

Carsharing als Element nachhaltiger Mobilität

Potenziale aus KonsumentInnenperspektive

Regine Rehaag

Input zum Themenforum

Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Lebensstile,

3. NRW-Nachhaltigkeitstagung Gut Leben, Arbeiten und Wirtschaften in 2030

Carsharing als Element nachhaltiger Mobilität

Projektförderung durch Kompetenzzentrum Verbraucherforschung
NRW (März bis November 2014)

- Studiendesign
 - Gruppendiskussionen mit Carsharing-Nutzern und Autofahrern
 - Tiefeninterviews mit Experten
(Verkehrs- und Carsharinganbieter, Kommunen)
 - Stakeholder-Workshop Oktober 2014
(Akteure aus Politik, Kommunen, Verkehrs- und Carsharing-Anbieter)

Mobilität im Wandel

- Urbane Mobilität als eine zentrale Herausforderung für Kommunen
 - Verkehrsminderung,
 - Verbesserung der Lebensqualität und
 - Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien
- ➔ Multi-modale Mobilitätskonzepte
- ➔ grundlegende Verhaltensänderungen, Wende vom motorisierten Individualverkehr zu Öffentlichem Verkehr und Modal Split

Mobilität im Wandel



„In Zukunft wird das am meisten genutzte Transportmittel...“

Mobilität im Wandel

„... das Smartphone sein!“



Prof. Dr. Rolfes, Vorstand Stadtwerke Osnabrück

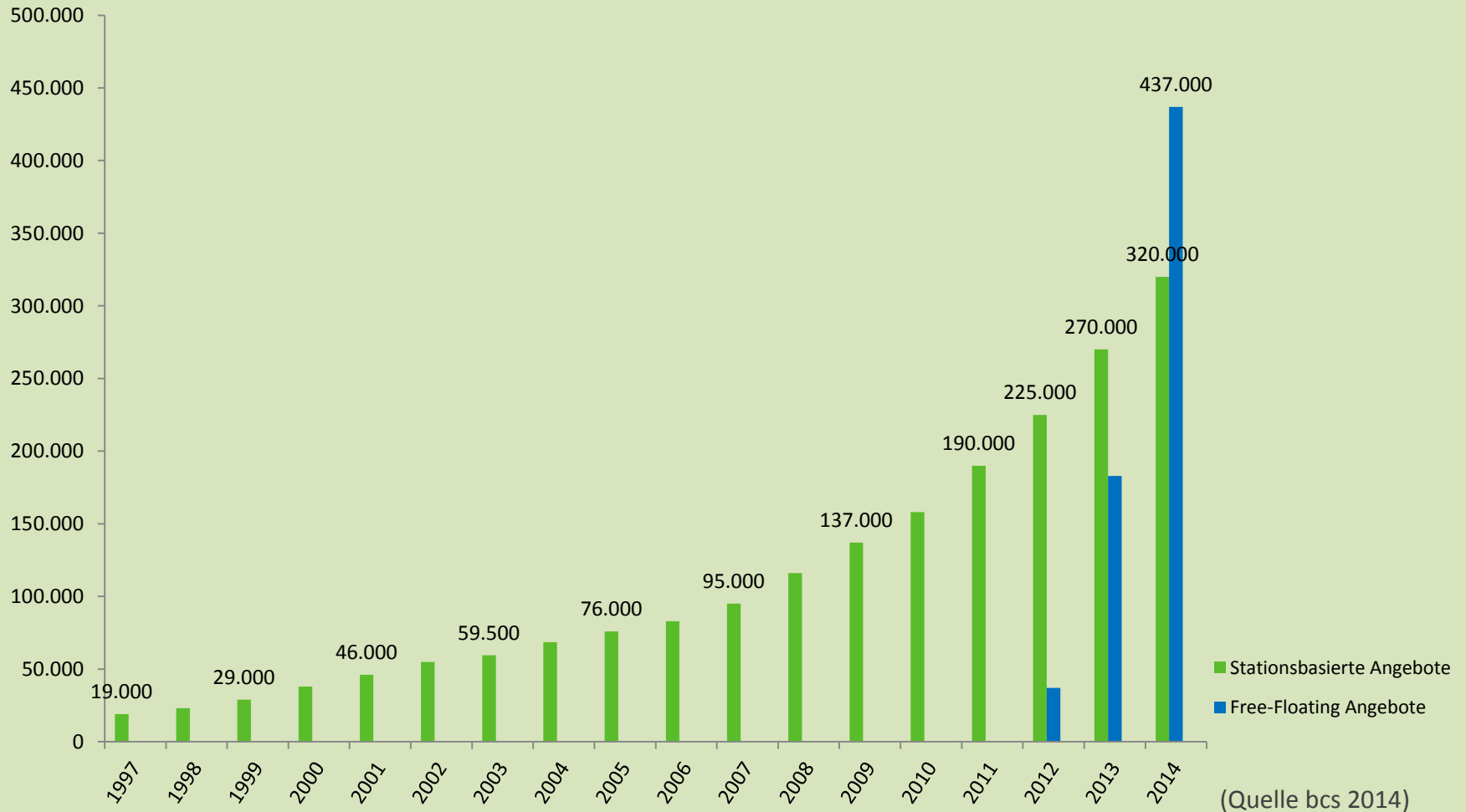
Mobilität im Wandel

- Technologische Entwicklung
 - Marktdurchdringung Smartphones Deutschland (58%)
- Neue Mobilitätsdienstleistungen und Anbieter
 - Verkehrsinformationen (Staumeldungen, Routenplaner, Verkehrsportale von DB und privaten Anbietern)
 - Schnittstellenangebote (ÖPNV, Rent a Bike, Carsharing)

Mobilität im Wandel

- Veränderte Mobilitätsbedürfnisse und -präferenzen
 - Rückgang von KFZ-Neuzulassungen (- 4,2% im Zeitraum 2012/2013)
 - Geringere emotionale Relevanz des Autobesitzes bei jüngeren Generationen (urbane Räume)
 - Anstieg der Nutzung von ÖPNV und Fahrrad
 - Anstieg bei Carsharing-Nutzung (professionelle Anbieter und Peer-to-Peer)
 - Free-floating Carsharing Angebote

CarSharing Entwicklung Nutzer/innen



Mobilitätsbedürfnisse

- Flexibilität und Individualität
 - Tür-zu-Tür-Mobilität
 - Optimale bedarfsorientierte Verkehrsmittelwahl
 - Entlastung von Kosten, Zeit und Stress
 - Freistellung für andere Tätigkeiten (arbeiten, kommunizieren, Unterhaltung)
 - Komfort und Servicequalität (Verfügbarkeit, Buchung, Support)

➔ Nachhaltigkeitsaspekte sind nachrangig!

Wandel der Konsumgewohnheiten - Sharing Economy

- ‚Nutzen statt Besitzen‘ als soziokultureller Trend sich wandelnder Konsumpräferenzen -> Kommunikationstechnologie, Reisen, digitale Streamingdienste
- Sharing Economy spiegelt Flexibilisierung der multi-optionalen Gesellschaft und Tendenz zur Vermeidung frühzeitiger Festlegungen – fluide Güter statt ‚Immobilien‘ und
- ist Ausdruck einer digitalen Kommunikationskultur des Teilens und Mit-Teilens (soziale Netzwerke, Communities)

Carsharing Nutzer sind überzeugte Botschafter...

„...die ideale Art Auto zu fahren...“

„... Flexibilität, das richtige Auto für den jeweiligen Anlass...“

*„Für mich eher Teil eines Gesamtkonzeptes.
Ich benutze Call-a-Bike, Bahn natürlich auch mal einen Mietwagen ...“*

„Alles andere ist Steinzeit!“

Vorgeschichte: vom Saulus zum Paulus

- Entscheidung für stationsbasiertes Carsharing ist ein längerer hochambivalenter Abwägungsprozess
- Aufgabe des eigenen Autos als ‚Opfergang‘
- Biografische Umbrüche sind Weichen für Veränderungen im Verkehrsverhalten -> Carsharing-Nutzung
- Die Entscheidung für Free-Floating-Angebote ist unverbindlicher

Vorgeschichte: vom Saulus zum Paulus

„... bis vor 11 Jahren, seit dem Führerschein, war ich nie ohne Auto und hätte mir auch niemals vorstellen können jemals ohne Auto sein zu können - genau wegen dieser Freiheit, jederzeit überall hin. Es hat durchaus für leichte depressive Verstimmungen geführt wenn irgendetwas mit dem Auto war, wenn es hieß es ist nicht reparabel und ich habe jetzt erstmal keins. Irgendwann kam dann aber tatsächlich auch der Punkt und zwar als ich aus dem Angestelltenverhältnis in die Selbständigkeit gegangen bin.“

Vorgeschichte: vom Saulus zum Paulus

„... mit achtzehn (Jahren) hatte ich den Führerschein und da stand auch das Auto vor der Tür. Ich war an das Auto so gewöhnt, das gehörte dazu wie ein paar Schuhe und als ich das dann abgegeben habe, hatte ich das Gefühl, jetzt bin ich abgekoppelt von der ganzen Welt...“

Barrieren der Carsharing Nutzung

- Verlust individueller spontaner Mobilität und persönlicher Freiheit
 - Fehlende Verfügbarkeit von Carsharing Angeboten in direkter Nähe
 - Fehlende Anbindung an ÖPNV bzw. Schnittstellen (Park and Ride)
 - Die Einstiegshürde – ‚wieder zum Anfänger werden‘
(Handling wie neue Automodelle, Zugangsmodalitäten)
- ➔ Unkenntnis und fehlende soziale Praxis sind die größten Hindernisse!

Aufgaben

- Öffentlichen Meinungsbildungsprozess gestalten und Carsharing zum mobilen Mainstream machen mit der Botschaft

*„Carsharing ist ein smartes Angebot zeitgemäßer,
nachhaltiger Mobilität“*

Die Zukunftsvision der NutzerInnen

„Man muss die Leute halt wirklich überzeugen, dass das viel mehr bringt als ein eigenes Auto zu haben. Ich finde man sollte auch viel mehr das komplette Konzept verkaufen als nur Carsharing; weil Carsharing ist nützlich, hat Vorteile und Nachteile, aber wenn man den Leuten klarmacht, dass es Teil eines größeren Konzeptes ist und das Konzept an sich ist letztendlich viel besser und günstiger ist als ein eigenes Auto zu haben.“

Die Zukunftsvision der NutzerInnen

„... in 20 oder 30 Jahren würde ich mich sehr gerne dann zuhause, oder irgendwo wo ich bin, einloggen ins System und sagen, ich bin jetzt hier, ich möchte da hin und das System sagt mir wo ich einsteigen müsste und wo ich aussteigen müsste und mit welchen Verkehrsmitteln ich am besten dorthin komme.“