

Car-Sharing and Public Transport

Auswirkungen von Car-Sharing auf die
Nachfrage nach ÖPNV-Leistungen

Auswirkungen einer Marketing-Kooperation
zwischen MVV und STATTAUTO in München

Vortrag im Rahmen von: **TOSCA**

Technological & Operational Support for Car-Sharing
Two-Day Training „Starting Innovative IT-Based Car-Sharing“
7-8 June 2001 in Bremen

Gästehaus der Universität Bremen, Am Teerhof 58

Dr. Hartmut Krietemeyer, MVV/München

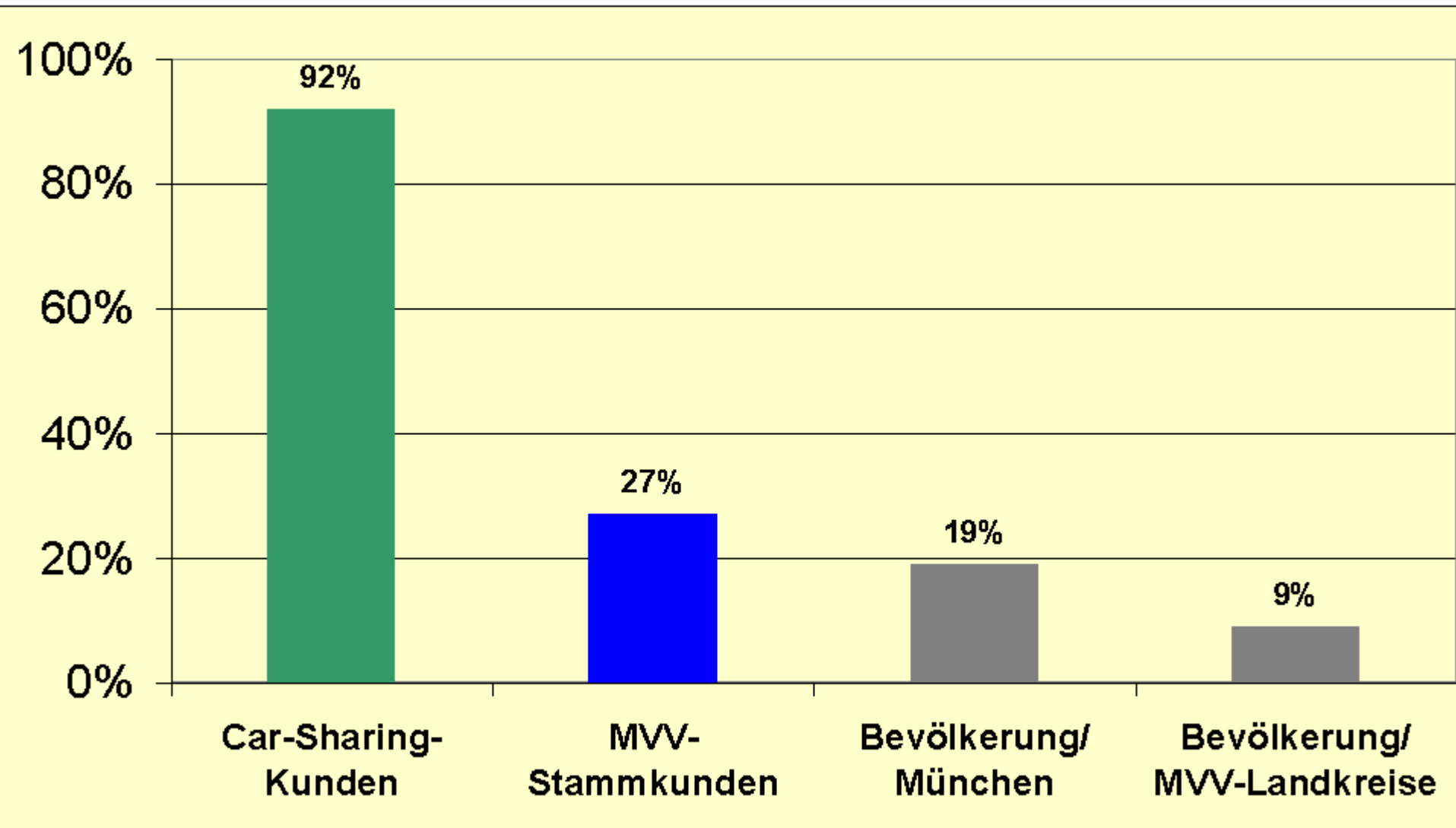


MVV und Car-Sharing

- Seit 1992 gibt es Car-Sharing in München (STATTAUTO München)
- Zu klärende Fragen für den MVV:
 - Welche Auswirkungen hat die Teilnahme an Car-Sharing für den ÖPNV?
 - Stimmt die These der Anbieter, dass
 - Car-Sharing dem ÖPNV nütze
 - zu weniger Autoverkehr in den Großstädten führe und somit
 - Mobilität ohne eigenes Auto im Verbund mit dem ÖPNV biete
 - Ist eine Kooperation des MVV mit Car-Sharing-Organisationen sinnvoll?
- Hierzu: Repräsentative Mitgliederbefragung von 596 Kunden der Car-Sharing-Organisation STATTAUTO München

MVV und Car-Sharing

Car-Sharing-Kunden ohne eigenen Pkw
im Vergleich zur MVV-Stammkundschaft und zur Bevölkerung



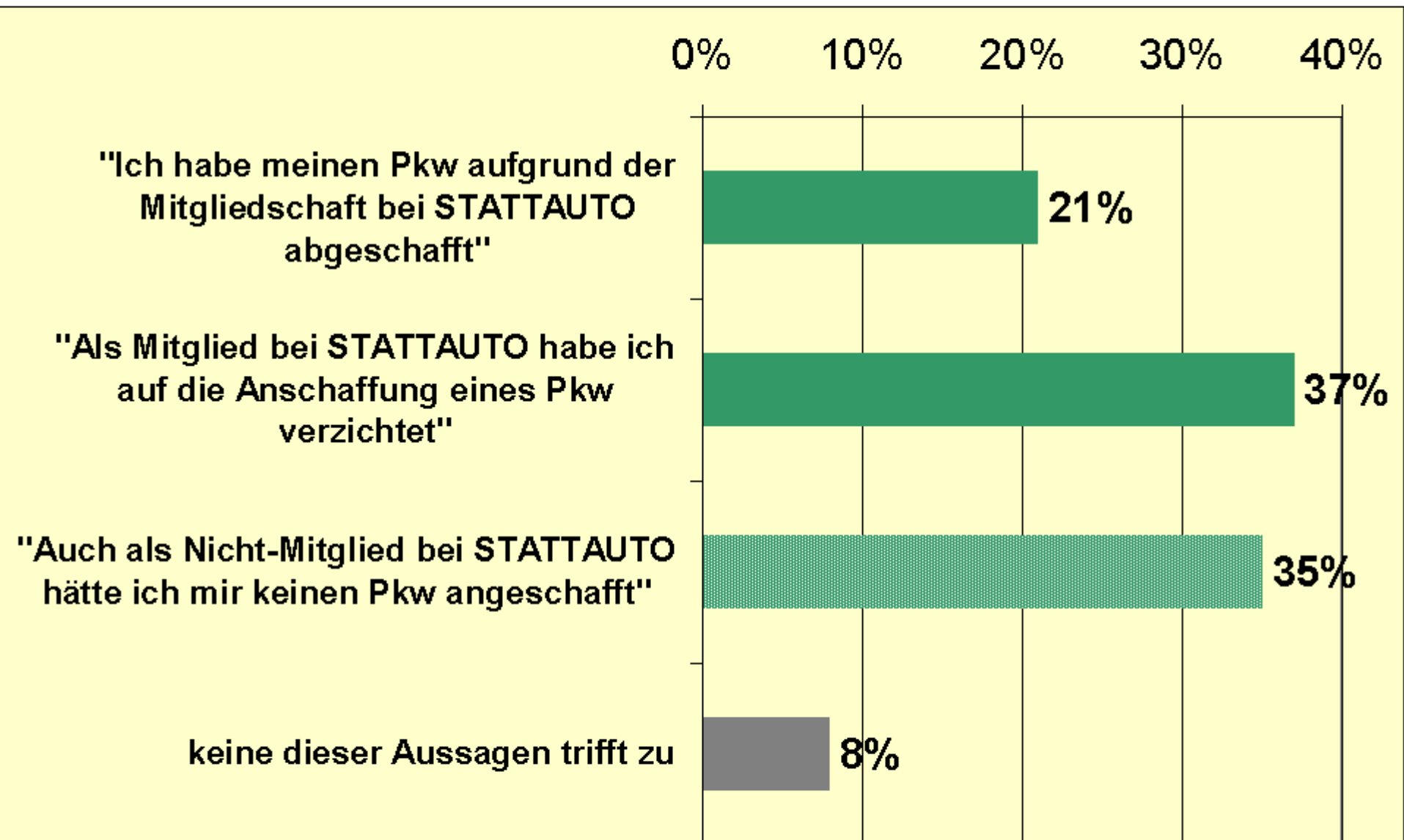
Basis Car-Sharing-Kunden: n = 596

Basis MVV-Stammkunden: n = 1.230

Basis Stadt München: n = 2.642 Basis MVV-Landkreise: n = 2.336

MVV und Car-Sharing

Gründe für Nicht-Besitz eines eigenen Pkw (Antwortvorgaben)



MVV und Car-Sharing

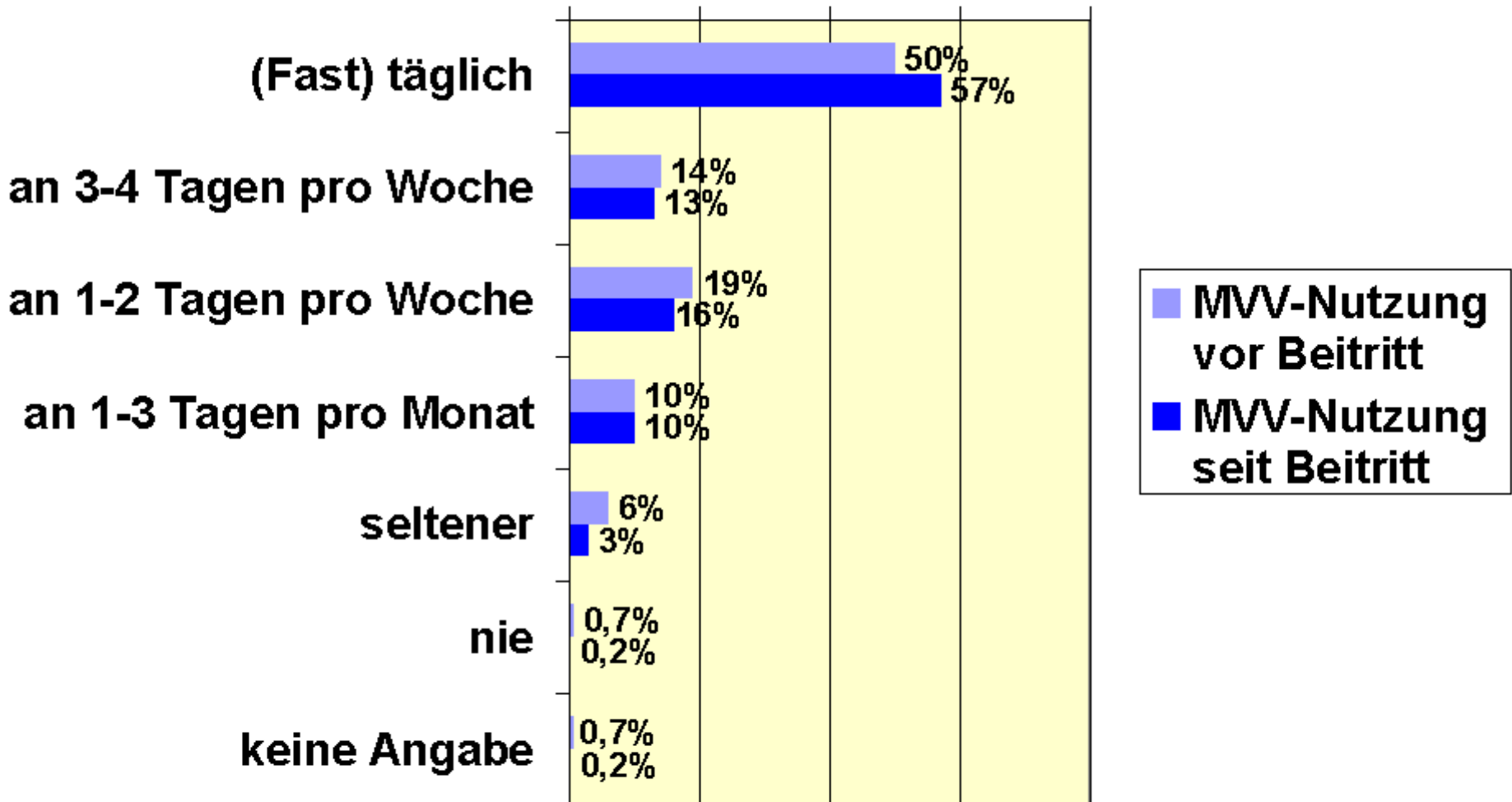
Gründe für Nichtbesitz eines eigenen Pkw (Antwortvorgaben)

- Bei über der Hälfte der Mitglieder steht der Beitritt zur Car-Sharing-Organisation in einem ursächlichen Zusammenhang mit dem Pkw-Nicht-Besitz
- Die Mitglieder der Car-Sharing-Organisation verzichten weit überwiegend ganz bewußt auf einen eigenen Pkw

MVV und Car-Sharing

MVV-Nutzung vor und seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation

0% 20% 40% 60% 80%



Zum Vergleich: MVV-Nutzung (fast) täglich

in der Münchner Stadtbevölkerung: 34 %

Bevölkerung im gesamten MVV-Gebiet: 25 %

MVV und Car-Sharing

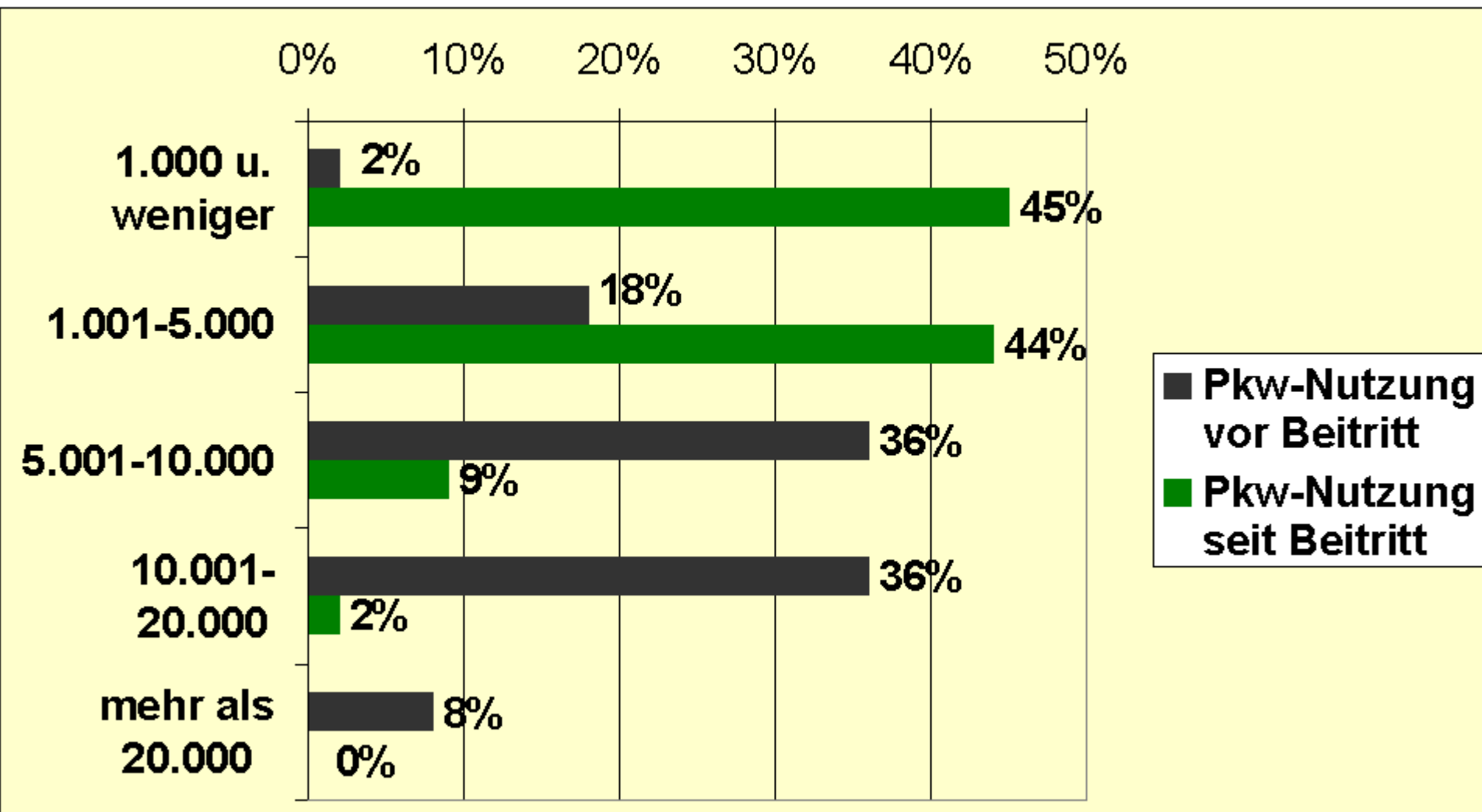
MVV-Nutzung vor und seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation

- 57 % der Car-Sharing-Kunden benutzen täglich oder fast täglich, 86 % mindestens einmal in der Woche die öffentlichen Verkehrsmittel im MVV
- Auch schon vor dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation sind bereits 50 % der befragten Mitglieder täglich oder fast täglich, 83 % mindestens einmal in der Woche mit dem MVV gefahren
- Die MVV-Nutzungs-Häufigkeit ist infolge Car-Sharing demnach nicht nur nicht zurückgegangen, sondern - ausgehend von einem hohen Niveau - noch weiter angestiegen



MVV und Car-Sharing

Jährlich zurückgelegte Pkw-Kilometer
vor und seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation



Jährliche Pkw-Kilometer im Durchschnitt:
vor STATTAUTO-Beitritt: ca. 13.000 km
nach STATTAUTO-Beitritt: ca. 3.000 km

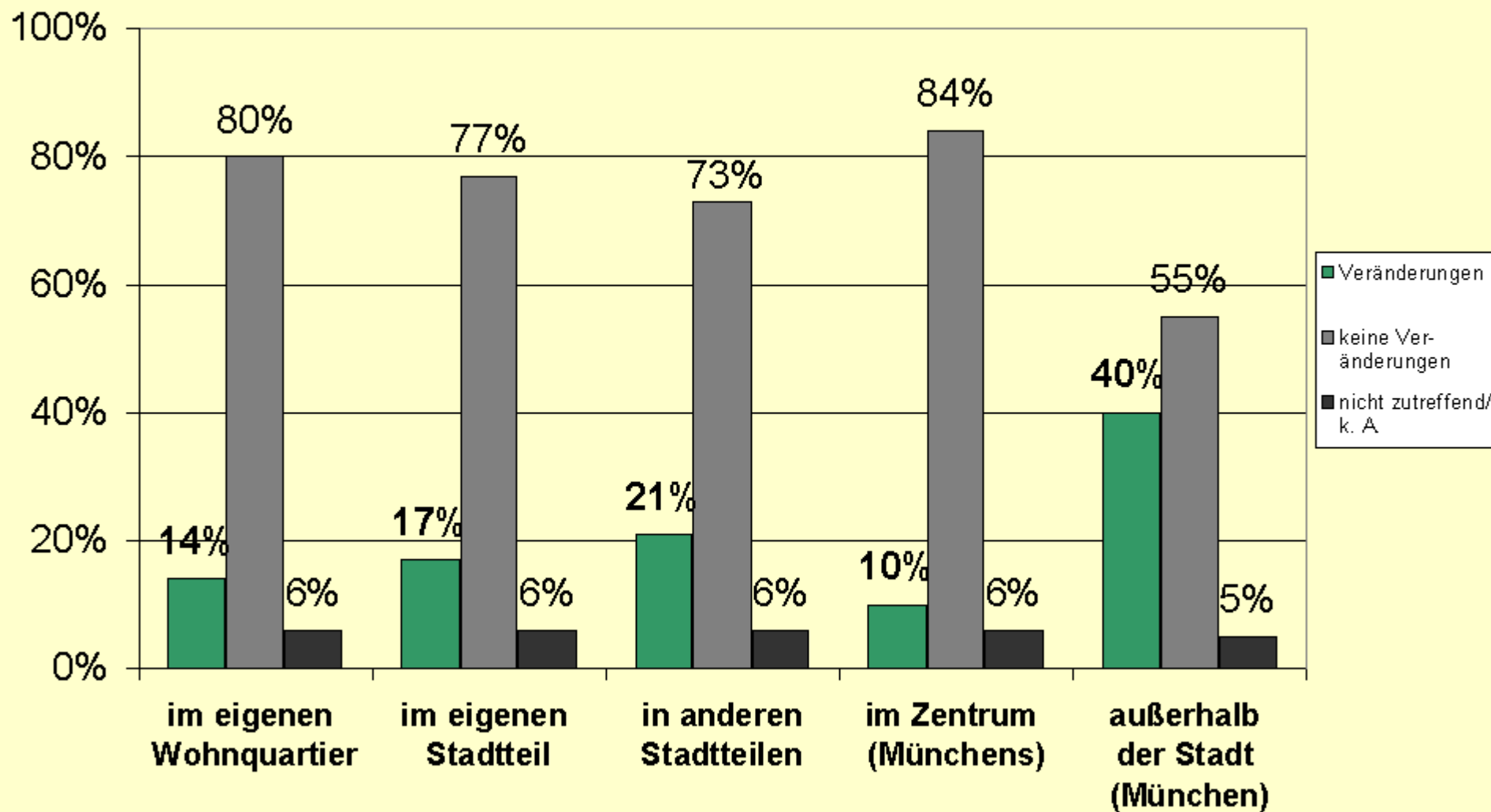
MVV und Car-Sharing

Jährlich zurückgelegte Pkw-Kilometer vor und seit dem Beitritt zu Car-Sharing-Organisation

- Fast neun von zehn Car-Sharing-Kunden (89 %) legen seit ihrem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation nur noch bis zu höchstens 5.000 Pkw-Kilometer jährlich zurück - 45 % sogar nur noch bis zu 1.000 Kilometer jährlich
- Vor dem Beitritt taten dies nur 20 % (5.000 und weniger Km) bzw. 2 % (1.000 und weniger Km)
- Fast drei Viertel der Car-Sharing-Kunden (72 %) haben vor dem Beitritt zur CSO pro Jahr zwischen 5.000 und 20.000 Km mit dem Pkw zurückgelegt - seit dem Beitritt sind dies nur noch 11 %
- Im Durchschnitt legen die CS-Mitglieder jetzt nur noch ca. 3.000 Pkw-Kilometer zurück; vor dem Beitritt zur CSO waren es durchschnittlich ca. 13.000 Kilometer pro Jahr

MVV und Car-Sharing

Veränderungen des räumlichen Aktionsradius der Car-Sharing-Kunden seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation



MVV und Car-Sharing

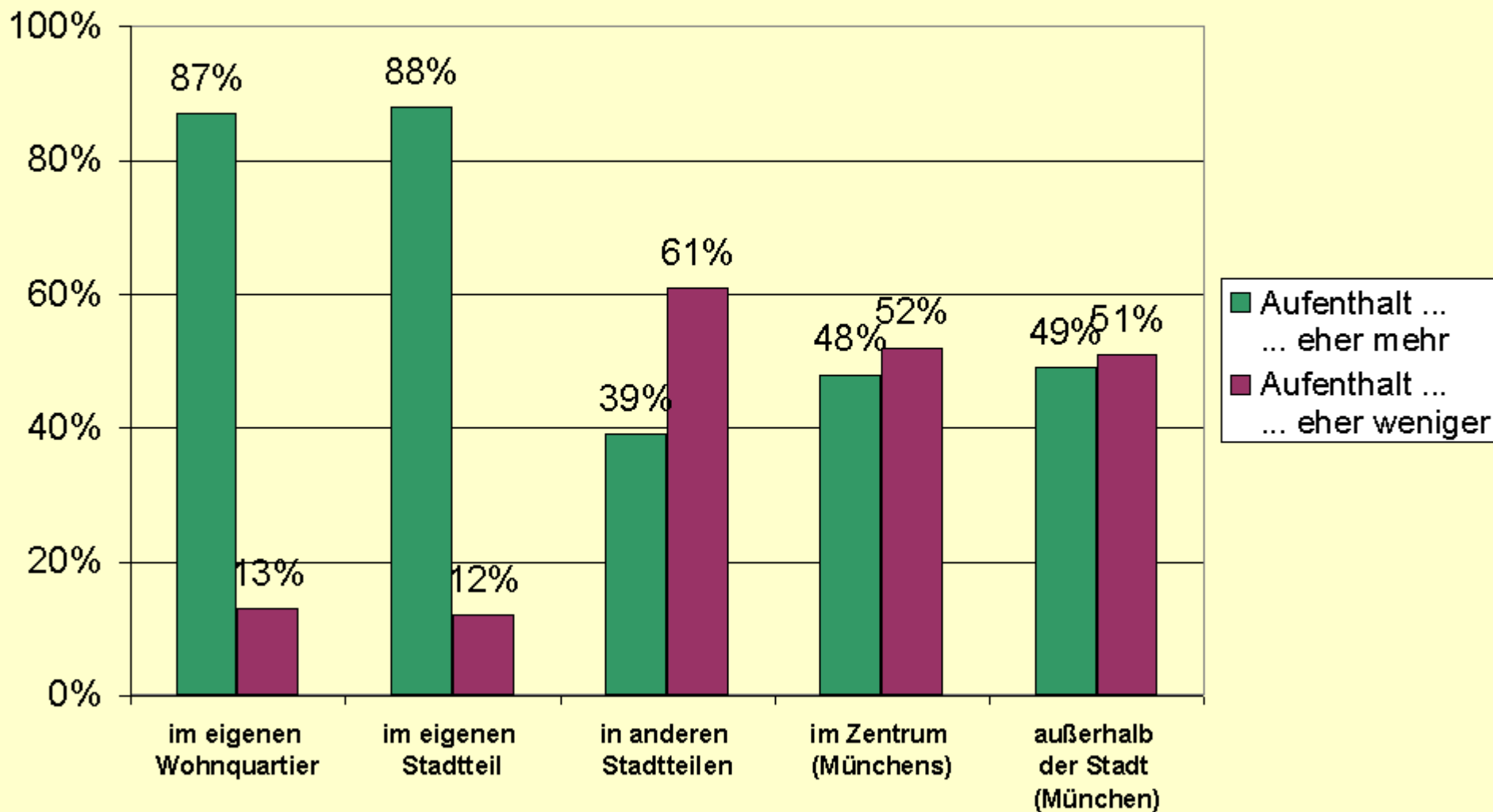
Veränderungen des räumlichen Aktionsradius der CS-Kunden seit dem Beitritt zur CSO

- Um der Frage nachzugehen, ob sich seit dem Beitritt zur CSO der räumliche Aktionsradius der CS-Kunden geändert hat, wurde in den entsprechenden Abfrage differenziert nach den verschiedenen räumlichen Einheiten (*eigenes Wohnquartier, eigener Stadtteil, anderer Stadtteil, Zentrum und außerhalb der Stadt*) erfasst, ob die CS-Kunden sich seit ihrer Mitgliedschaft dort *eher mehr, eher weniger* oder *eher gleich häufig* aufhalten
- Danach hat es insgesamt das größte Volumen an Veränderungen bezüglich des Aufenthaltes *außerhalb der Stadt* gegeben, das geringste beim Aufenthalt im Zentrum
- In den meisten Fällen ist der räumliche Aktionsradius der CS-Kunden seit dem Beitritt zur CSO gleich geblieben



MVV und Car-Sharing

Richtung der Veränderungen des räumlichen Aktionsradius der Car-Sharing-Kunden seit Beitritt zur Car-Sharing-Organisation



MVV und Car-Sharing

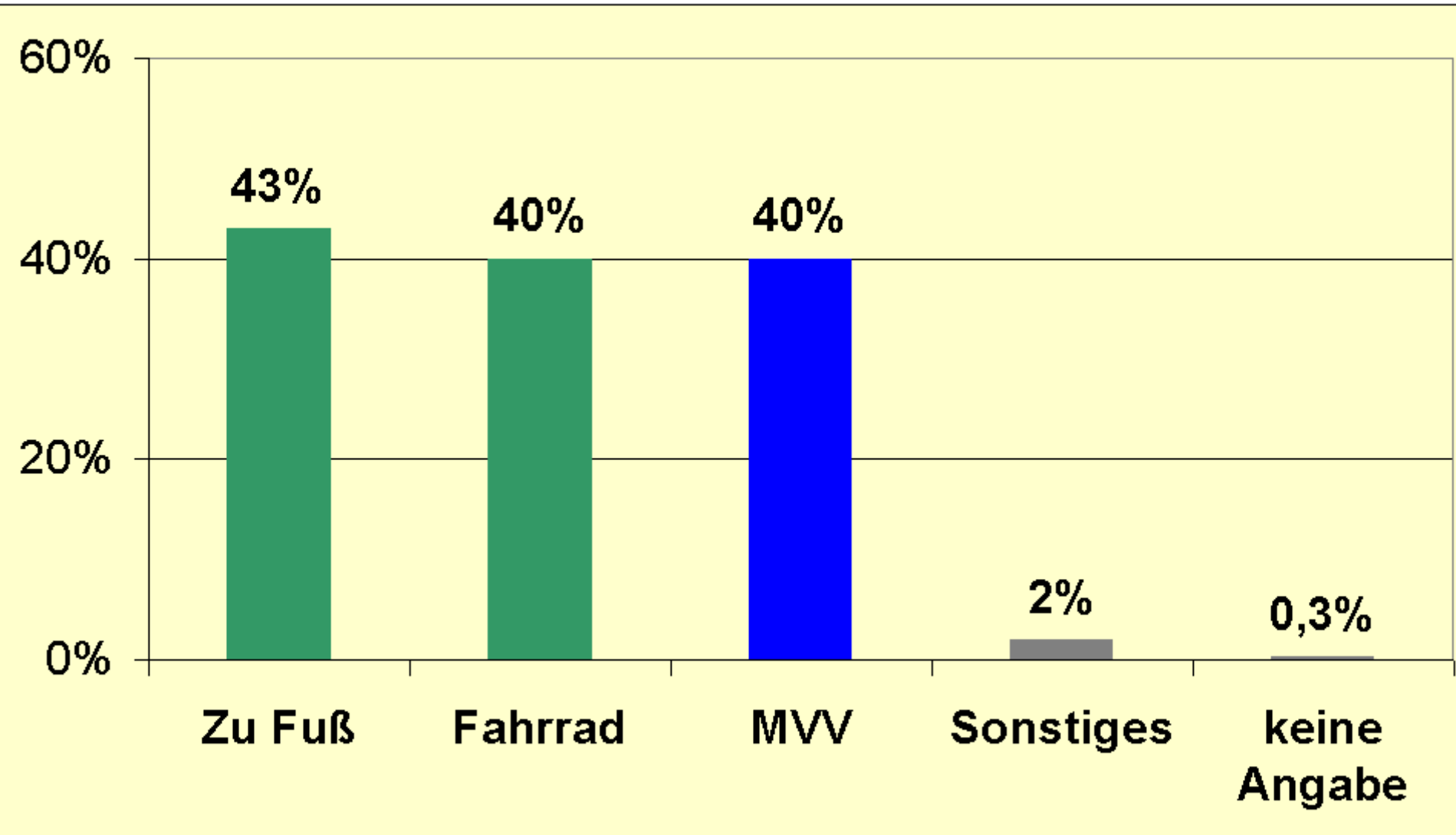
Richtung der Veränderungen des räumlichen Aktionsradius der CS-Kunden seit dem Beitritt zur CSO:

- Die Aufenthalts-Häufigkeit im Stadtzentrum wird durch den Beitritt zur CSO am wenigsten tangiert; lediglich jeder zehnte stellt hier für sich Veränderungen fest und annähernd gleich viele geben an, sich dort jetzt *eher mehr* oder *eher weniger* aufzuhalten
- Verschiebungen gibt es hingegen im Nahbereich, also im eigenen Wohnquartier und im eigenen Stadtteil: Jeweils fast neun von zehn CS-Kunden, die in diesen räumlichen Einheiten veränderte Aufenthalts-Häufigkeiten angeben, halten sich *eher mehr* dort auf; entsprechend ist die Neigung, sich seit dem Beitritt zur CSO in anderen Stadtteilen aufzuhalten eher zurückgegangen: 61 % halten sich nunmehr *eher weniger* dort auf
- Es läßt sich in der Tendenz demnach feststellen, dass der eigentliche „Gewinner“ der enormen Mobilitätsumstellung der CS-Kunden der *Nahbereich*, also das eigene Wohnquartier, der eigene Stadtteil ist, der durch das geänderte Nachfrageverhalten tendenziell eine Aufwertung erfahren dürfte



MVV und Car-Sharing

Benutztes Verkehrsmittel für den Weg zur Car-Sharing-Station
Wie kommt man zur Car-Sharing-Station? (Mehrfachnennungen)



Basis: n = 596 (Mehrfachnennungen)

MVV und Car-Sharing

Benutztes Verkehrsmittel für den Weg zur CS-Station:

- Für den Weg zur CS-Station benutzen 40 % entweder ausschließlich oder in Kombination mit dem Fahrrad oder Fußwegen den MVV; 43 % gehen zu Fuß und 40 % nutzen das Fahrrad
- Wegen teilweise kombinierter Verkehrsmittelnutzung ergeben sich Mehrfachnennungen und in der Folge als Prozentsumme mehr als 100 %
- Wenn das Netz der CS-Stationen künftig noch dichter geknüpft ist, wird die Zubringerfunktion des MVV möglicherweise etwas an Bedeutung verlieren, da dann mehr Wege zu Fuß oder mit dem Fahrrad gemacht werden können
- Da infolge des künftig dichteren Stationsnetzes das CS möglicherweise für weitere Bevölkerungskreise attraktiv wird, dürfte hierdurch wiederum eine ÖPNV-Mehrnachfrage ausgelöst werden; über den Gesamteffekt dieser möglicherweise gegenläufigen Effekte kann allerdings (noch) wenig gesagt werden



MVV und Car-Sharing

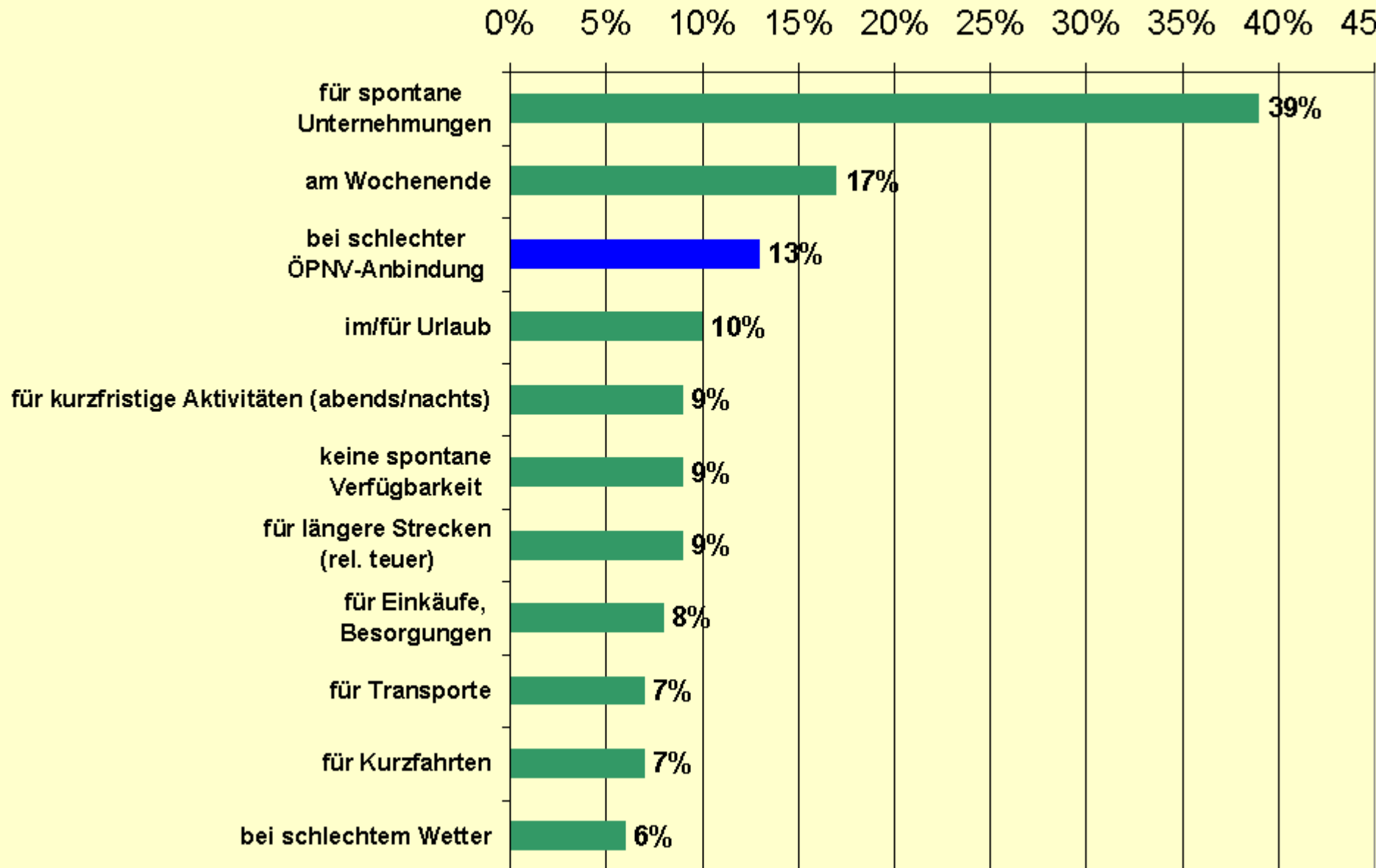
Zeitbedarf für die täglichen Wege

seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation im Vergleich zur Zeit davor



MVV und Car-Sharing

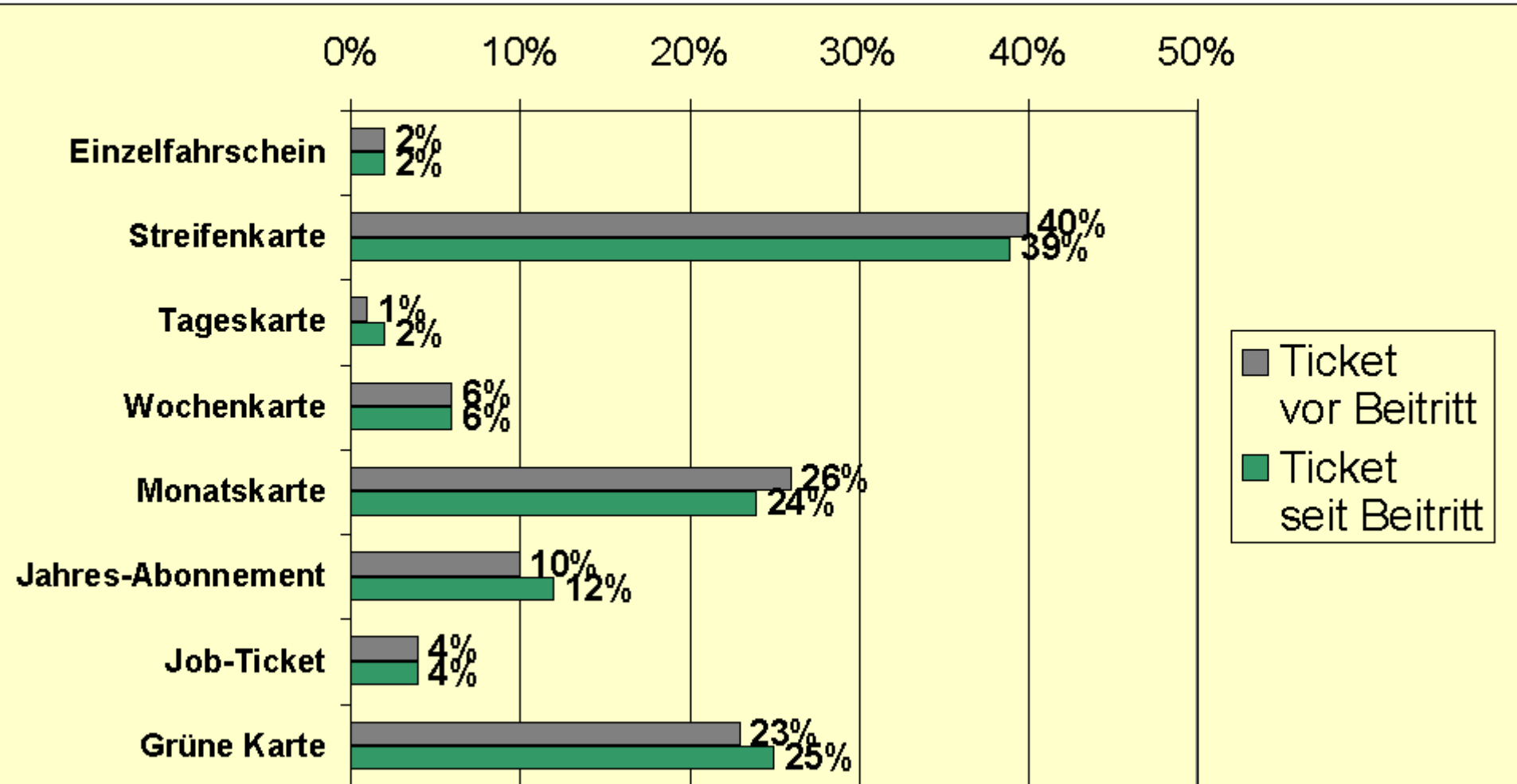
Bei welchen Gelegenheiten wird ein eigener Pkw vermisst? (Mehrfachnennungen)



MVV und Car-Sharing

Genutzte MVV-Fahrkarten

vor und seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation
(häufigste Tickets - Mehrfachnennungen)



Mehr als zwei Drittel der Car-Sharing-Kunden benutzen eine Zeitkarte

Zum Vergleich: Zeitkartenkunden/Gesamtbevölkerung (Stadt München): ca. 22 %

Basis: n = 596

MVV und Car-Sharing

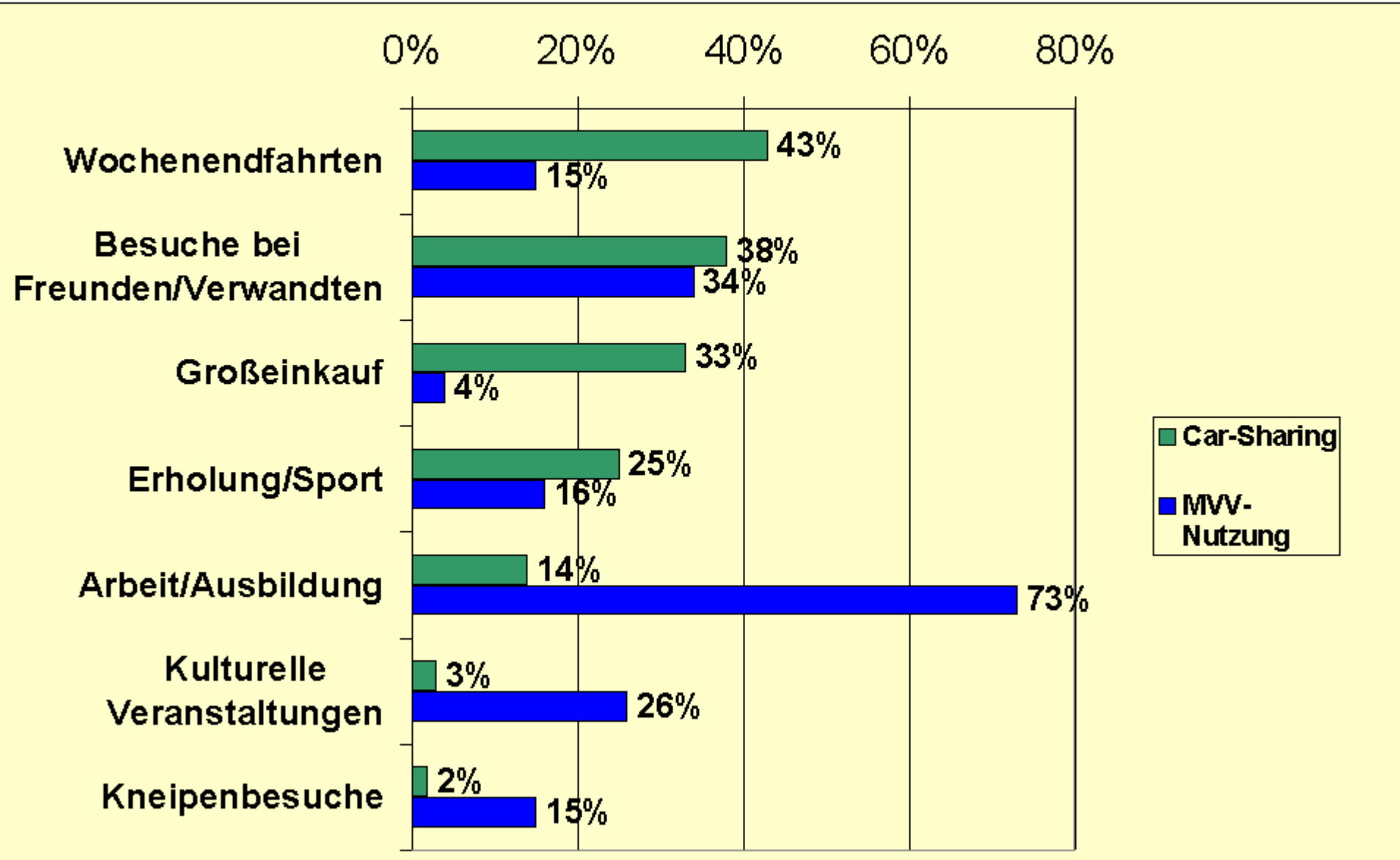
Genutzte MVV-Fahrkarten vor und seit dem Beitritt zur CSO:

- Mehr als zwei Drittel der CS-Kunden benutzen eine MVV-Zeitkarte: 25 % benutzen die übertragbare Grüne Karte, 24 % eine Monatskarte, 12 % ein Jahresabonnement und 4 % ein Job-Ticket, 6 % eine Wochenkarte
- Zum Vergleich: in der Gesamtbevölkerung Münchens liegt der Anteil der Zeitkartenbenutzer (ohne Ausbildungstarif) bei ca. 22 %
- Der Beitritt zur CSO hat keinen nachweisbar signifikanten Einfluss auf die Ticket-Nutzung; die jeweiligen Prozentanteilsunterschiede sind gering und statistisch nicht signifikant.
- Gleichwohl deuten die geringfügigen Zuwächse beim Jahresabo und bei der Grünen Karte von jeweils 2 %-Punkten und ein geringfügiger Rückgang bei der Bartarif- und Monatskarten-Nutzung auf eine in der Tendenz noch engere Bindung an den ÖPNV im MVV



MVV und Car-Sharing

Häufigste Fahrzwecke bei Car-Sharing- und bei MVV-Nutzung der Car-Sharing-Kunden



MVV und Car-Sharing

Häufigste Fahrtzwecke bei Car-Sharing und MVV-Nutzung:

- Die häufigsten Fahrtzwecke beim Car-Sharing sind:
 - Wochenendfahrten (43 %)
 - Besuche bei Freunden und Verwandten (38 %)
 - Großeinkäufe (33 %) und Erholung/Sport (25 %)
- Bei der MVV-Benutzung der Car-Sharing-Kunden sind die häufigsten Fahrtzwecke
 - Arbeit/Ausbildung (73 %), ebenfalls
 - Besuche bei Freunden/Verwandten (34 %)
 - Besuche von kulturellen Veranstaltungen (26 %)
 - Erholung/Sport (16 %) und Kneipenbesuche (15 %)
- Car-Sharing- und MVV-Nutzung ergänzen sich: Während die öffentlichen Verkehrsmittel von den Car-Sharing-Kunden vor allem für die regelmäßigen täglich oder fast täglich anfallenden Fahrten im Berufs- oder Ausbildungsverkehr genutzt werden, sind es beim Car-Sharing eher die sporadisch anfallenden Freizeit-Fahrten am Wochenende und/oder Fahrten zu Besuchsanlässen, bei denen die möglicherweise größere Reichweite und/oder Flexibilität des Individualverkehrsmittels von Vorteil ist



MVV und Car-Sharing

Resümee und Schlußfolgerungen:

- Car-Sharing führt zu weniger Pkw-Verkehr
- Car-Sharing führt zu mehr Nachfrage beim MVV
- Car-Sharing- und MVV-Nutzung ergänzen sich: ÖPNV-Mehrnachfrage nicht in den Verkehrs-Spitzen-Zeiten
- Car-Sharing funktioniert im Verbund mit dem MVV ohne Einbußen bei der persönlichen Mobilität
- Car-Sharing keine „Einstiegsdroge“ in den MIV, sondern eher eine „Entwöhnungskur“ für den MIV-Nutzer

daher:

- Zusammenarbeit mit Car-Sharing-Organisation beim Marketing
- Devise: Car-Sharing-Kunden sind auch gute MVV-Kunden

MVV und Car-Sharing

Kooperation beim Marketing:

- MVV-Abonnenten erhalten Vorzugskonditionen bei STATTAUTO München:
 - Kautions betragt DM 500,- statt DM 1.000,-
 - Aufnahmegebuehr DM 50,- statt DM 200,-MVV-Abonnenten sparen also DM 650,-
- Herausgabe eines gemeinsamen Werbeprospekts „Beim MVV gibt's die guenstigsten Autos“, der
 - die Vorteile des MVV-Abonnements und
 - die Vorteile einer Car-Sharing-Mitgliedschaft bei STATTAUTO Müncheninkl. Detail-Informationen (Preise, STATTAUTO-Stationen) herausstellt
- Entsprechende Werbeanzeige in MVV-Kundenzeitschrift
- Werbeanzeige auf dem Formular mit den MVV-Ab-Vertragsbedingungen

MVV und Car-Sharing

Auswirkungen der Kooperation beim Marketing:

- Mitgliederzahl bei STATTAUTO München von 960 (3/1996) auf 3.005 (5/2001) angestiegen
- Seit verstärkter Kooperation (6/1999) hat sich der jährliche Kundenzuwachs bei STATTAUTO verdoppelt:
 - vorher: ca. 350 Neumitglieder jährlich
 - nachher: ca. 700-800 Neumitglieder jährlich
- Es gibt eine verstärkte Abo-Nachfrage bei STATTAUTO-Neukunden: 54 % aller Neukunden haben ein MVV-Abonnement;
- Der Anteil von STATTAUTO-Kunden mit Verträgen zu MVV-Abo-Konditionen beträgt insgesamt nunmehr 28 %; zum Vergleich: In 3/1996 betrug der Anteil von STATTAUTO-Kunden mit MVV-Abonnement lediglich 12 %; in der Bevölkerung liegt der MVV-Abonnenten-Anteil bei ca. 3 %
- Imageaufwertung durch Kooperation

MVV und Car-Sharing

Entwicklung der Teilnehmerzahlen bei STATTAUTO München seit März 1996
(Teilnehmer insgesamt, Teilnehmer mit Standardverträgen
und Teilnehmer mit Verträgen zu MVV-Abo-Konditionen)

