AIM. EBS Business School

Presseinformation

Aktuelles AIM Carsharing-Barometer 2013:

Carsharing: Moderne Free-Floating-Angebote verhelfen zum Durchbruch

- **Erstmalige repräsentative, anbieterübergreifende und detaillierte Untersuchung zu deutschen Carsharing-Kunden durch das AIM bestätigt eine durchweg positive Wahrnehmung der Angebote.**
- **Hohe Nutzungsintensität sowie extrem hohes Anmeldeaufkommen in 2012 und den ersten vier Monaten des Jahres 2013 weisen auf Durchbruch vor allem bei den von den deutschen Automobilherstellern initiierten neuen „Free-Floating-Angeboten“ hin.**
- **Stationsbasiertes Carsharing wird von Kunden als wertvoller und deutlich preiswerter wahrgenommen**
- **Carsharing wird von Free-Floating-Kunden als wesentlich cooler wahrgenommen.**
- **Zunehmender Wettbewerb um Kunden: knapp 30 Prozent der Carsharing-Kunden nutzen insgesamt mehr als einen Carsharing-Anbieter.**
- **Alternative zum eigenen Auto: Free-Floating-Angebote führen deutlich seltener zur Bestandsreduzierung bei Kunden**

Oestrich-Winkel/Wiesbaden, im Juni 2013 – Das bereits zum dritten Mal erstellte Carsharing-Barometer des Automotive Institute for Management (AIM) an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht liefert erstmalig umfassende Erkenntnisse zu den Einstellungen und zum Nutzungsverhalten und deut-

Thorsten Wagner (M.A.)
Head of Communication/PR AIM
Phone +49 611 7102 2076
Fax +49 611 7102 10 2076
Thorsten.w agner@ebs.edu

EBS Universität
für Wirtschaft und Recht
Gustav-Stresemann-Ring 3
65189 Wiesbaden
www.ebs.edu

Presseinformation

scher Carsharing-Kunden. Die Ergebnisse einer Befragung von über 1.200 Carsharing-Nutzern zeigen einen weiterhin zunehmenden Trend zum Carsharing mit einer sehr hohen Nutzungsintensität bei den Carsharing-Kunden. Nahezu drei Viertel der Befragten besitzt dabei gar keinen PKW. Hiervon wiederum hat jeder Vierte seinen PKW aufgrund des Umstiegs auf Carsharing abgegeben, insbesondere handelt es sich dabei um Kunden traditioneller, stationsbasierter Anbieter. Die Studienergebnisse des AIM bestätigen zudem, dass niedrige Preise und eine einfache Nutzung als wesentliche Nutzungsmotive gelten, der Lifestyle-Aspekt jedoch ebenfalls relevant ist. Darüber hinaus zeigt der Vergleich von Kunden stationsbasierter Anbieter mit Nutzern von Free-Floating-Angeboten deutscher Automobilhersteller (z.B. car2go, DriveNow, Quicar), dass beide Anbieter-Konzepte trotz unterschiedlicher Zielgruppen und unterschiedlichem Nutzungsverhalten vergleichbare Zufriedenheits- und Loyalitätswerte erzielen.

Die Ergebnisse des dritten Carsharing-Barometers des AIM zeigen deutlich, dass der Carsharing-Kundenstamm in 2012 und den ersten vier Monaten des Jahres 2013 überproportional gewachsen ist und für die Zukunft weiterhin ein sehr deutliches Wachstumspotenzial besteht – sowohl für stationsbasierte als auch für Free Floating-Anbieter. In einer umfangreichen repräsentativen Befragung von mehr als 1.200 aktiven Carsharing-Kunden wurden die Einstellungen und die Wahrnehmung in Bezug auf verschiedene Anbieter untersucht.

„Der Carsharing-Markt ist mehr denn je von einem **überproportionalen Wachstum** geprägt. Das bestätigen sowohl die Analyse des Anmeldeaufkommens im Rahmen der dritten Auflage des Carsharing-Barometers als auch eine vom AIM durchgeführte geografische Analyse der Verteilung von Carsharing-Anbietern in Deutschland," so **Prof. Dr. Tobias Schäfers** vom AIM, einer der Studienleiter. Ein weiteres Kennzeichen für einen rasant wachsenden Markt liefert das **extrem hohe Anmeldeaufkommen**, das bereits in den ersten vier Monaten des Jahres 2013 zu beobachten war. „Der Markt ist momentan sehr dy-

Thorsten Wagner (M.A.)
Head of Communication/PR AIM
Phone +49 611 7102 2076
Fax +49 611 7102 10 2076
Thorsten.wagner@ebs.edu

EBS Universität
für Wirtschaft und Recht
Gustav-Stresemann-Ring 3
65189 Wiesbaden
www.ebs.edu

namisch; gerade angesichts des Expansionskurses vieler Anbieter ist bis zum Jahresende mit einem erheblichen Wachstum zu rechnen," ergänzt Prof. Dr. Schäfers. Dies Bild ist sowohl bei stationsbasierten als auch bei Free-Floating-Anbietern sehr stark ausgeprägt. Der Umstand rührt nicht zuletzt daher, dass das Carsharing-Angebot vor allem in Ballungszentren in den letzten Jahren deutlich ausgebaut wurde und auch das Image der Angebote sich massiv verändert hat, woran gerade unkonventionelle und hochwertige (Elektro-) Kleinwagen einen bedeutenden Anteil haben dürften. Während es im Jahr 2011 in den meisten deutschen Städten mit Carsharing-Angebot nur einen oder zwei Anbieter gab, können viele Carsharing-Kunden heute bereits aus zwei bis vier unterschiedlichen Angeboten wählen. Entsprechend zeigt ein weiteres Ergebnis des aktuellen Carsharing-Barometers, dass knapp 30 Prozent der befragten Carsharing-Kunden **mehr als einen Anbieter** nutzen, wobei insbesondere Flinkster, DriveNow und car2go beliebte zusätzliche Anbieter zum präferierten Erstanbieter sind.

Während der Carsharing-Markt bis vor wenigen Jahren durch eine eher geringe interne Konkurrenz gekennzeichnet war, ist nicht zuletzt aufgrund des Markteinstiegs der Automobilhersteller mit Ihren Free Floating-Angeboten der **Wettbewerb deutlich gestiegen**. Derartige, häufig mit größeren Fuhrparks ausgestattete Angebote sind stärker auf kürzere Nutzungszyklen ausgelegt und setzen eine größere Anzahl potenzieller Kunden voraus. Dies wird so auch deutlich vom Carsharing-Barometer 2013 bestätigt: Kunden von Free Floating-Anbietern nutzen Carsharing häufiger, dafür aber in deutlich kürzeren Nutzungszeitspannen als solche von stationsbasierten Anbietern. Während die Fahrzeuge bei Letzteren zu 70 Prozent zwischen zwei und vier Stunden gemietet werden, nutzen Kunden von Free Floating-Anbietern die gebuchten Fahrzeuge zu 90 Prozent nur bis zu einer Stunde.

Eine weitere gute Botschaft für die Anbieter: Casharing wird vorrangig von einer jungen Zielgruppe genutzt: Jeder zweite befragte Carsharing-Kunde ist **zwischen 17 und 39 Jahren** alt, wobei Free Floating-Anbieter ein nochmal deutlich jüngeres Klientel bedienen. Hier ist jeder zweite Kunde jünger als 30 Jahre. Zudem wird **stationsbasiertes Carsharing als wertvoller und deutlich preiswerter** wahrgenommen, jedoch nehmen **Free Floating-**

Thorsten Wagner (M.A.)
Head of Communication/PR AIM
Phone +49 611 7102 2076
Fax +49 611 7102 10 2076
Thorsten.wagner@ebs.edu

EBS Universität
für Wirtschaft und Recht
Gustav-Stresemann-Ring 3
65189 Wiesbaden
www.ebs.edu

Presseinformation

Kunden ihr Angebot als **sehr viel cooler** wahr. Mittlerweile gilt Carsharing als echte Alternative für die individuelle Mobilität. Rund **23,5 Prozent** der Nutzer - zumeist von stationsbasierten Anbietern - haben in der Vergangenheit bereits die A**nzahl der im Haushalt vorhandenen Autos reduziert**. „Unsere Ergebnisse zeigen deutlich, dass der Weg der Automobilhersteller, hochwertige und gleichzeitig hochflexible Carsharing-Angebote mit interessanten Fahrzeugen anzubieten, der richtige ist, und deutlich zurLoyalität beiträgt. Junge Kundengruppen werden früh an die Marken herangeführt, eine hohe Identifikation erreicht, und der Verzicht auf das eigene Auto steht weitaus weniger im Vordergrund als bei den traditionellen, stationsbasierten Anbietern. Carsharing 2.0 ist ein Erfolgskonzept, das noch ein großes Wachstumspotenzial hat," so **Dr. Kristina Wittkowski**, Mitautorin der Studie und Expertin für Access-Based Services an der EBS Business School.

Das ursprüngliche Nutzungsmotiv des Carsharing, eine geringe Umweltbelastung, ist erst an dritter Stelle für die Carsharing-Nutzung bei den befragten Kunden ausschlaggebend. Gegenüber allen abgefragten Motiven wurden mit deutlichem Vorsprung **niedrige Preise**, gefolgt von **einfacher Nutzung** als die wichtigsten Motive genannt. Beim Vergleich der Nutzungsmotive zwischen Nutzern stationsbasierter Anbieter und Free Floating-Kunden wird deutlich, dass Carsharer bei Free Floating-Anbietern eine **abwechslungsreiche Auswahl an Fahrzeugen** stärker vorziehen als Kunden stationsbasierter Anbieter. Dafür ist das Nutzungsmotiv der geringen Umweltbelastung für Nutzer von stationsbasierten Anbietern wichtiger als für die der Herstellerangebote.

Weiterhin wurde der Carsharing-Nutzer als solcher erstmals detailliert in Bezug auf die Kundentreue charakterisiert: zwei von drei Befragten bezeichnen sich demnach als treue Kunden. Außerdem würden sich 90 Prozent der Nutzer positiv über ihren Anbieter äußern, die Empfehlungsrate liegt sogar bei 94 Prozent. Auch wenn das persönliche Besitzempfinden bei der Nutzung eines Carsharing-Autos nicht besonders stark ausgeprägt ist, sprechen die Kunden zu einem Anteil von mehr als 90 Prozent mit Freunden und Bekannten über ihren Anbieter, die Hälfte der Befragten versucht darüber hinaus, ihren Anbieter bekannter zu machen.

Thorsten Wagner (M.A.)
Head of Communication/PR AIM
Phone +49 611 7102 2076
Fax +49 611 7102 10 2076
Thorsten.wagner@ebs.edu

EBS Universität
für Wirtschaft und Recht
Gustav-Stresemann-Ring 3
65189 Wiesbaden
www.ebs.edu

EBS Business School

Presseinformation

Das aktuelle AIM Carsharing-Barometer sowie

weitere Informationen zur Pressemeldung erhalten Sie bei:

EBS Business School
Automotive Institute for Management (AIM)
Thorsten Wagner
Head of Communication and PR
Rheingaustr. 1
65375 Oestrich-Winkel
Tel.: +49 611 7102-2076
Fax: +49 611 710210-2076
E-mail: thorsten.wagner@ebs.edu

Über die EBS Universität für Wirtschaft und Recht

Die EBS Universität für Wirtschaft und Recht ist eine führende private Wirtschaftsuniversität in Deutschland mit Standorten in Wiesbaden und Oestrich-Winkel. Die Universität bildet Studenten in Bachelor- und Masterstudiengängen in Betriebswirtschaftslehre und für die Erste juristische Prüfung (Staatsexamen) in Jura aus. Aktuell zählt die EBS Universität mehr als 1500 Studenten. In ihrer Forschung legt die Universität einen Schwerpunkt auf wirtschaftlichen Anwendungsbezug. Außerdem unterstützt die EBS Universität mit ihrem Weiterbildungsangebot Fach- und Führungskräfte aus der Wirtschaft.

Die EBS Universität gliedert sich in zwei Fakultäten, die EBS Business School und die EBS Law School. Die EBS Business School, ein Pionier der deutschen Business Schools, bildet seit 1971 künftige Führungspersönlichkeiten mit internationaler Perspektive aus und zählt zu den renommiertesten betriebswirtschaftlichen Fakultäten Deutschlands. Seit April 2012 ist die EBS Business School mit dem internationalen Gütesiegel EQUIS zertifiziert. Die EBS Law School ist die jüngste juristische Fakultät in Deutschland. Seit 2011 bietet die Law School der EBS Universität als einzige Universität in Deutschland ein vollwertiges, klassisches Jura-Studium mit dem Abschlussziel Staatsexamen und wirtschaftsrechtlichen Schwerpunktbereichen sowie einem integrierten Master in Business (MA) an.

Über das Automotive Institute for Management (AIM)

Das Automotive Institute for Management (AIM) wurde 2009 gegründet. Es widmet sich in der Forschung richtungweisenden Automobil- und Mobilitäts-Themen national und international und ist in Bildung und Weiterbildung tätig. Dies erfolgt in Kooperation mit bedeutenden Mobilitätspartnern aus Wirtschaft und Politik bearbeitet. Als Querschnittsinstitution ist das AIM in der EBS Business School, Universität für Wirtschaft und Recht in Wiesbaden/Rheingau, angesiedelt. Das AIM gehört als Wissenschaftspartner zum Frankfurter House of Logistics & Mobility (HOLM).

Thorsten Wagner (M.A.)
Head of Communication/PR AIM
Phone +49 611 7102 2076
Fax +49 611 7102 10 2076
Thorsten.wagner@ebs.edu

EBS Universität
für Wirtschaft und Recht
Gustav-Stresemann-Ring 3
65189 Wiesbaden
www.ebs.edu