf 45 Prozent.

Kein veränderter Zeitbedarf für die täglichen Wege

Auch hier gibt es auffallend wenig Veränderungen gegenüber 1996: Für 82 Prozent (1996: 80 Prozent) der CS-Teilnehmer hat sich am Zeitbedarf für die täglichen Wege nichts geändert; man benötigt etwa gleich viel Zeit dafür wie vor dem Beitritt. Acht Prozent der Teilnehmer benötigen nun eher mehr Zeit (1996: zehn Prozent).

Somit gilt auch nach der aktuellen Untersuchung, dass die Alltagsmobilität seit dem Beitritt zur CSO für die große Mehrheit der CS-Teilnehmer nicht mehr Zeit in Anspruch nimmt als vor dem Beitritt. CS funktioniert also im Verbund mit dem MVV nach wie vor ohne Einbußen bei der persönlichen Mobilität (Abb. 9).

Leicht veränderte soziodemographische Nutzerstruktur

Leicht veränderte soziodemographische Nutzerstruktur

Im Vergleich zu 1996 hat es bei den soziodemographischen Merkmalen der CS-Nutzer zwar keine großen Veränderungen gegeben, dennoch gibt es einige Auffälligkeiten: Die Männerdominanz bei den Nutzern besteht nicht mehr; inzwischen sind nahezu gleich viele Männer (51 Prozent) und Frauen (49 Prozent) CS-Nutzer. 1996 lautete das Verhältnis noch 63 zu 37 Prozent.

Das Durchschnittsalter der Nutzer hat sich gegenüber 1996 etwas erhöht; bei der Teilgruppe der 40- bis 49-jährigen Teilnehmer gibt es einen signifikanten Anstieg (30 Prozent – 1996: 21 Prozent); der typische Nutzer ist aber immer noch in der Gruppe der 30- bis 39-Jährigen zu finden (45 Prozent – 1996: 51 Prozent). Das aktuelle Durchschnittsalter beträgt 39,6 Jahre.

Beim Monatsnettoeinkommen der CS-Teilnehmer-Haushalte gibt es eine signifikante Zunahme in der höchsten Einkommensgruppe. Im Jahr 1996 hatten ein knappes Viertel (23 Prozent) der Teilnehmer-Haushalte im Monat (umgerechnet) 3000 € und mehr zur Verfügung, jetzt ist dies bereits mehr als ein Drittel (37 Prozent) der CS-Teilnehmer-Haushalte. Wegen lediglich gruppenweiser Erfassung der Haushaltseinkommen ist eine Durchschnittsbildung hier nicht möglich.

Nach wie vor gilt, dass die typischen CS-Teilnehmer

- weit überwiegend vollzeitberufstätig (70 Prozent – 1996: 69 Prozent) und
- zu annähernd zwei Dritteln als Angestellte (64 Prozent – 1996: 63 Prozent)

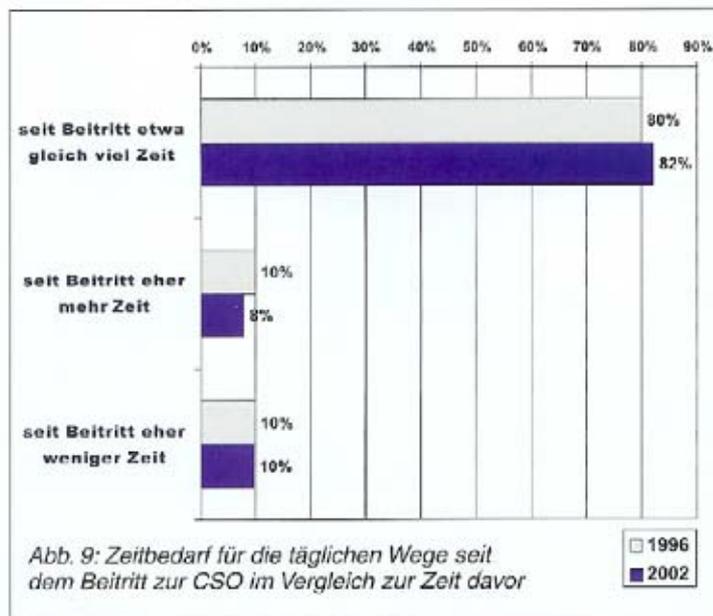


Abb. 9: Zeitbedarf für die täglichen Wege seit dem Beitritt zur CSO im Vergleich zur Zeit davor



Soziodemographische Merkmale der CS-Teilnehmer

Tabelle 1

	DB-Car-Sharing-Teilnehmer	Stattauto-München-Teilnehmer
männliche Teilnehmer	77%	51 % (1996: 63 %)
18-29 Jahre	23%	9 % (1996: 16 %)
40-49 Jahre	21%	30 % (1996: 21 %)
Teilnehmer in Ein-Personen-Haushalten	39%	28 % (1996: 32 %)
Hochschulabschluss	53%	68 % (1996: 68 %)
Hh-Netto Einkommen 3000 € +	33%	37 % (1996: 23 %)

- mit im Allgemeinen überdurchschnittlichem Einkommen tätig sind;
- auch freiberuflich Tätige (13 Prozent – 1996: 13 Prozent) und Selbstständige (acht Prozent – 1996 neun Prozent) sind nach wie vor überdurchschnittlich häufig vertreten;
- der Anteil der CS-Teilnehmer mit abgeschlossenem Studium ist unverändert hoch und liegt bei 68 Prozent (1996: 68 Prozent) und;
- der typische CS-Teilnehmer lebt nach wie vor eher in einem Ein- (28 Prozent – 1996: 32 Prozent) oder Zwei-Personen-Haushalt (34 Prozent – 1996: 32 Prozent) als in Vier-und-mehr-Personen-Haushalten (17 Prozent – 1996: 19 Prozent).

Vergleicht man diese soziodemographischen Kenngrößen mit denen der DB-Car-Sharing-Kunden [4], gibt es einige signifikante Unterschiede (Tabelle 1).

Leicht generalisierend lässt sich sagen, dass die Teilnehmer des DB-Car-Sharing – das seit Ende 2001 angeboten wird – im Durchschnitt jünger sind; der Anteil der Männer überwiegt bei weitem, auch der Anteil der Ein-Personen-Haushalte ist deutlich höher; lediglich der Anteil der Teilnehmer-Haushalte mit einem Haushalts-Netto-Einkommen von 3000 Euro und mehr bewegt sich in vergleichbarer Größenordnung. Kennzeichnend

ist, dass die soziodemographischen Merkmale der DB-Car-Sharing-Teilnehmer eher den Merkmalen der Stattauto-München-Teilnehmer, wie sie im Jahr 1996 bestanden, entsprechen. Möglicherweise deuten sich hier Entwicklungstrends an.

Eigener Pkw wird überflüssig

Auch hier gibt es keine nennenswerten Veränderungen; der Anteil der CS-Teilnehmer ohne eigenen Pkw ist nach wie vor sehr hoch: rund neun von zehn CS-Teilnehmern (88 Prozent – 1996: 92 Prozent) besitzen keinen eigenen Pkw; dies sind rund vierinhalb Mal so viele wie in der Bevölkerung Münchens (20 Prozent – 1996: 19 Prozent); der Befund zeigt – in Verbindung mit den Ergebnissen zum unveränderten Zeitbedarf für die tägliche Mobilität –, dass die CS-Teilnahme den eigenen Pkw quasi überflüssig macht.

Weniger Pkw-Abschaffer – mehr Pkw-Nicht-Anschaffer

Der Anteil derer an allen CS-Teilnehmern, die nicht über einen Pkw verfügen, die angeben, ihren Pkw wegen der CS-Teilnahme abgeschafft zu haben, ist gegenüber 1996 deutlich zurückgegangen (minus sieben Prozentpunkte); dafür ist vor allem der Anteil der Pkw-Nicht-Anschaffer gestiegen, also der Anteil derer, die für sich in Anspruch nehmen, dass sie auch als Nicht-CS-Teilnehmer

auf eine Pkw-Anschaffung verzichtet hätten (plus fünf Prozentpunkte) und der Anteil derer, die sagen, dass sie als Stattauto-Teilnehmer auf die Anschaffung eines Pkw verzichtet haben (plus zwei Prozentpunkte).

Dieser Befund passt zu dem anderen Ergebnis, dass der Anteil der MVV-Abonnenten unter den CS-Teilnehmern deutlich zugenommen hat, einer Klientel, bei der der Pkw-Besitz ohnehin weniger häufig vorkommt. Das heißt, der Anteil der echten „Pkw-Aussteiger“ ist zurückgegangen – auf nunmehr 14 Prozent – zu Gunsten des Anteils der Pkw-Nicht-Anschaffer; dieser Anteil ist insgesamt angestiegen – auf 79 Prozent der Nicht-Pkw-Besitzer (Abb. 10). Um die entsprechenden Gruppengrößen auf Basis der CS-Teilnehmer insgesamt – und nicht nur auf Basis der Nicht-Pkw-Besitzer – ermitteln und vergleichen zu können, müssen diese Anteile natürlich auf der Basis aller Befragten dargestellt werden – wie in Tabelle 2.

Anteile von Pkw-Besitzern und -Nicht-Besitzern **Tabelle 2**

Gruppen/Motive	1996	2002
Besitze einen Pkw	8 %	12 %
Habe meinen Pkw aufgrund der Teilnahme bei Stattauto München abgeschafft	19 %	12 %
Habe als Teilnehmer bei Stattauto München auf die Anschaffung eines Pkw verzichtet	34 %	35 %
Auch als Nicht-Teilnehmer/in bei Stattauto München hätte ich mir keinen Pkw angeschafft	32 %	35 %
keine dieser Aussagen tritt zu	7 %	6 %
	100 %	100 %

Basis Car-Sharing-Kunden: n = 596 (1996) und n = 700 (2002)

Veränderungen des räumlichen Aktionsradius

Bei den meisten Gebietseinheiten ergeben sich beim räumlichen Aktionsradius nur geringe Veränderungen (jeweils unter einem Fünftel); lediglich bei Tätigkeiten *außerhalb der Stadt* haben sich bei 41 Prozent der Teilnehmer Veränderungen in die eine oder andere Richtung ergeben; das geringste Veränderungsvolumen ergibt sich beim Aufenthalt *im Zentrum* (elf Prozent).

Auch dieser Befund entspricht dem der ersten Untersuchung von 1996 nahezu vollständig; auch hier gab es mit 40 Prozent das größte Volumen an Veränderungen beim Aufenthalt (beziehungswise Fahrten nach) *außerhalb der Stadt* und das geringste Veränderungsvolumen beim Aufenthalt *im Zentrum* (zehn Prozent). Veränderungen gibt es zum einen bei der Aufenthaltshäufigkeit außerhalb der Stadt: 59 Prozent davon betreffen einen *vermehrten* Aufenthalt außerhalb der Stadt. Veränderungen gab es ferner im Nahbereich, also *im eigenen Wohnquartier* und *im eigenen Stadtteil*; jeweils fast neun von zehn CS-Kunden, die in

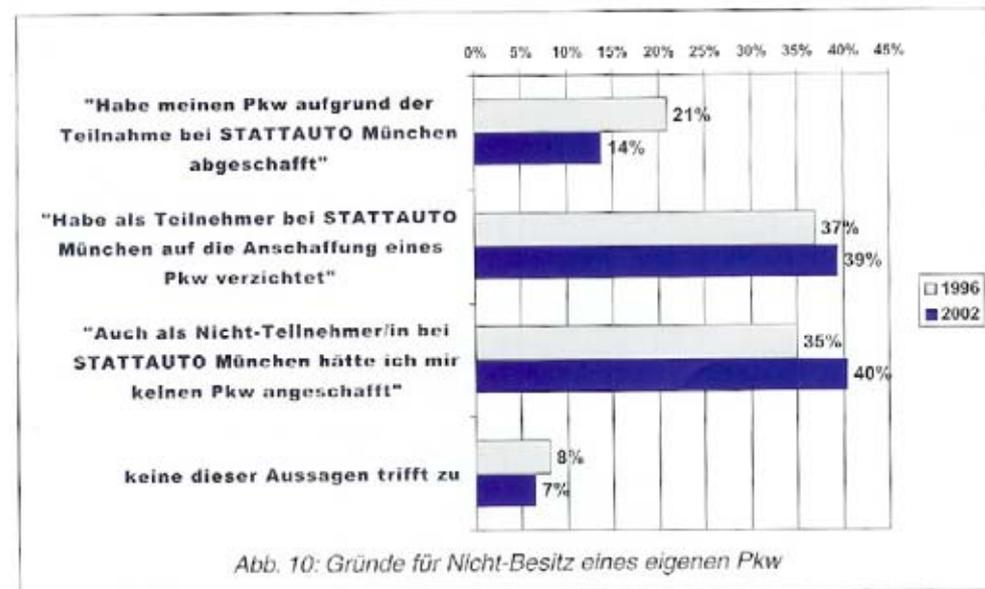


Abb. 10: Gründe für Nicht-Besitz eines eigenen Pkw

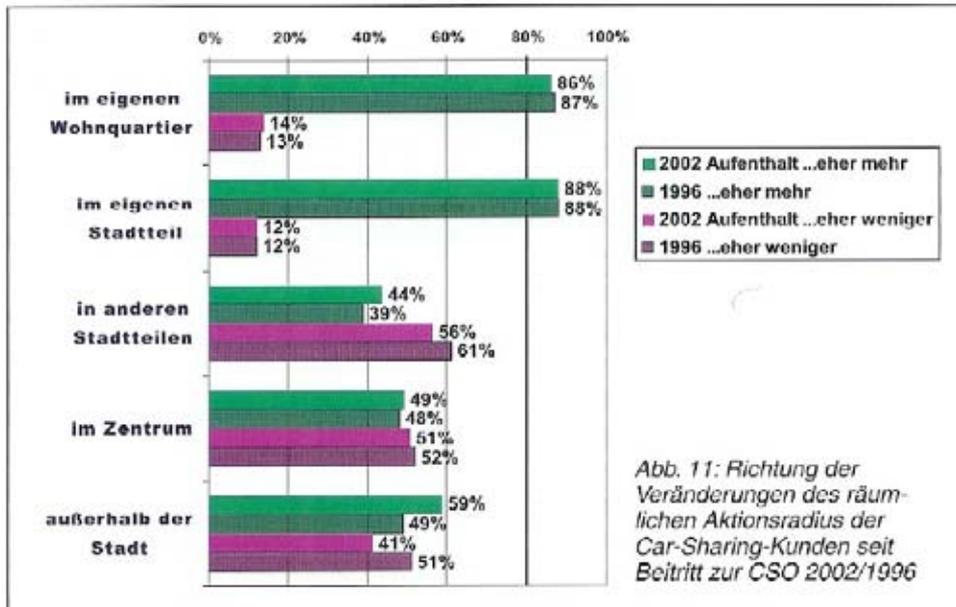


Abb. 11: Richtung der Veränderungen des räumlichen Aktionsradius der Car-Sharing-Kunden seit Beitritt zur CSO 2002/1996

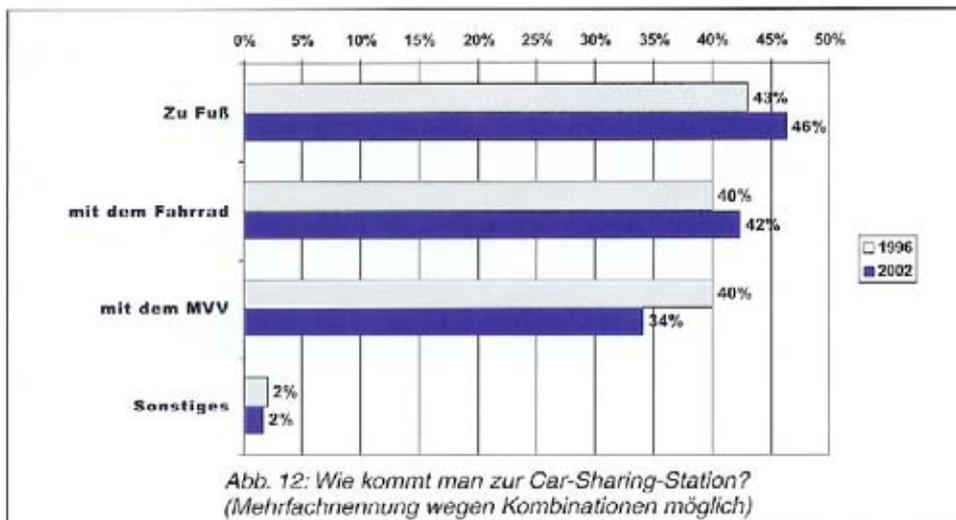


Abb. 12: Wie kommt man zur Car-Sharing-Station? (Mehrfachnennung wegen Kombinationen möglich)

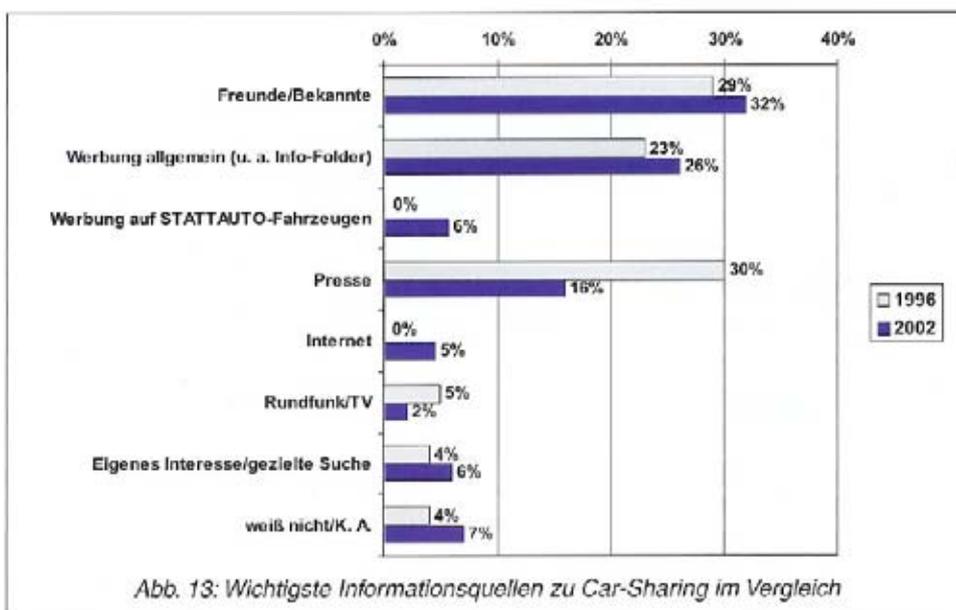


Abb. 13: Wichtigste Informationsquellen zu Car-Sharing im Vergleich

diesen räumlichen Einheiten veränderte Aufenthaltshäufigkeiten angeben, halten sich eher mehr dort auf (86 und 88 Prozent). Die Neigung, sich in anderen Stadtteilen aufzuhalten, ist demgegenüber tendenziell zurückgegangen: 56 Prozent geben an, sich dort jetzt eher weniger aufzuhalten.

Die Aufenthaltshäufigkeit im Stadtzentrum wird durch den Beitritt zu CSO am wenigsten tangiert; lediglich rund jeder Zehnte stellt hier für sich Veränderungen fest (elf Prozent) und annähernd gleich viele geben an, sich dort jetzt eher mehr (49 Prozent) oder eher weniger (51 Prozent) aufzuhalten, so dass sich die Effekte in der Tendenz gegenseitig aufheben.

Somit lassen sich in der Tendenz zwei Entwicklungen feststellen: eine leicht gestiegene Aufenthaltshäufigkeit außerhalb der Stadt und eine ebenfalls gestiegene Aufenthaltshäufigkeit im Nahbereich auf Kosten der Aufenthaltshäufigkeit in anderen Stadtteilen. Der Nahbereich, also das eigene Wohnquartier, der eigene Stadtteil, dürfte wiederum zu den „Gewinnern“ dieser Umstellung der Mobilitätsgewohnheiten zählen, da hier vor allem die regelmäßig anfallenden Mobilitätsanlässe wie der tägliche Einkauf (54 Prozent im eigenen Wohnquartier und 35 Prozent im eigenen Stadtteil) eine Rolle spielen, während bei Fahrten nach außerhalb der Stadt eher die sporadisch stattfindenden Mobilitätsanlässe wie Besuch bei Verwandten (63 Prozent außerhalb der Stadt) oder Wochenendauffahrten (88 Prozent außerhalb der Stadt) von Bedeutung sind [5].

Bei der Darstellung der Veränderungen gegenüber 1996 wird deutlich, dass es hier bei den meisten räumlichen Einheiten keine nennenswerten Veränderungen gegeben hat; allerdings: Der Aufenthalt außerhalb der Stadt hat gegenüber 1996 tendenziell zugenommen; 59 Prozent geben an, sich dort jetzt eher mehr aufzuhalten (1996: 49 Prozent), während sich 41 Prozent (1996: 51 Prozent) jetzt eher weniger dort aufhalten. Diese Effekte hatten sich 1996 noch gegenseitig neutralisiert (Abb. 11).

Benutzte Verkehrsmittel für den Weg zur CS-Station

Zur CS-Station kommen inzwischen die meisten zu Fuß (46 Prozent) oder mit dem Fahrrad (42 Prozent); diese Anteile haben sich seit 1996 leicht erhöht. Dem entspricht der Rückgang beim Zubringer MVV von rund sechs Prozentpunkten (jetzt 34 Prozent – es ergeben sich Mehrfachnennungen wegen Verkehrsmittelkombinationen).

Hier kommt empirisch zum Ausdruck, dass sich seit 1996 die Stellplatzsituation sehr zum Vorteil der CS-Nutzer entwickelt hat: Während es 1996 lediglich 20 CS-Stationen von Statauto München gab, kann man sein Statauto nun an insgesamt 57 Stationen abholen und abstellen, so dass hier die Wege kürzer und die Ziele noch besser zu Fuß oder mit dem



Fahrrad erreichbar sind. Diese Entwicklung wurde bereits im Zusammenhang mit der 1996er-Untersuchung antizipiert. Dennoch dürfte die wichtige Zubringerfunktion des ÖPNV auch künftig erhalten bleiben (Abb. 12).

Überdurchschnittliche MVV-Anteile beim Weg zur CS-Station ergeben sich im Übrigen bei

- den MVV-Abo-Kunden (44 Prozent),
- den über 60-jährigen CS-Teilnehmern (44 Prozent) und
- denjenigen, die ihr Auto wegen der CS-Teilnahme abgeschafft haben (40 Prozent).

Allerdings gibt es überraschenderweise wiederum keinen überdurchschnittlichen MVV-Anteil für den Weg zur CS-Station bei den CS-Teilnehmern ohne Pkw-Verfügbarkeit insgesamt: diese kommen nicht häufiger mit dem MVV zur CS-Station als der Durchschnitt aller CS-Teilnehmer (34 Prozent), sondern suchen diese häufiger zu Fuß auf – 48 Prozent.

Wirksamste Informationsquellen zu Car-Sharing

Die wirksamsten Informationsquellen zur Bekanntmachung von CS sind

- Mundpropaganda im Freundes- und Bekanntenkreis (32 Prozent),
- Werbung allgemein (26 Prozent) – das dürfte vor allem auch der gemeinsame MVV-Abo-/Stattauto-Info-Folder sein –,
- Werbung auf Stattauto-Fahrzeugen (sechs Prozent),
- Presseberichte über CS (16 Prozent),
- das Internet (fünf Prozent).

Bei den CS-Teilnehmern unter 30 Jahren steht das Internet im Übrigen mit elf Prozent bereits an dritter Stelle, was die Wirksamkeit der Informations- und Werbemaßnahmen betrifft (nach Mundpropaganda über Freunde/Bekannte: 39 Prozent und Werbung allgemein: 20 Prozent).

Der Vergleich mit den 1996er-Befunden zeigt, dass die *Mundpropaganda im Freundes- und Bekanntenkreis* und die *Werbung allgemein* etwas häufiger genannt werden als 1996 (jeweils plus drei Prozent); insofern muss diesen Werbemaßnahmen natürlich auch eine tendenziell noch höhere Wirksamkeit zugesprochen werden. Auch die *Werbung auf Stattauto-Fahrzeugen* wird überhaupt erstmals explizit genannt (sechs Prozent – 1996 gar nicht); diese Werbemaßnahme findet natürlich auch wegen der zunehmenden Zahl der Stattauto-Fahrzeuge immer mehr Beachtung.

Die Presseberichterstattung wird dagegen deutlich weniger häufig genannt als noch 1996; vermutlich wird auch weniger über CS berichtet, weil der Neuigkeitswert von CS an sich nicht mehr so gegeben ist wie noch 1996 (Abb. 13).

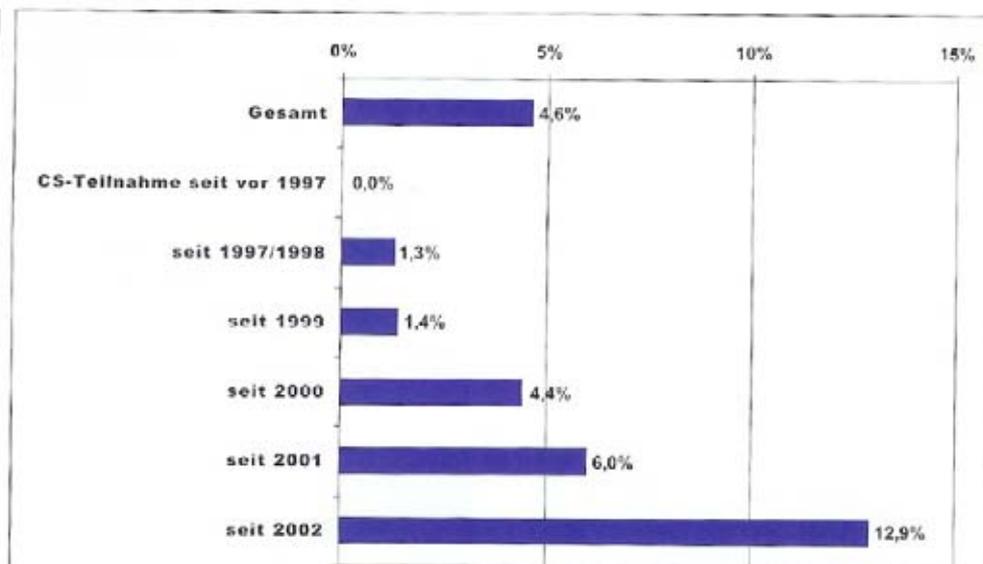


Abb. 14: Internet als Informationsquelle zu Car-Sharing

Das Internet spielte 1998 noch keine Rolle. Das Medium Internet weist im Übrigen eine rasant zunehmende Tendenz auf, was dessen Inanspruchnahme anbetrifft, wie man der Darstellung in Abhängigkeit vom CS-Eintrittsjahr entnehmen kann: Vor dem Eintrittsjahr 2000 sind es im Schnitt ein Prozent, die sich auf diese Weise informiert hatten. Von den CS-Teilnehmern, die seit dem Jahr 2002 dabei sind, geben dies bereits 13 Prozent der CS-Teilnehmer an (Abb. 14).

Resümee und Ausblick

Die Marketing-Kooperation zwischen Stattauto München und MVV hat sich bewährt:

- Das Ziel einer höheren MVV-Kundenbindung wurde erreicht; die Nachfrage nach dem MVV-Abonnement wurde tendenziell stimuliert: Rund ein Drittel der MVV-Abonnenten unter den CS-Teilnehmern hat sich das Abo extra wegen der dann günstigeren CS-Konditionen zugelegt.
- Dieser Effekt hat ebenfalls eine zunehmende Tendenz: eine zunehmende Abonachfrage wegen der günstigeren CS-Konditionen ist vermehrt bei den CS-Neueinsteigern zu verzeichnen (47 Prozent).
- CS führt tendenziell zu mehr Nachfrage beim MVV und zu weniger Pkw-Verkehr, beeinflusst den Modal Split also zu Gunsten des ÖPNV.
- Im Unterschied zu 1996 kommt die MVV-Mehrnachfrage von den MVV-Abonnenten und vor allem von den CS-Neueinsteigern.
- Verglichen mit 1996 ist der MVV-Umsatz, den die CS-Kunden beziehungsweise deren Haushalte bringen, real gestiegen.
- CS- und MVV-Nutzung ergänzen sich; die MVV-Mehrnachfrage – vor allem im Frei-

zeitverkehr – erfolgt nicht in Verkehrs-Spitzenzeiten; CS funktioniert im Verbund mit dem MVV nach wie vor ohne Einbußen bei der persönlichen Mobilität.

- „Gewinner“ der Mobilitätsumstellung der CS-Teilnehmer ist nach wie vor der Nahbereich, das eigene Wohnquartier, der eigene Stadtteil, die durch die erfolgte Mobilitätsumstellung und die entsprechend geänderte Nachfrage in der Tendenz nach wie vor weiter aufgewertet werden.

Vor dem Hintergrund der für den ÖPNV und für das CS so positiven Ergebnisse und Effekte der Marketing-Kooperation mit der Car-Sharing-Organisation Stattauto München kann eine Fortsetzung – und möglicherweise auch eine weitere Intensivierung – der Zusammenarbeit aus Sicht des MVV nur gutgeheißen werden.

Literatur

- [1] Kriemeyer, H.: Auswirkungen von Car-Sharing auf die Nachfrage nach ÖPNV-Leistungen, in: DER NAH-VERKEHR 9/1997, S. 14–20
- [2] Vgl. hierzu auch Wilke, G.: Professionalisiertes Car-Sharing im Dilemma Ökologie/Ökonomie? – Überlegungen zur Zukunft des Autoteilens in Deutschland, in: Internationales Verkehrswesen 12/2002, S. 608 ff. sowie Holm, B.: Car-Sharing: Künftig umwelteffizient, in: Internationales Verkehrswesen 3/2003, S. 110 f.
- [3] Interne Angaben zur CS-Teilnehmerfluktuation von Stattauto München, Tesch, J., 3/2003
- [4] Vgl. Knie, A.: Produkte aus dem soziologischen Labor: Entwicklung, Betrieb und Wirkungsanalyse neuer Verkehrsdienstleistungen, unveröffentlichtes Manuskript, Berlin 2003; schriftlich eingereichter Beitrag zum Workshop Car-Sharing im Diskurs des Bundesverbandes Car-Sharing (bcs) und des Senators für Bau und Umwelt, Bremen, vom Februar 2003 in Bremen.
- [5] Hierzu auch Canzler, W.: Für einen zukunftsfähigen ÖPNV, in: Internationales Verkehrswesen 3/2003, S. 108 f.