

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Entscheidungslogiken in multioptionalen Mobilitätssystemen	7
3	Methodik	13
3.1	Datenquellen	13
3.2	Datenerhebung zum (E-)Carsharing-Angebot	13
3.3	Interviews	15
3.4	Themenfeldtreffen und Workshop	18
4	Potenziale von (E-)Carsharing	21
4.1	Allgemeine Potenziale	21
4.1.1	Beitrag zur Reduzierung des Gesamtfahrzeugbestands in Abhängigkeit des Carsharing-Systems	21
4.1.2	Beitrag zur Reduzierung der MIV-Personenkilometer	24
4.1.3	Beitrag zur Sensibilisierung für Kosten von Mobilität	24
4.1.4	Beitrag zur Änderung von Mobilitätsroutinen	24
4.1.5	Beitrag zum Abbau von Hemmschwellen gegenüber Elektromobilität	25
4.2	Potenziale für Kommunen	26
4.2.1	Beitrag zur Schaffung eines innovativen Images	26
4.2.2	Aufwandsreduzierung mittels Substitution von Fuhrparkfahrzeugen durch die Nutzung von (E-)Carsharing	26
4.2.3	Ergänzung des ÖPNV und Stärkung des Umweltverbundes	28
4.3	Potenziale mit besonderer Bedeutung für Kommunen im städtischen/verdichteten Raum	32
4.3.1	Risiko der Kannibalisierung des ÖPNV	32
4.3.2	Beitrag zur Reduzierung des Parkraumbedarfs	33
4.3.3	Beitrag zur Reduzierung lokaler Emissionen	34
4.3.4	Beitrag zur Aufwertung von Wohnquartieren	35

VII

4.4	Potenziale mit besonderer Bedeutung für Kommunen im ländlichen Raum	37
4.4.1	Ansätze für einen wirtschaftlichen Betrieb (s. auch Kap. 6)	37
4.4.2	Gemeinschaftsbildung und lokale Identifikation	40
4.4.3	Lokale Nutzung lokal erzeugter und regenerativer Energie	41
4.4.4	Verbindung der (E-)Carsharing-Nutzung mit der Nutzung als Bürgerbus	42
5	Aktuelle (E-)Carsharing-Systeme und -akteure	45
5.1	Akteure, Stakeholder	45
5.1.1	(E-)Carsharing-Anbieter	45
5.1.2	Kooperationen und neue Geschäftsmodelle	46
5.1.3	Nachfrage nach (E-)Carsharing	48
5.1.4	Input-Markt/default]Input-Markt/Dienstleister	49
5.1.5	Rahmenbedingungen	50
5.2	Systematik für die Charakterisierung von (E-)Carsharing-Angeboten	54
5.2.1	Charakterisierung von (E-)Carsharing-Angeboten – Überblick	54
5.2.2	Charakterisierung von (E-)Carsharing-Angeboten – Kriterien	56
5.3	Anbieter	62
5.3.1	Methodik und Grunddaten	62
5.3.2	Detaillauswertungen	64
6	Handreichungen für den Weg zur Wirtschaftlichkeit	73
6.1	Wirtschaftlichkeit von (E-)Carsharing – Erfolgsfaktoren, mögliche Hemmnisse, Strategien	73
6.1.1	Organisation	75
6.1.2	Marketing	78
6.1.3	Standort	84
6.1.4	Ladeinfrastruktur und Fahrzeuge	87
6.2	Wirtschaftlichkeits-Tool	92
6.2.1	Ertrag/Möglichkeiten zur Aufwandsminderung	93
6.2.2	Aufwand	96
7	Übersicht ausgewählter (E-)Carsharing Anbieter in Deutschland	107
8	Zusammenfassung	149
	Glossar	153
	Literatur	155
	Sachverzeichnis	171