

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Grundlagen: Mobilitätsmarkt, Mobilitätsdaten und Anspruchsberechtigte von Mobilität	5
2.1 Grundlagen Mobilität und Mobilitätsmarkt	5
2.1.1 Definition Mobilität und Mobilitätsformen	5
2.1.2 Akteure und klassische Geschäftsmodelle auf dem Mobilitätsmarkt	6
2.2 Status quo und Entwicklungslinien von Mobilitätsdaten	8
2.2.1 Kartierung von Mobilitätsdaten: Hintergrund und Methodik	8
2.2.2 Mobilitätsdaten aus der Nutzung von Devices und Anwendungen (Apps)	12
2.2.3 Mobilitätsdaten aus der Nutzung von Fahrzeugen	14
2.2.4 Mobilitätsdaten aus der Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln und Sharing-Services	22
2.2.5 Fazit: Chancen und Herausforderungen von Big Data in der Mobilität	24
2.3 Digitaler Fußabdruck: Welche Mobilitätsdaten erfasst werden und von welchen wir das auch wissen	25
2.3.1 Eine Online-Community zur Erfassung und Bewertung von Datenspuren	25
2.3.2 Einstellungen und Motive rund um die Mobilität	28
2.3.3 Nutzen und Gefahren	33
2.3.4 Digitaler Fußabdruck	35
2.3.5 Bereitschaft zum Data Sharing	43
2.3.6 Fazit	46
Literatur	48

3 Big Data in der Mobilität und die Perspektive der Stakeholder:	
Wer sind die Anspruchsberechtigten und zu welchen Ansprüchen sind sie berechtigt?	53
3.1 Das Stakeholder-Paradigma und seine Bedeutung für die Nutzung von Mobilitätsdaten	55
3.2 Mobilitätsdaten im Fokus ihrer Stakeholder: Gestaltungsansprüche und Entwicklungsperspektiven im öffentlichen Diskurs	58
3.2.1 Studiendesign und Vorgehensweise	58
3.2.2 Der Datenraum Mobilität in den Medien: Stakeholder aus den Umweltsphären Gesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft und ihre Interaktionen	59
3.2.3 Der Datenraum Mobilität in den Medien: Eine zusammenfassende Einordnung der Stakeholder-Interaktionen . . .	68
3.2.4 Big Data in der Mobilität und die Perspektiven der Stakeholder: Thesen für die weitere Forschung	72
3.3 Mobilitätsdaten im Fokus ihrer Stakeholder: Eine qualitative Analyse von Perspektiven, Interaktionen und Handlungskonzepten	74
3.3.1 Perspektiven	75
3.3.2 Interaktionen und Konflikte	85
3.3.3 Handlungskonzepte	92
3.4 Stakeholder und ihre Ansprüche an Big Data in der Mobilität – Fazit aus Medienanalyse und Fokusrunden	100
Literatur	103
4 Auswirkungen von Big Data auf den Mobilitätsmarkt	107
4.1 Einflüsse von Megatrends	107
4.2 Data Sharing	116
4.2.1 Data Sharing: Hintergründe zur Entstehung	116
4.2.2 Voraussetzungen für das Data Sharing und Rahmenbedingungen	120
4.2.3 Data Sharing: Status quo und Beispiele für bestehende Mobilitätsdatenräume	127
4.3 Entwicklung von Ökosystemen	130
4.3.1 (Digitale) Ökosysteme: eine Einführung	130
4.3.2 Akteure und Ökosystem-Ansätze im Mobilitätsbereich	132
4.4 Fazit	135
Literatur	136
5 Nutzen, Risiken und die Bereitschaft zum Datenteilen:	
Eine quantitative Studie aus Sicht der Verbraucher	141
5.1 Die Nutzung von Verkehrsmitteln und digitalen Services in der Mobilität	142
5.2 Chancen und Risiken der Vernetzung im Verkehr	143

5.2.1	Gut oder schlecht? Zur Nutzen-Risiko-Bilanz von Big Data	144
5.2.2	Nutzen und Risiken im Rahmen der Mobilität	146
5.2.3	Die Attraktivität konkreter Anwendungsfelder im Verkehr	149
5.3	Dateneigentum und Data Sharing	150
5.3.1	Trittbrettfahrer? Interesse versus Teilungsbereitschaft	150
5.3.2	Eigentum: Wem sollen die Daten gehören?	151
5.3.3	Datentausch, Datenverkauf oder Datenspende?	152
5.3.4	Open Data: Daten als Gemeingut	154
5.3.5	Datensensibilität, Vertrauen und Kompetenzzuschreibung	156
5.4	Zu schnell oder zu langsam? Digitalisierungstempo und Reallabore	158
5.5	Güterabwägung: Freiheit oder Sicherheit, Mobilität oder Klimaschutz?	160
5.6	Fazit	163
Literatur.	164
6	Datenbasierte Geschäftsmodellansätze für Versicherungsunternehmen	167
6.1	Ausgangslage: Big Data in der Versicherungswirtschaft	167
6.2	Anknüpfungspunkte entlang der Wertschöpfungskette	170
6.2.1	Tarifierung	170
6.2.2	Schadenmanagement	173
6.2.3	Vertrieb und Kundenkommunikation	177
6.2.4	Produktgestaltung	178
6.3	Die Rolle der (Kfz-)Versicherung in der Lebenswelt Mobilität	181
6.4	Fazit	187
Literatur.	188
7	Big Data in der Mobilität: Wie sich die Nutzenpotenziale (für die Welt von morgen) heben lassen	191