



Carsharing Südtirol

Eine wissenschaftliche Begleitstudie

Institut für Public Management

EURAC-Institut für Public Management

Leitung:
Prof. Kurt Promberger / Dr. Josef Bernhart

Projekt- und Autorenteam:
Peter Decarli und Andreas Januth (EURAC)
Patrick Bertolla, Roberto Cavaliere, Patrick Ohnewein, Stefano Seppi (TIS)
Cristina Larcher, Leonhard Resch, Max Vidoni (Carsharing Südtirol)

In Zusammenarbeit mit:
Gemeinde Meran, Kurverwaltung Meran, Bezirksgemeinschaft Burggrafenamt, Innovie, helios, SASA, Business Location Südtirol-Alto Adige, Abteilung Mobilität der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol, Landesmobilitätsagentur

Die wissenschaftliche Begleitstudie wurde im Rahmen des Projektes “The Green Mobility of the Future” durchgeführt. Dieses Projekt wurde vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) kofinanziert.

Impressum
Europäische Akademie Bozen (EURAC research)
Institut für Public Management
Fotos: Thinkstock (S.12, 14, 17, 18, 35, 43,59); Carsharing Südtirol (Titelseite, S. 25, 27, 44,54);
Autonome Provinz Bozen-Südtirol, Abteilung Mobilität (S. 8); EURAC research (S.10)

Es wird darauf verwiesen, dass die aus Gründen der Lesbarkeit im Text verwendeten männlichen Formen von Personenbezeichnungen beide Geschlechter gleichermaßen mit einschließen.

INHALTSVERZEICHNIS

Carsharing – Benutzen statt Besitzen als neues Paradigma	7	Zusammenarbeit mit den Gemeinden	24
Nachhaltige Mobilität in Südtirol	7	Partnerschaften	24
Wissenschaftliche Begleitstudie	9	Einbindung in den öffentlichen Nahverkehr	24
Carsharing – eine Begriffsabgrenzung	11	Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit	25
Carsharing: innovative Dienstleistung und nachhaltige Verkehrsentwicklung	13	Kosten und Preisgestaltung	25
Gemeinden sind gefordert	14	Reise des Kunden	28
Nutzer sind gefordert	14	Interview mit Carsharing-Mitbegründer Leo Resch	30
Chancen von Carsharing	16	Carsharing in Südtirol – Auswertungen	32
Minderung des PKW-Besitzes	16	Methodenmix	32
Mehr freie Parkplätze	16	Mystery Shopping	32
Schonung der Umwelt	17	Kundenbefragung	35
Finanzielle Entlastung der Nutzer	17	Ergebnisse	36
Carsharing Südtirol Alto Adige	19	Profil der Carsharing-Kunden	38
Organisation und Aufbau	19	Anmeldung	41
Ziele	21	Buchung	44
Mehrwert für die Nutzer	21	Nutzung	48
Fahrzeuge	22	Anregungen und Verbesserungsvorschläge aus der Kundenbefragung	55
Standorte	22	Schlussfolgerungen und Ausblick	56
		Literaturverzeichnis	60

CARSHARING – BENUTZEN STATT BESITZEN ALS NEUES PARADIGMA

Seit etwas mehr als einem Jahr wird Carsharing in Südtirol verbreitet angeboten. Carsharing - das „Autoteilen“ – stellt eine innovative Dienstleistung und notwendige Ergänzung für eine nachhaltige Mobilitätsstrategie dar. „Benutzen statt Besitzen“ wird immer häufiger zum wichtigen Paradigma unserer Zeit. Carsharing bietet eine Alternative zum eigenen Auto. Die Entlastung der Umwelt, geringere Kosten für die Nutzer, weniger Autos, weniger Parkplätze, Intermodalität und Multimodalität sind wichtige Ziele. Die EURAC hat das innovative Projekt „Carsharing Südtirol Alto Adige“¹ wissenschaftlich begleitet. Die Begleitstudie zeigt einige interessante Ergebnisse hinsichtlich Qualität, Zufriedenheit, Wirksamkeit und Akzeptanz der Carsharing-Dienstleistung in einem ländlichen und kleinstrukturierten Raum wie Südtirol. Prozess, Organisation, Ziele und Auswirkungen werden beschrieben und mögliche Verbesserungsvorschläge aufgezeigt. Damit ist eine wichtige, wissenschaftlich fundierte Grundlage für zukünftige Entscheidungen der Carsharing-Organisation beabsichtigt, um langfristig zur nachhaltigen Entwicklung des Territoriums beizutragen.

NACHHALTIGE MOBILITÄT IN SÜDTIROL

Das Land Südtirol hat sich mit dem Projekt „Green Mobility“ das Ziel gesetzt, Südtirol zur Modellregion für nachhaltige alpine Mobilität zu machen. Green Mobility umfasst alle Formen der nachhaltigen Mobilität, vernetzt sie miteinander, bereitet den Boden für Innovationen und lanciert neue Projekte. Aufbauend auf einem gut ausgebauten öffentlichen Personennahverkehr soll auch die darüber hinausgehende Mobilität so nachhaltig wie möglich gestaltet werden. Schwerpunkte sind dabei die Bereiche Elektromobilität, Radmobilität und Intermodalität. Im Vordergrund stehen vor allem eine optimale Vernetzung und der Ausbau der verschiedenen nachhaltigen Mobilitätsformen (Fußverkehr, Radmobilität, Öffentlicher Personennahverkehr).²



¹ In Folge: Carsharing Südtirol
² Autonome Provinz Bozen-Südtirol. Online in Internet:
<http://www.provinz.bz.it/mobilitaet/projekt-green-mobility.asp> (abgerufen am 22.12.2014)



Das Projekt „The Green Mobility of the Future“ wird vom TIS innovation park koordiniert und vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) kofinanziert. Die Vision des Projekts ist es, die Grundlagen für die Einführung neuer und effizienter Modelle kombinierter Mobilität (Car Sharing, Car Pooling und Bike Sharing) zu schaffen. Besagte Modelle sollen einerseits den immer komplexeren Bewegungsansprüchen der Bevölkerung gerecht werden, und andererseits in Zukunft die verbesserte Nachhaltigkeit des Nahverkehrssystems gewährleisten.³

Der **TIS innovation park** ist eine Einrichtung zur Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Technologietransfer für alle Beteiligten des Südtiroler Innovationsnetzes. Beim TIS, dessen Teilhaber die Autonome Provinz Bozen-Südtirol, die Gemeinde Bozen und die Handelskammer Bozen sind, handelt es sich um einen Technologiepark, der Jungunternehmern Beratung und Unterstützung bei der Unternehmensgründung bietet, kleine Betriebe bei der Einrichtung eines Kooperationsnetzwerks unterstützt und als Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft fungiert.

Das Zentrum für Freie Software & Offene Technologien

Innerhalb des TIS innovation park wurde das Projekt „The Green Mobility of the Future“ hauptsächlich vom Team Free Software & Open Technologies betreut. Das Zentrum koordiniert jene Forschungs- und Entwicklungsprojekte in denen die Innovation durch den Einsatz von IKT (Informations- und Kommunikationstechnologien) gegeben wird. Das primäre Ziel besteht darin, die Wettbewerbsfähigkeit und Effizienz der lokalen Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung durch den Einsatz von innovativen IKT-Lösungen zu steigern.



WISSENSCHAFTLICHE BEGLEITSTUDIE

Europäische Akademie Bozen

Die Europäische Akademie Bozen (EURAC) ist ein privates Forschungszentrum. Im Herzen der Alpen arbeiten Wissenschaftler aus aller Welt an Lösungen für die wichtigsten Fragen unserer Zeit – insbesondere für das Wohlergehen der Menschen in Berggebieten, aber auch darüber hinaus.

Institut für Public Management

Das Institut für Public Management begleitet öffentliche Verwaltungen in der Vorbereitung, Einführung und Umsetzung ihrer Innovationen. Höchsten Wert legt das Institut dabei auf die Praxisnähe. Durch Studien, wissenschaftliche Beratungen und maßgeschneiderte Qualifizierungsangebote für Führungskräfte erarbeiten die Wissenschaftler Lösungswege für die aktuellen Bedürfnisse der öffentlichen Verwaltung mit besonderem Fokus auf Gemeinden und andere lokale Körperschaften. Ziel ist es, durch neue und verbesserte Dienste und Leistungen und durch die Zusammenarbeit zwischen öffentlichem und privatem Sektor Effizienz, Effektivität und Qualität zu steigern und so einen Mehrwert für die Bürgerinnen und Bürger zu schaffen.

Die EURAC hat sich in der vorliegenden Begleitstudie zum Ziel gesetzt, das Projekt Carsharing Südtirols zu dokumentieren und zu evaluieren. Eine Evaluation stellt ein Instrument zur Bewertung eines Projektes dar. In der Praxis existieren sehr viele verschiedene Formen von Evaluationen, ein systematisches, transparentes und datenbasiertes Vorgehen ist dabei notwendig.⁴ Evaluation umfasst alle Arten der Bewertung von Gegenständen anhand bestimmter Kriterien. Zu diesen Kriterien gehört unter anderem die Qualität der Einführung einer Maßnahme, ihre Wirksamkeit und Effizienz. Ein bestimmter Sachverhalt soll bewertet werden, wie diese Bewertung vorzunehmen ist, ist dabei nicht definiert. Die Bewertung kann anhand sehr unterschiedlicher Merkmale erfolgen und zu unterschiedlichen Zeitpunkten vorgenommen werden.⁵ Die Analyse und Evaluation des Projektes Carsharing Südtirol erfolgte unter anderem anhand der Nutzerzufriedenheit und Qualität der Dienstleistung. Dabei bildeten die Erkenntnisse und Evaluationen von benachbarten Carsharing-Projekten, insbesondere in Deutschland, eine wichtige Grundlage. Es gehört zum Konzept der wissenschaftlichen Begleitung, dass die Forschungsergebnisse an die Organisation Carsharing zurückgemeldet werden. Damit ist die Studie im Sinne der Begleitforschung eine wichtige fundierte Unterstützung des zukünftigen Entwicklungsprozesses. Dabei wurden, ganz im Sinne einer formativen bzw. on-going Evaluation, die relevanten Akteure kontinuierlich über Zwischenergebnisse informiert, um gegebenenfalls Möglichkeiten

⁴ Vgl. Widmer T., Beywl W., Fabian C. (2009), S. 500

⁵ Vgl. Gollwitzer M., Jäger R. (2009), S. 18



zur Verbesserung aufzuspüren und etwaige Korrekturen frühzeitig durchführen zu können.⁶ Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitstudie wurde versucht, folgende Fragen zu beantworten:

- Was versteht man unter Carsharing und welche Auswirkungen kann Carsharing haben?
- Wie ist Carsharing Südtirol organisiert?
- Wie gut funktioniert die Dienstleistung in Südtirol?
- Gibt es Verbesserungsmöglichkeiten?
- Welche Besonderheiten spielen in Südtirol eine Rolle und welche Erfahrungen aus umliegenden Gebieten lassen sich nutzen?

- Die Evaluation durch die wissenschaftliche Begleitstudie hat dabei folgende Zielsetzungen:
- Entscheidungs- und Planungshilfe über die Weiterführung bzw. über zukünftige Projekte
 - Aufschluss über die Optimierung des Projektes
 - Hinweise auf Mängel und Bedürfnisse
 - Vergleich mit ähnlichen Projekten
 - Erfolgskontrolle
 - Analyse der Akzeptanz des Projektes⁷

Um die Fragen beantworten und die Ziele der Begleitstudie erfüllen zu können, wurde zu Beginn eine Ausgangsanalyse durchgeführt, um einen umfassenden Einblick in Ausgangslage und Zielsetzungen der Organisation Carsharing zu bekommen. Anschließend wurden in der Umsetzungs- und Wirkungsanalyse sowohl quantitative als auch qualitative Untersuchungen durchgeführt (qualitative Interviews, Mystery Shopping und Kundenumfrage).

CARSHARING – EINE BEGRIFFSABGRENZUNG

Carsharing Südtirol definiert seine Dienstleistung folgendermaßen:

„Unter Carsharing (aus dem Englischen car „Auto“ und to share „teilen“) versteht man die gemeinschaftliche Nutzung eines oder mehrerer Automobile. Im Gegensatz zur Autovermietung kann man beim Carsharing ein Auto auch kurzzeitig, bei Bedarf auch nur stundenweise, benutzen.“⁸

Dabei können die Carsharing-Kunden auf eines oder mehrere Fahrzeuge verschiedener Typen zugreifen. Reinigung, Pflege, Wartung und Reparatur der Fahrzeuge werden von der Carsharing-Organisation übernommen.⁹

Abgrenzung zu Carpooling

Es existieren verschiedene Formen von eigentumslosen Autonutzungen. Während beim Carsharing mehrere Personen nacheinander ein Auto nutzen (serielle Nutzung), bezeichnet etwa das Carpooling die PKW-Nutzung durch mehrere Personen zum gleichen Zeitpunkt (parallele Nutzung). Zum Carpooling zählen private Fahr- und Pendlergemeinschaften, Mitfahrzentralen und Berufspendler-Vermittlungen.¹⁰

Abgrenzung zu Peer-to-Peer Carsharing

Einen zurzeit großen Trend erlebt das sogenannte „Peer-to-Peer“ oder privates Carsharing, das (Ver-)Mieten von Autos unter privaten Personen über Internetplattformen. Bei diesen Internetplattformen werden meist keine monatlichen Gebühren fällig und der Mietpreis wird vom Verleiher selbst festgelegt.¹¹

Wie funktioniert Carsharing?

Das organisierte Carsharing bietet den Kunden die Möglichkeit des eigentumslosen Gebrauchs eines Autos für eine beschränkte Zeit. So erfolgt in konventioneller Form die Nutzung der Fahrzeuge nach Abschluss eines Vertrages mit der Carsharing-Organisation und nach Vorbuchung per Telefon bzw. Internet.¹² Die entstehenden Kosten sind abhängig von der gewählten Fahrzeugkategorie und setzen sich meist aus einem Zeittarif (Kosten pro Stunde) und einem Streckentarif (Kosten pro Kilometer, inklusive Kraftstoff) zusammen. Beide Bestandteile sind also nutzungsabhängig.¹³ Die Angaben über Kilometerstand und Dauer der Nutzung werden mittels installiertem

⁶ Vgl. Promberger K., Bernhart J., Niederkofler C. (2006), S. 47
⁷ Vgl. Promberger K., Bernhart J., Niderkofler C. (2006), S. 159

⁸ Carsharing Südtirol Alto Adige. Online in Internet: <http://www.carsharing.bz.it> (abgerufen am 3.10.2014)
⁹ Vgl. Lawinczak J., Heinrichs E. (2008), S. 9
¹⁰ Vgl. Behrendt S. (2000), S. 8
¹¹ Mobilaro. Online in Internet: <http://www.mobilaro.de/carsharing/4909-carsharing-hat-viele-seiten-welche-geschäftsmodelle-gibt-es> (abgerufen am 8.1.2015)
¹² Vgl. Wanner M. (2003), S. 9f.
¹³ Vgl. Lawinczak J., Heinrichs E. (2008), S. 9

Bordcomputer automatisch an die Carsharing-Organisation übermittelt. Carsharing ist auf den regelmäßigen Alltagsgebrauch ausgelegt. Die Stationen befinden sich in der Regel an zentralen Standorten mit Anschluss an das öffentliche Verkehrssystem und in direkter Nähe zu einer Vielzahl von Privat- und Geschäftskunden. Ein wichtiges Kriterium des organisierten Carsharing ist die personenunabhängige Fahrzeugübergabe. Dabei bilden die jeweils nachfolgenden Fahrer die Kontrollinstanzen. Sie verpflichten sich, vor Fahrtantritt den Zustand des Fahrzeuges zu prüfen. Die Fahrzeuge werden zudem regelmäßig von Mitarbeitern der Carsharing-Organisation kontrolliert. Diese übernehmen auch die Fahrzeugpflege, die Wartung und die notwendigen Reparaturen der Fahrzeuge.¹⁴

Stationsgebunden oder „free floating“

Die Fahrzeuge einer Carsharing-Organisation sind entweder auf fest angemieteten Parkplätzen über eine Stadt oder einen größeren Ort verteilt (stationsgebunden) oder parken frei im öffentlichen Parkraum („free floating“). Im Falle von Carsharing Südtirol handelt es sich um ein stationsgebundenes Carsharing, bei dem das Auto an den jeweiligen Ausgangspunkt zurückgebracht werden muss. Somit sind keine sogenannten „one-way-Buchungen“ möglich.



CARSHARING: INNOVATIVE DIENSTLEISTUNG UND NACHHALTIGE VERKEHRSENTWICKLUNG

Eine nachhaltige Verkehrsentwicklung ist ein wesentlicher Bestandteil zukünftiger Raum- und Stadtentwicklung, Umweltgestaltung sowie Sozial- und Wirtschaftsentwicklung. Carsharing kann eine wichtige Ergänzung einer nachhaltigen Mobilitätsentwicklung sowie ein bedeutender Beitrag für innovative kommunale Mobilitätskonzepte sein.¹⁵ Angebote wie Carsharing tragen dazu bei, dass nicht mehr der Besitz eines Fahrzeugs, sondern nur die effektive Nutzung zu bezahlen ist. Dies kommt den Wünschen und Bedürfnissen der „Multimodalen“, d.h. der Personen, die situationsabhängig verschiedene Verkehrsmittel nutzen, entgegen.¹⁶

Aktuelle Erkenntnisse über das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung zeigen, dass nur eine integrierte und umfassende Verkehrsplanung in der Lage ist, auf die heutigen und zukünftigen Anforderungen eine angemessene Antwort zu geben. Einige zentrale Herausforderungen der Zukunft sind ein ständig steigendes Verkehrsaufkommen und die damit einhergehende Parkraumknappheit, eine Belastung der Umwelt durch den Individualverkehr und die finanziellen bzw. ökonomischen Fragen. Um diesen Herausforderungen gerecht werden zu können, spielt die Einbindung neuer und nachhaltiger Mobilitätsangebote wie das Carsharing eine wichtige Rolle. Zunehmende Bedeutung erlangt Carsharing auch durch eine steigende soziale Akzeptanz und das stärkere Bewusstsein für eine nachhaltige Mobilität.

Im Mittelpunkt des Prinzips der **Nachhaltigkeit** steht eine neue Denkweise, die eine wirtschaftliche Entwicklung auf umweltverträgliche Art und Weise und im Einklang mit der Gesellschaft fördert und fordert.¹⁷ Carsharing kann für alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, für die Ökologie (Umweltentlastung), die Ökonomie (preisgünstige Alternative zum Autobesitz) und die sozialen Aspekte (Paradigmenwechsel: „Benutzen statt Besitzen“) eine wichtige Rolle spielen.

Den Trend des „Benutzen statt Besitzen“ beschreibt auch die sogenannte **„Sharing Economy“**. Im Mittelpunkt der Ökonomie des Teilens steht der Gemeinschaftskonsum, also die gemeinsame zeitlich begrenzte Nutzung von Ressourcen, die nicht dauerhaft gebraucht werden. Geteilt wird dabei alles von beispielsweise Büchern über Wohnungen und eben auch Autos. So sind laut der viel zitierten Studie der Universität Lüneburg „Sharing Economy - Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur“ 23,5 Prozent der Deutschen sogenannte Ko-Konsumenten.¹⁸

Im Zusammenhang mit einer nachhaltigen Entwicklung ist auch der Begriff der **„Smart City“** zu erwähnen. Dieser steht für gesamtheitliche Entwicklungskonzepte mit dem Ziel, Städte der

¹⁵ Vgl. Beckmann K. J. (2013), S. 31ff.

¹⁶ Vgl. Vallée D. (2013), S. 166f.

¹⁷ Vgl. Bernhart J., Oppermann B., Pinzger S., Promberger K. (2012), S. 8f.

¹⁸ Frankfurter Allgemeine Zeitung. Online in Internet: <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/geld-ausgeben/sharing-economy-haben-ist-seliger-als-teilen-12139540.html> (abgerufen am 16.01.2015)



Zukunft intelligenter, nachhaltiger, vernetzter, effizienter und technologisch fortschrittlicher zu machen. Eine der großen Fragen ist, wie die Stadt der Zukunft Mobilität inter- und multimodal organisieren kann. Carsharing kann dabei zu einer entscheidenden Ergänzung des innerstädtischen Individualverkehrs und öffentlichen Personennahverkehrs werden.¹⁹

GEMEINDEN SIND GEFORDERT

Neue und innovative Ansätze der Verkehrssteuerung, Mobilitätsbeeinflussung oder neue Mobilitätsangebote sollten vor Ort ansetzen, damit sie ihre Wirkung entfalten können. Deswegen kommt der kommunalen Ebene eine wesentliche Bedeutung zu. Aufgrund ihrer Gesamtverantwortung und ihrer Nähe zu den umsetzenden Akteuren wie auch den Nutzern sind die Gemeinden aufgefordert, eine Vorbildfunktion in der Umsetzung innovativer, umweltfreundlicher Konzepte zu übernehmen. Gemeinden verfügen über eine Vielzahl von Möglichkeiten, das Verkehrsgeschehen zu beeinflussen. Sie stehen in der Verantwortung, maßgeblich zu einer nachhaltigen, umweltfreundlichen und ressourcenschonenden Verkehrsentwicklung beizutragen.²⁰ Kommunale Verkehrskonzepte wandeln sich immer mehr von einer reinen Infrastruktur- und Angebotsplanung hin zu einer aktiven Gestaltung neuer Mobilitätsangebote und der Etablierung integrierter kommunaler Mobilitätsstrategien. Ziel ist es dabei, ein erweitertes und flexibleres Mobilitätsverhalten zu fördern, das stärker auf die Benutzung von Fahrzeugen statt deren Besitz sowie auf Inter- und Multimodalität setzt.²¹

NUTZER SIND GEFORDERT

Die innovative Dienstleistung des Carsharing erfährt in vielen europäischen Ländern, so etwa auch in Deutschland, eine stetig wachsende Akzeptanz auf dem Markt. Trotz dieses Potenzials wird Carsharing in Deutschlands Städten und Gemeinden noch zu wenig in Stadtentwicklungs- und Verkehrskonzepten berücksichtigt.²² Die Anzahl der Carsharing-Nutzer in Deutschland betrug zu Beginn des Jahres 2014 etwa 320.000 registrierte Kunden stationsbasierter Angebote und 437.000 Kunden stationsunabhängiger Angebote in etwa 150 Carsharing-Organisationen.

Carsharing setzt auch an den Verhaltensänderungen der einzelnen Nutzer an. Veränderungen zeigen sich unter anderem im Zusammenhang mit dem demografischen Wandel, den Verkehrsmittelpräferenzen und vor allem dem Stellenwert von Privatfahrzeugen. Der Fahrzeugbesitz ist vor allem bei den 18- bis 29-jährigen Männern gesunken. Besonders für diese Altersklasse gilt ein eigenes Auto im Vergleich zu früher weit weniger als Statussymbol. In Deutschland gibt es in den letzten Jahren Anzeichen für einen Wandel des Verkehrsverhaltens, vor allem von jungen Menschen, hinsichtlich:

- der Verkehrsmittelwahl,
- dem intermodalen Verkehrsverhalten (d.h. Nutzung verschiedener Verkehrsmittel auf einem Weg),
- dem multimodalen Verkehrsverhalten (d.h. Situationsspezifische Wahl von Verkehrsmitteln) und
- der veränderten Werte bezüglich Verkehrsmittelbesitz.

Damit gewinnen neue Transport- und Informationsangebote sowie Buchungs- und Bezahlmöglichkeiten (Mobilitätsmanagement) und Erweiterungen von Verhaltensoptionen wie das “Benutzen statt Besitzen von Fahrzeugen“ an Attraktivität.²⁴

PKW-Anteil bei jungen Menschen nimmt ab

Mehrere Studien haben Trendänderungen im Mobilitätsverhalten junger Erwachsener in verschiedenen Ländern analysiert. Es zeigt sich, dass seit dem Ende der 1990er-Jahre die mit dem PKW gefahrenen Kilometer von jungen Erwachsenen in fast allen Ländern abnehmen. Besonders in Deutschland nutzen immer mehr junge Autofahrer zusätzlich öffentliche Verkehrsmittel. Unterm Strich dominiert das Auto als Verkehrsmittel das Mobilitätsverhalten junger Deutscher heute somit weniger als vor der Jahrtausendwende. Sozioökonomische Faktoren, aber auch Angebotsveränderungen im Verkehrssystem, spielen dabei eine wichtige Rolle.

Kundenprofil

Die relative Mehrheit der Nutzer in Deutschland ist männlich, zwischen 30 und 40 Jahre alt, überdurchschnittlich gebildet, verfügt über ein mittleres bis höheres Einkommen, ist umweltbewusst eingestellt und sieht das Auto nicht als Statussymbol sondern als Gebrauchsgegenstand an. Nahezu alle Kunden sind berufstätig, leben im städtischen Bereich und sind „Wenigfahrer“, die das Auto in Ergänzung zu anderen Verkehrsmitteln nutzen.²⁶

19 Bundesverband Smart-City. Online in Internet: <http://www.bundesverband-smart-city.de/de/bundesverband> (abgerufen am 16.01.2015)

20 Vgl. Vallée D. (2013), S. 167

21 Vgl. Vallée D. (2013), S. 168

22 Vgl. Glotz-Richter M. (2013), S. 209

23 Vgl. Bundesverband CarSharing Deutschland. Online in Internet: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/202416/umfrage/entwicklung-der-carsharing-nutzer-in-deutschland/> (abgerufen am 2.12.2014). Stand 1. Januar 2014.

24 Vgl. Beckmann K. (2013), S. 35ff.

25 Vgl. Institut für Mobilitätsforschung (2011), S. 5f.

26 Vgl. Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2008), S. 9



CHANCEN VON CARSHARING

Carsharing als Konzept kann nur erfolgreich sein, wenn die Alternativen zum motorisierten Individualverkehr – Bus, Bahn, Fahrradverkehr und Zu-Fuß-Gehen - attraktiv genug ausgebaut sind. Es existieren viele Varianten von Carsharing-Systemen immer mit dem Ziel eine preisgünstige Alternative zum Autobesitz darzustellen, die Anzahl der PKWs und der Parkplätze zu reduzieren und die Umwelt zu entlasten.

So kann Carsharing zu einer nachhaltigen Mobilitätsentwicklung beitragen.

Minderung des PKW-Besitzes

Studien belegen, dass das klassische stationsgebundene Carsharing, wie es auch in Südtirol zum Einsatz kommt, zu einer deutlichen Minderung des PKW-Besitzes bei den Nutzern führt, wenn das Dienstleistungsprofil, in Kombination mit den anderen Verkehrsangeboten, eine vollwertige Alternative zum PKW-Besitz darstellt.²⁷

Die Erfahrung zeigt, dass zwischen zwei und zehn Privatfahrzeuge durch ein Carsharing-Fahrzeug ersetzt werden können, sofern eine flächendeckende Verfügbarkeit gegeben ist. Dem Bundesverband CarSharing Deutschland zufolge beträgt die durchschnittliche Ersatzquote sieben Fahrzeuge je Carsharing-Fahrzeug.²⁸ Eine Neukundenbefragung in Deutschland hat ergeben, „dass der Autobesitz in den Haushalten der Carsharing-Neukunden von 43,4 Prozent innerhalb weniger Monate auf nur noch 19 Prozent gesunken ist.“²⁹

Mehr freie Parkplätze

Carsharing als Alternative zum Autobesitz hat zudem ein großes Potenzial, Stadtquartiere vom Parkdruck zu entlasten. Im öffentlichen Straßenraum besteht akuter Handlungsbedarf, denn die Übernutzung des Straßenraums und auch der „ruhende Verkehr“ vermindern die Wohn- und Lebensqualität.³⁰

Viele private aber auch gewerbliche Carsharing-Kunden schaffen mit dem Abschluss eines Carsharing-Vertrages ihr Privatauto ab oder verzichten auf einen geplanten Neukauf. Auch wenn die Anzahl des Ersatzes von Privatautos durch Carsharing von Studie zu Studie unterschiedlich angegeben wird, ist die Tendenz der Verringerung des Autobestandes bei Carsharing-Kunden eindeutig bestätigt. Die Reduzierung des Autobesitzes durch Carsharing führt zur Einsparung von Autoverkehrsflächen in den Städten bzw. zur Entlastung von Parkdruck für andere Autobesitzer. Diese Flächen könnten anderweitig genutzt werden und damit zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität in den Straßenräumen und Stadtteilen beitragen.³¹

Carsharing Südtirol verfügt über ca. 960 registrierte Kunden. Dadurch könnten in Südtirol jährlich 278.400 kg CO₂ vermieden werden.

Schonung der Umwelt

Wichtige umweltentlastende Effekte des Carsharing ergeben sich durch die Flottenzusammensetzung und dem Mobilitätsverhalten der Carsharing-Nutzer. Carsharing-Fahrzeuge sind im Vergleich zum Durchschnittsauto weniger stark motorisiert, weisen niedrigere Kraftstoffverbräuche auf und das Durchschnittsalter der Autos ist sehr viel jünger.³²

Carsharing wird auch als umweltschonend anerkannt, weil nachgewiesen ist, dass Carsharing-Nutzer viele ihrer Wege im Umweltverbund (öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad, zu Fuß) zurücklegen und Carsharing nur die so noch nicht abgedeckten Lücken schließt.³³

Eine veröffentlichte Evaluationsstudie des Carsharing in der Schweiz im Jahr 2006 kam zum Ergebnis, dass jeder aktive Carsharing-Kunde in der Schweiz jährlich 290 kg CO₂ weniger in die Atmosphäre freisetzt. Dieser Betrag setzt sich sowohl aus dem niedrigeren spezifischen Verbrauch bei der PKW-Nutzung zusammen als auch aus der umweltfreundlicheren Verkehrsmittelwahl für die Gesamtheit aller Wege.³⁴

Finanzielle Entlastung der Nutzer

Carsharing-Initiativen haben es sich zum Ziel gesetzt, eine preisgünstige Alternative zum Privatautobesitz zu ermöglichen. Der ökonomische Vorteil besteht darin, dass der Kunde effektiv nur dann zahlen muss, wenn er das Auto auch braucht. Versicherung, Steuer und Reparaturkosten fallen nicht an. Wie viel ein Carsharing-Kunde im Vergleich zum Privatauto sparen kann, hängt natürlich von vielen Faktoren ab, wie z.B. von den gefahrenen Kilometern, den Anschaffungs- und Reparaturkosten bei Privatautos und vom Kostenmodell des jeweiligen Carsharing-Dienstes.



Stiftung Warentest hat die Kosten für Carsharing in Deutschland berechnet und verglichen. Die Rentabilitätsschwelle für Carsharing unterscheidet sich nach Anbieter und liegt meist zwischen 10.000 und 20.000 Kilometern pro Jahr. In einer Modellrechnung für 5.000 Jahreskilometern entstanden bei Carsharing Kosten von 138 Euro pro Monat, mit einem eigenen Auto dagegen von 206 Euro.³⁵

27 Vgl. Glotz-Richter M. (2013), S. 213

28 Vgl. Vallée D. (2013), S. 168

29 Vgl. Loose W. (2012), Online in Internet: <http://www.carsharing-blog.de/2013/06/der-bundesverband-carsharing-fordert-eine-einheitliche-rechtliche-loesung-fuer-carsharing-parkplaetze-im-oeffentlichen-strassenraum/> (abgerufen am 3.12.2014)

30 Vgl. Glotz-Richter M. (2013), S. 215

31 Vgl. Bundesverband Carsharing Deutschland bcs (2008), S. 7

32 Vgl. Glotz-Richter M. (2013), S. 213f.

33 Vgl. Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2008), S. 10

34 Vgl. Haefeli U., Matti D., Schreyer C., Maibach M. (2006), S. 7

35 Stiftung Warentest. Online in Internet: <https://www.test.de/Carsharing-Teile-und-spare-4330073-4330085> (abgerufen am 3.12.2014)

Carsharing – ein Modell nur für große Städte?

Carsharing-Organisationen sind vor allem in großen Städten und Ballungsräumen (über 100.000 Einwohnern) ansässig. In Gebieten mit geringer Bevölkerungsdichte ist die Kundendichte häufig zu gering, um Carsharing gewinnbringend betreiben zu können. Meistens entwickeln sich die Carsharing-Organisationen deshalb aus dem Zentrum von Kerngebieten heraus und wachsen nach außen.³⁶

Das Land Südtirol hingegen wird charakterisiert durch seinen ländlichen und kleinstrukturierten Raum. Nichtsdestotrotz wurde ein Carsharing-Projekt umgesetzt. Die folgenden Kapitel zeigen, wie dabei vorgegangen wurde, welche Besonderheiten zu beachten und Herausforderungen zu überwinden waren und welchen Erfolg die Initiative verbuchen kann.



36 Vgl. Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2008), S. 9

CARSHARING SÜDTIROL ALTO ADIGE



Carsharing Südtirol³⁷ Alto Adige³⁸ startete im September 2013 in den Gemeinden Mals, Meran und Bozen. Nach und nach kamen weitere Gemeinden dazu. Eine der Hauptinitiatoren war die Organisation „Arche im Katholischen Verein der Werktätigen – KVV“.³⁹ Sie stellte sich die Frage, wie beim Hausbau gespart werden kann. Sollte anstelle von zwei Garagen nur eine benötigt werden, ließen sich die Kosten reduzieren. In Südtirols Haushalten wird ein Zweitauto oftmals zwar benötigt, aber nur sehr sporadisch genutzt. Könnte anstatt des zweiten Autos ein Leihauto verwendet werden, könnten erhebliche Ausgaben eingespart werden. Der Kreis der Interessenten vergrößerte sich rasch. Unterstützung fand man zudem durch die Gemeinde Bozen. Auf das Vorhaben wurde auch die Volkswagengruppe – VW aufmerksam, die ein Carsharing-Projekt in Italien plante. Zudem wurde die Gemeinde Mals kontaktiert, die unabhängig für den oberen Vinschgau ein Carsharing-Projekt umsetzen wollte und diesbezüglich bereits eigene Pläne entworfen hatte, um den Bürgern und Gästen der Gemeinde Mals die Möglichkeit zu bieten auch ohne eigenem PKW den oberen Vinschgau inklusive seiner Seitentäler zu erreichen. Gemeinsam wurde ein Business Plan erstellt, Kontakte geknüpft, Interessierte gesucht, Verhandlungen mit VW weitergeführt und Recherchen im In- und Ausland angestellt.

ORGANISATION UND AUFBAU

Als Organisationsform für Carsharing Südtirol dient ein Konsortium, welches im Mai 2013 von neun Genossenschaften gegründet worden ist. Das Konsortium auf Basis einer Genossenschaft in Form einer Aktiengesellschaft, die ohne dem Ziel der Privatspekulation und ohne Möglichkeit der Gewinnausschüttung arbeitet. Das Konsortium wird von einem neunköpfigen interdisziplinären Vorstand und durch eine Geschäftsleitung verwaltet. Das Konsortium hat sich dem Raiffeisenverband Südtirol angeschlossen, um von diesem die notwendige Fachberatung zu Buchhaltung, Recht, Personal und Steuern zu beziehen. Die Organisation Carsharing Südtirol hat kaum eigenes Personal eingestellt, sondern die notwendigen Dienste von Partnerorganisationen und Dienstleistern eingekauft. Die Kontrolle, das Tanken und das Reinigen der Fahrzeuge übernehmen Pensionisten die mittels Voucher bezahlt werden. Durch diese breit aufgestellte und lokal verankerte Organisationsform kann der Carsharing-Dienst in einem ländlichen und kleinstrukturierten Raum wie Südtirol einigermaßen kostendeckend angeboten werden.

37 Informationen aus: Interview mit dem damaligen Geschäftsführer von Carsharing Südtirol Leo Resch am 16.01.2014, mehreren Gesprächen und Interviews mit Mitarbeitern, Homepage: www.carsharing.bz.it, Businessplan der Organisation Carsharing Südtirol Alto Adige.
38 In Folge Carsharing Südtirol
39 KVV. Online in Internet: <http://www.kvv.org/de/wohnen/wohnbaugenossenschaft> (abgerufen am 7.10.2014)

Mitglieder des Konsortiums Carsharing Südtirol

Arche im KVV	KVV
ASP Servizi	Marktgemeinde Sand in Taufers
C Plus Arbeitergenossenschaft	NAVES
Confcooperative Bolzano	Raiffeisenkasse Meran
Elektroverteilergenossenschaft Sand in Taufers	Raika Bozen
Forward Società Cooperativa	Safety Road Academy Società Cooperativa
Gemeinde Mals	Share a Car Südtirol
Giovacchini Genossenschaft	Südtiroler Bauernbund
Infosyn	Südtiroler Energie Verband Genossenschaft
Kon Coop Genossenschaft	Wohnbaugenossenschaft Grieserauen

Organigramm



ZIELE

Ein Ziel des Projektes Carsharing ist es, die Mobilität nachhaltig zu beeinflussen und im selben Schritt die Gesellschaft und die Umwelt zu entlasten. Carsharing kann den Umstieg vom reinen Individualverkehr zu einer intermodularen Mobilität erleichtern. Eines der Hauptziele ist die Entwicklung und Umsetzung eines gut funktionierenden Systems mit Pilotcharakter, welches mittels neuester Technologien gebucht, genutzt und auch abgerechnet werden kann. Dabei soll Carsharing eine Ergänzung zu den bereits bestehenden und zukünftigen öffentlichen Verkehrsmitteln bilden.

Ein weiteres Ziel besteht in der aktiven Umsetzung des genossenschaftlichen Gedankens, indem auf nachhaltige Weise ein gemeinschaftlicher, sozialer und ökonomischer Mehrwert geschaffen wird. Im Zuge des Projekts sollen möglichst viele Gemeinden, öffentliche Körperschaften, Verbände, Vereine, Genossenschaften und Unternehmen eingebunden werden.

Weniger Autos, d.h. weniger Lärm, weniger Schadstoffe und generell eine Entlastung der Umwelt sowie mehr freie Parkplätze sind weitere Ziele. Carsharing-Nutzer sind erfahrungsgemäß mobilitätsbewusster, sie benutzen weniger das Auto, verwenden dafür aber häufiger öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad. Das Ziel der Organisation Carsharing ist es, an möglichst vielen Verkehrsknotenpunkten und für die Mobilität strategisch wichtigen Punkten präsent zu sein. Überall dort, wo Kurzzeitmiete ausreichend oft gebraucht wird und dadurch ein Nutzen für die Gemeinschaft gestiftet werden kann, sollte Carsharing zum Einsatz kommen. Voraussetzung für das Einrichten eines neuen Standpunktes ist eine zu erwartende Mindestauslastung, die ein kostendeckendes Ergebnis für den Standpunkt und jedes Auto sicherstellt.

MEHRWERT FÜR DIE NUTZER

Der genossenschaftliche Gedanke ist den Carsharing-Organisatoren sehr wichtig und die Kunden werden als Mitglieder gesehen, die von einer Alternative zum Autobesitz profitieren sollen. Besonders attraktiv soll diese Alternative für Personen, welche im Jahr weniger als 10.000 Kilometer mit dem Auto zurücklegen sein, denn durch die Nutzung eines Carsharing-Autos fallen Fixkosten eines eigenen Autos wie Anschaffung, Versicherungen und Steuern weg.

Auch für Unternehmen kann Carsharing aus verschiedenen Gesichtspunkten eine interessante Alternative zum eigenen Fuhrpark sein. Mitarbeiter und Angestellte können auf ein Auto zurückgreifen, ohne dass Anschaffungskosten anfallen. Die Steuerabsetzbarkeit bzw. die Freibeträge im Zusammenhang mit Firmenautos wurden in den letzten Jahren laufend reduziert, die Kosten für das Carsharing hingegen – sofern eindeutig dem Außendienstesatz zuordenbar – können zu 100 Prozent steuerlich abgesetzt werden. Darüber hinaus erhalten Unternehmen eine monatliche Sammelrechnung aller Nutzer ihres Betriebes und haben somit eine detaillierte Auflistung aller Fahrten.

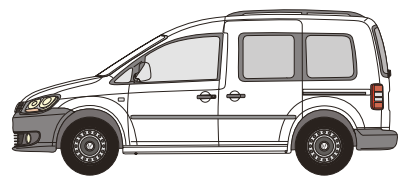
Auch für öffentliche Organisationen wie Gemeinden kann Carsharing eine interessante Alter-

native darstellen. Der Unterhalt des Fuhrparks birgt bei Gemeinden und Bezirksgemeinschaften häufig großes Einsparungspotential. Besonders Gemeinden verfügen teilweise über einen veralteten und dadurch kostenintensiven Fuhrpark, können diesen aber aus budgetären Gründen oft nicht erneuern. Auch Museen, Universitäten, Forschungseinrichtungen, Schulen und andere öffentliche Einrichtungen, die zeitweise ein Auto benötigen, aber in der Regel keine eigenen Autos unterhalten, werden als interessante Kunden angesehen.

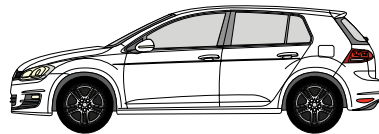
Zudem werden größere Unternehmen und öffentliche Einrichtungen durch ein persönliches Gespräch über die Vorteile von Carsharing informiert. Dabei wird geklärt, ob und wie eine Zusammenarbeit aussehen könnte. Besonders bei größeren Organisationen wird an maßgeschneiderten Lösungen gearbeitet (z.B. Einrichtung eigener Stationen in der Nähe der großen Organisationen).

FAHRZEUGE

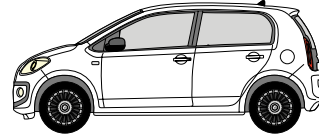
Verwendet werden normgerechte und gut gewartete Fahrzeuge der letzten Generation mit optimierter Abgasreinigungstechnologie. Die Autos sind haftpflicht- und vollkaskoversichert. Die Carsharing-Flotte besteht aus folgenden Fahrzeugtypen:



VW Caddy Life



VW Golf



VW Up!

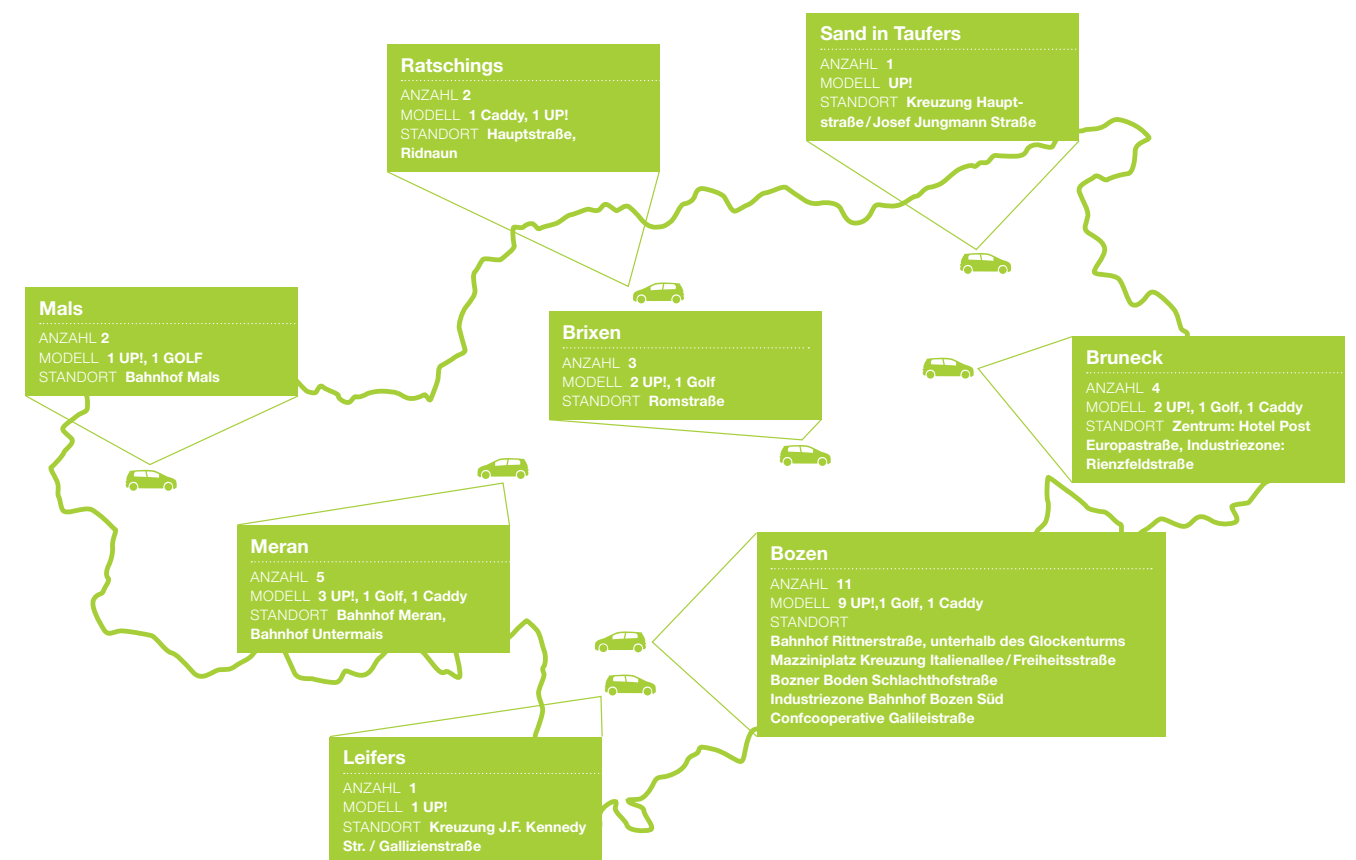
Alle Autos verfügen über ein fahrzeuggebundenes Zugangssystem, das eine personenbezogene Zuordnung der Buchung ermöglicht und dem Nutzer lediglich den Zugang zu dem tatsächlich gebuchten Fahrzeug gewährt. Für die Zukunft ist der Einsatz von Elektroautos geplant.

STANDORTE

Die Zentrale von Carsharing Südtirol befindet sich in Bozen. In allen Ortschaften, an denen Carsharing angeboten wird, ist bei einer Partnerorganisation auch ein Infopoint eingerichtet. In den Ortschaften dienen unter anderem die KVV-Büros oder Tourismusvereine als Infopoints. Die Nutzung bestehender Strukturen bringt erhebliche Einsparungen mit sich und ist entscheidend für den Betrieb eines Carsharing-Dienstes in einer dezentralen und ländlichen Region wie Südtirol.

Die Verteilung der Fahrzeuge wird laufend an die Kundenwünsche angepasst. Die aktuelle Ver-

fügbare der einzelnen Fahrzeugtypen kann bei der Reservierung überprüft werden. Insgesamt wird Zugriff auf 30 Autos in Südtirol geboten. Davon sind in Bozen mindestens neun und in Meran mindestens vier Autos stationiert. Je nach Auslastung kommen Autos dazu oder weg.⁴⁰





ZUSAMMENARBEIT MIT DEN GEMEINDEN

Carsharing wird nur in Gemeinden angeboten, in denen es zu einer engen Zusammenarbeit mit und Unterstützung von Gemeinden kommt. Die interessierten Gemeinden müssen sich bereit erklären, dem Carsharing-Dienst unentgeltlich reservierte Parkplätze zur Verfügung zu stellen. In Südtirol wurde der Carsharing-Dienst in den Gemeinden Meran, Mals und Bozen gestartet und in Folge dann auf die Gemeinden Bruneck, Sand in Taufers, Brixen, Ratschings und Leifers ausgeweitet. In einer dritten Phase wurden Gespräche mit Klausen, Eppan, und Innichen geführt.

PARTNERSCHAFTEN

Der Carsharing-Dienst in Südtirol wurde in Kooperation mit der Deutschen Bahn AG (DB) realisiert. Die Deutsche Bahn betreibt über die Tochtergesellschaft DB Rent GmbH das größte Carsharing-Netz Deutschlands, „Flinkster“. Das Nutzungssystem, d.h. die Kundenverwaltung, die Abrechnung, die Zugangsverwaltung und das Buchungssystem wird von der Deutschen Bahn bezogen. Zudem steht Carsharing Südtirol in einem Kooperationsverhältnis mit Car Sharing Trentino⁴¹. Damit können Kunden von Carsharing Südtirol national und international auf eine Flotte von 3.000 Autos zugreifen und natürlich können auch umgekehrt alle Kunden der Kooperationspartner die Flotte von Carsharing Südtirol nutzen. Carsharing-Kunden können zu Carsharing Südtirol Tarifen ein Auto in Trient, Deutschland, Österreich und in allen Ländern, in denen DB-Rent aktiv ist, buchen. Nicht zuletzt wird in einer Partnerschaft mit der Volkswagen AG (VW) zusammengearbeitet, die zu einem stark vergünstigten Preis neue Fahrzeuge zur Verfügung stellt.

EINBINDUNG IN DEN ÖFFENTLICHEN NAHVERKEHR

Anstelle der Carsharing-Kundenkarte kann der Benutzer auch seinen Südtirol Pass verwenden. Besitzer eines Südtirol Passes erhalten bei der Anmeldung einen Rabatt. Das kombinierte Benutzen vom Südtirol Pass für das Aufsperrten des Autos soll zum einen Vertrauen schaffen und zum anderen aufzeigen, dass Carsharing Teil eines großen Mobilitätskonzeptes ist. Es ist von entscheidender Bedeutung, dass Carsharing Teil einer ganzheitlichen nachhaltigen Verkehrsentwicklung ist und in bestehende und zukünftige Projekte integriert wird. Beispielsweise ist das Projekt „Nachhaltige Mobilität Burggrafenamt“ Namobu zu nennen. „Namobu“ ist ein von der Bezirksgemeinschaft Burggrafenamt initiiertes und vom Europäischen Fonds für Regionalentwicklung (EFRE) sowie den Mitgliedergemeinden der Bezirksgemeinschaft finan-

ziertes Projekt. Ziel ist die Ausarbeitung eines übergemeindlichen Mobilitäts- und Raumentwicklungsplans, der die Mobilitätsentwicklung in den 28 teilnehmenden Gemeinden nachhaltig optimieren soll.⁴²

KOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

In der Kommunikation wird sehr stark darauf geachtet, dass die Partnerorganisationen und Mitglieder des Konsortiums, Carsharing in ihren internen Medien (Zeitungen, Internet, Aussenungen, Plakate, Prospekte usw.) bekannt machen. Durch die Tatsache, dass Carsharing nicht gewinnorientiert arbeitet, sind auch viele unabhängige Medien bereit, die Initiative durch redaktionelle Beiträge zu unterstützen. Dadurch konnte trotz kleinem Werbebudget die öffentliche Aufmerksamkeit auf Carsharing Südtirol gelenkt und die Bekanntheit auf dem Territorium sichergestellt werden. Zudem wurden in allen Orten, in denen Carsharing angeboten wird, Informationsveranstaltungen abgehalten, um der lokalen Bevölkerung die Vorteile des Dienstes zu vermitteln.

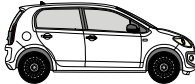
KOSTEN UND PREISGESTALTUNG

Neben den Anschaffungskosten fallen beim Carsharing auch Kosten wie Versicherung, KFZ-Steuer, Stellplatz- oder Garagenmiete und Tankgebühren nicht an. Die Strategie bei der Preisgestaltung lehnt sich stark an jene der Deutschen Bahn an, die mit Flinkster und seinen Kooperationspartnern rund 3.000 Autos betreibt. Die Hauptkomponente ist die zeitliche Nutzung, hinzu kommt die Verbrauchskomponente gemessen an der zurückgelegten Strecke. Für die Registrierung als Carsharing-Kunde fällt eine einmalige Gebühr in Höhe von 25 Euro für Personen im Besitz des Südtirol Passes bzw. 40 Euro für Personen ohne Südtirol Pass an. Die jährliche Grundgebühr beträgt 25 Euro, welche im April 2015 auf 49 Euro erhöht wird. Alle weiteren Kosten sind nutzungsbezogen und ergeben sich aus der Summe von Stundenpreis und Kilometerpauschale.⁴³

Der **Südtirol Pass** ist ein persönlicher, nicht übertragbarer Fahrschein und gilt für alle Verkehrsmittel des Verkehrsverbundes Südtirol. Die Ausstellung des Südtirol Pass ist kostenlos, es werden nur die mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegten Strecken verrechnet.

41 Car Sharing Trentino. Online in Internet: <http://www.carsharing.tn.it> (abgerufen am 13.01.2015)

42 NAMOBU - Nachhaltige Mobilität Burggrafenamt. Online in Internet: <http://www.namobu.it/de> (abgerufen am 14.01.2015)
43 Carsharing Südtirol Alto Adige. Online in Internet: <http://www.carsharing.bz.it/tarife> (abgerufen am 30.09.2014)

				
		VW Up!	VW Golf	VW Caddy
Stundenpreis	7.00 – 22.00	5,00 Euro	6,00 Euro	6,00 Euro
	22.00 – 7.00	1,00 Euro	1,00 Euro	1,00 Euro
Tagespreis	1. Tag	29,00 Euro	39,00 Euro	39,00 Euro
	ab 2. Tag	25,00 Euro	35,00 Euro	35,00 Euro
Verbrauchspauschale	pro km	0,20 Euro	0,20 Euro	0,20 Euro

Die Erfassung der Verbrauchspauschale bzw. der gefahrenen Kilometer erfolgt dabei vollautomatisch. Die angefallenen Kosten werden den Kunden monatlich in Rechnung gestellt und können per Banküberweisung durch den Kunden oder bei Erteilung einer Einzugsermächtigung direkt durch Carsharing beglichen werden.



REISE DES KUNDEN

1

Anmeldung

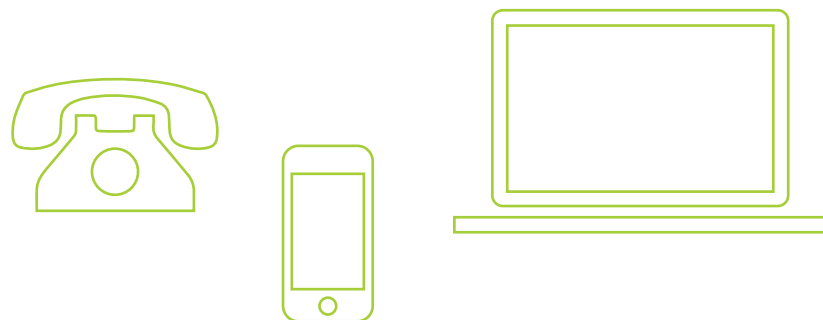
Die Anmeldung kann in allen Carsharing-Büros und Infopoints durchgeführt werden. Der **Südtirol Pass** kann als Türöffner aktiviert werden. Falls der Kunde keinen Südtirol Pass besitzt, erhält er eine **Kundenkarte**.



2

Buchung

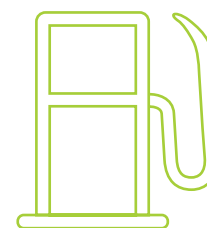
Die Buchung kann entweder über **Telefon** (grüne Nummer), über **Internet** oder über **Handy-App** erfolgen. Die Buchung über Internet kann auf der **Website** von Carsharing Südtirol durchgeführt werden. Carsharing Südtirol nutzt die **App Flinkster** des Kooperationspartners Deutsche Bahn.



3

Fahrtbeginn

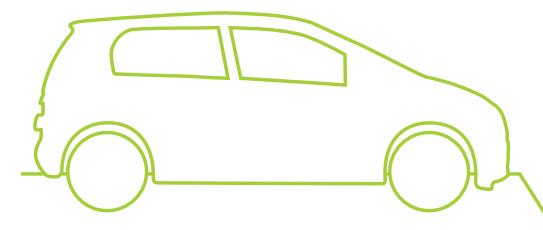
Das gebuchte Auto befindet sich am **gekennzeichneten Carsharing-Parkplatz**. Vor Fahrtantritt sollte das Fahrzeug inspiziert, eventuelle Schäden in die Schadensliste im Handschuhfach eingetragen und die grüne Nummer kontaktiert werden. Der **Schlüssel** befindet sich im Handschuhfach, in einer dafür vorgesehenen Halterung. Verlässt der Kunde das Auto, aber möchte es noch nicht zurückgeben, so sperrt er das Auto normal mit dem Autoschlüssel ab. Wird das Auto zurückgebracht, muss der **Tank** mindestens zu einem Viertel voll sein. Car-sharing-Kunden tanken bargeldlos mit der bordeigenen **Tankkarte** die sich im Handschuhfach befindet. Die Karte wird an allen DKV-Tankstellen akzeptiert. Sollte das Tanken mit der Tankkarte nicht möglich sein, muss der Kunde den Betrag vorstrecken und erhält diesen gutgeschrieben.



4

Fahrzeugrückgabe

Bei Rückgabe des Autos wird der Schlüssel im Handschuhfach in der entsprechenden Vorrichtung gegeben. Das ausgeliehene Auto muss nach Rückkehr zum Ausgangspunkt zurückgebracht werden. Dann kann das Auto mit dem Südtirol Pass oder der Kundenkarte abgesperrt werden und die Buchung gilt als beendet.



INTERVIEW MIT CARSHARING-MITBEGRÜNDER LEO RESCH

Herr Resch, Sie waren maßgeblich am Aufbau des Carsharing-Dienstes in Südtirol beteiligt. Erzählen Sie uns bitte kurz von den Projektanfängen.

Mehrere Personen haben sich parallel mit der Idee beschäftigt. Es gab vor einigen Jahren bereits eine Carsharing-Initiative in Bozen und Meran. Diese funktionierte mittelmäßig, war auf Dauer aber leider nicht tragbar und musste aus organisatorischen und finanziellen Gründen schließen. Doch war es zu bedauern, dass es ein solches System in Südtirol nicht mehr gab. Also haben sich Interessenten aus unterschiedlichen Bereichen zusammengefunden, um das Projekt wieder aufzugreifen. Die meisten Interessierten waren Nutzer des ursprünglichen Carsharing-Dienstes, darunter auch Josef Schöpf, Obmann der Arche im KVV.

Welche Rolle hat die „Arche“ im KVV im Carsharing-Projekt?

Gemeinsam mit der Gemeinde Mals ist die Arche im KVV ein Initiator des Projekts. Der allgemeine Auftrag der Arche ist die Betreuung von Genossenschaften, weshalb auch das Projekt Carsharing unterstützt wird. Ich habe die Rolle des Geschäftsführers von Carsharing Südtirol im Dezember 2013 an Cristina Larcher abgegeben. Darüber hinaus ist die Arche im neunköpfigen Verwaltungsrat von Carsharing vertreten und war Mitglied des Vollzugsausschusses, der anfänglich die operative Projektumsetzung betreut hat.

Wurden die Erfahrungen der vorherigen Carsharing-Initiative genutzt?

Wir haben einen sehr guten Einblick in das System des „alten“ Carsharing bekommen und gesehen, was dort gut funktioniert hat. Dieses Projekt wurde privat aufgezogen. Hauptgrund des Scheiterns war nicht zuletzt ein altes Schlüsselsystem: Jedes Mitglied hatte Zugang zu den Schlüsseln, ob das Auto gebucht war oder nicht. Also sind Leute, die nicht gebucht hatten, mit



dem Auto gefahren, haben sich oft nicht eingetragen und die Fahrt auch nicht bezahlt. Derjenige, der gebucht hatte, fand das Auto dann nicht vor, somit war das System nicht ausreichend zuverlässig. Carsharing Südtirol Alto Adige setzt auf ein modernes und zeitgemäßes Zugangssystem, das den Nutzern einen einfachen und unkomplizierten Zugang ermöglicht und gleichzeitig sicherstellt, dass die gebuchten Autos auch verfügbar sind.

Ein Ziel von Carsharing Südtirol ist der Nutzen von umweltschonenden Autos, es sollen in Zukunft Elektroautos zum Einsatz kommen?

Genau, im Business Plan steht dies als Vorhaben drinnen und wir wollen versuchsweise zwei Autos mit Elektroenergie in unsere Flotte aufnehmen. Wir möchten diese testen und dann, je nach Nachfrage, auch neue Elektroautos aufnehmen. Elektroautos können aber nur dort positioniert werden, wo es auch Ladestationen gibt. Deshalb wird gemeinsam mit der Arbeitsgruppe für Elektromobilität unter der Leitung des Landeskoordinators für nachhaltige Mobilität der BLS und in Zusammenarbeit mit dem Südtiroler Energieverband daran gearbeitet, ein Netz von einheitlichen E-Ladestationen in Südtirol zu realisieren.

Aufgrund der technischen Rahmenbedingungen und den hohen Kosten für die Autos und die Ladeinfrastruktur wird es sehr schwer werden E-Carsharing umzusetzen. Wir benötigen dafür mindestens 250.000 Euro. Wir arbeiten daran, die Mittel für dieses Projekt aufzutreiben und sind davon überzeugt diese in absehbarer Zeit zu finden.

Wie unterstützt Volkswagen das Projekt und gibt es weitere Partner?

VW ist exklusiver Partner von Carsharing Südtirol. Wir sind die Verpflichtung eingegangen, die Autos für mindestens zwei Jahre ausschließlich bei VW zu kaufen. Im Gegenzug bekommen wir im Rahmen dieser Vereinbarung für zwei Jahre die Autos um ca. 60 Prozent günstiger als der Normalpreis.

Der Raiffeisenverband, die Confcooperative und der Legacoopbund unterstützen das Projekt stark. Die Raika Bozen ist Mitglied von Carsharing und unterstützt das mit Rat und Tat. Wichtige Partner sind auch der Südtiroler Energieverband und

der KVV. Darüber hinaus arbeiten wir mit der Organisation „C+“ und dem Weißen Kreuz zusammen. Am Wochenende und in der Nacht übernimmt die Telefonzentrale des Weißen Kreuz die Anrufe, um den Service rund um die Uhr anbieten zu können.

Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit den Gemeinden, gibt es eine vertragliche Vereinbarung?

Es gibt nur zum Teil vertragliche Vereinbarungen, aber alle Gemeinden haben einen Beschluss gefasst Carsharing zu unterstützen. Alle Gemeinden unterstützen uns durch Gratis-Parkplätze, das ist schon viel und wir sind dafür sehr dankbar. Ratschings unterstützt uns noch mehr, sie übernehmen eine Umsatzgarantie in Höhe von 7.000 Euro pro Auto und Jahr, erhalten dafür jedoch 50 Prozent der Einnahmen aus der Zeit die das Auto generiert. Dadurch sind die Gemeindemitarbeiter natürlich angehalten, den Dienst auch zu nutzen und es ist in jedem Fall ein wertvoller Beitrag für Carsharing Südtirol. Dies ist schon etwa 50 Prozent vom Jahresumsatz, den wir mit einem Auto machen sollten. Anfangs war der Aufwand für die Koordination und Abstimmung der Gemeinden, Standorte und vielen Büros enorm, inzwischen funktioniert das Zusammenspiel aber gut.

Wurden Gemeinden und Unternehmen auch aktiv angesprochen und beworben?

Es war unterschiedlich, einige Gemeinden wurden von uns kontaktiert, aber manche haben sich auch selbst für das Projekt interessiert. Gemeinden haben davon gehört und wollten es bei sich ebenfalls einführen. Bei den Unternehmen war es ähnlich. Es gibt auch schon gewisse Verträge. Firmen haben Gutscheine gekauft, weil die Initiative interessant ist. Auch wenn die Gutscheine nicht aufgebraucht werden, viele Unternehmen wollen das Projekt auch einfach unterstützen.

Das Auto muss am selben Standort zurückgebracht werden bei dem es ausgeliehen wurde. Warum sind „one-way-Buchungen“ (Ausleihe und Rückgabe an verschiedenen Standorten) nicht möglich?

Wenn, dann würde so etwas nur in einem zweiten Schritt funktionieren. Experten meinen, dass es für Südtirol wirtschaftlich

nicht möglich sei, dass man das Auto an einem anderem Ort zurückgibt, als dort wo es ausgeliehen wurde. Denn dieses Konzept funktioniert nur in größeren Städten und auch dort nur in dicht angesiedeltem Raum, wo es einen guten Nahverkehr gibt. Sogar in Berlin funktioniert es nur im Zentrum gut, außerhalb funktioniert es eher mittelmäßig bis schlecht. Zudem möchten viele Kunden das Auto auch schon früher buchen und nicht erst eine halbe Stunde vorher. Dies wäre bei den „one-way-Buchungen“ nicht möglich.

Gibt es Preisvergleiche zwischen Carsharing in Südtirol und Trient?

Die Preise in Trient sind anders geregelt. In Trient sind die Preise eher kilometerbezogen, nicht zeitbezogen (2,40€/h und 40cent/km). In Südtirol hingegen eher zeitbezogen, nicht kilometerbezogen (6€/h und 20cent/km). Man kann jedoch nicht sagen, ob Trient oder Südtirol billiger wäre. Es hängt von den Nutzungsgewohnheiten ab. Fahre ich weniger weit und lasse das Auto länger stehen, so ist das Modell von Trient billiger, aber leihe ich das Auto nur kurz und fahre weit, so ist das Südtiroler Modell billiger. Südtirol hat das Projekt zwei Jahre später als Trient aufgebaut und deshalb auch auf neueste technische Informationen aufgebaut.

Können die Carsharing-Kunden auch Carsharing-Angebote außerhalb Südtirols nutzen?

Carsharing Südtirol Kunden können insgesamt 3.000 Autos nutzen. Diese Autos werden vom Kooperationspartner „Finkster“ der Deutschen Bahn in fünf verschiedenen Ländern, Italien, Österreich, Schweiz, Deutschland, Niederlande, sozusagen zwischen Trient und Berlin, angeboten.



CARSHARING IN SÜDTIROL – AUSWERTUNGEN

METHODENMIX

Zur Analyse des Carsharing-Projektes in Südtirol wurde ein Methodenmix, auch methodische Triangulation genannt, angewandt. Dies bedeutet, dass bei der Datengewinnung auf eine Kombination von unterschiedlichen Methoden zurückgegriffen wurde. Durch die Verwendung unterschiedlicher Ansätze bzw. Methoden können Fehler, die durch eine bestimmte Methode erzeugt würden, minimiert werden. Zudem wurde die methodische Triangulation durch eine sogenannte Daten-Triangulation (Kombination von Daten aus verschiedenen qualitativen und quantitativen Quellen: qualitative Interviews, Datenanalyse, Daten aus Nutzerstatistiken, Mystery-Shopping und Kundenumfrage) sowie im Falle des Mystery Shoppings durch eine Investigator-Triangulation (Einsatz von verschiedenen Evaluatoren) ergänzt.⁴⁴

Mystery Shopping

Das sogenannte „Mystery Shopping“ ist eine Methode zur Messung der Kundenzufriedenheit. Dabei werden durch Testkunden verschiedene Kaufsituationen simuliert und versucht, die subjektiv wahrgenommene Dienstleistungsqualität zu messen und nach objektiven Parametern auszuwerten. Diese Untersuchung geschieht verdeckt-teilnehmend. Verschiedene Studien haben gezeigt, dass die Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität den Betriebserfolg positiv beeinflussen können. Mystery Shopping als Instrument der verdeckt-teilnehmenden Beobachtung hat dabei eine enorme praktische Bedeutung.⁴⁵

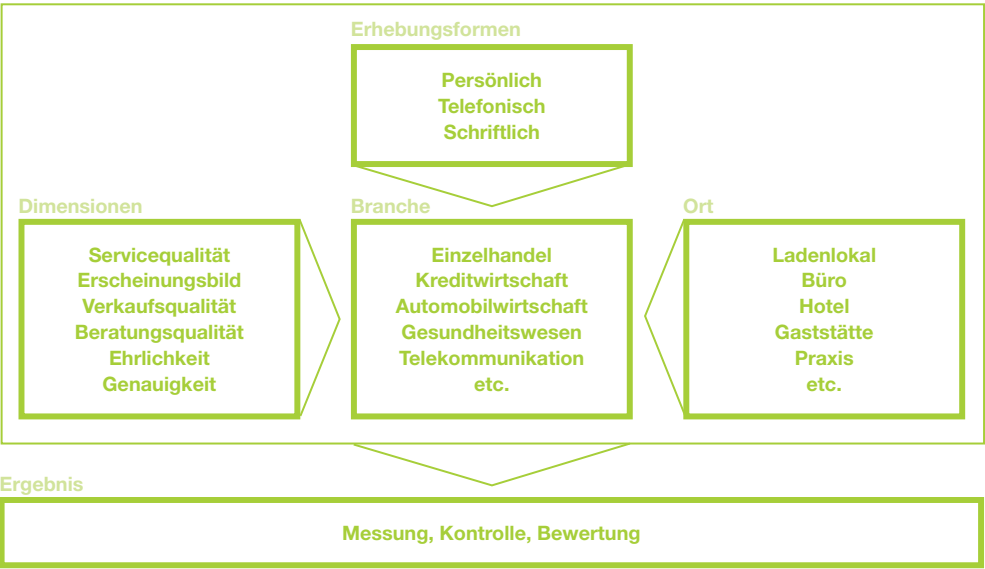
Mystery Shopping ist...

- „verdecktes Kaufen“,
- ein Verfahren zur objektiven Messung der Erfüllung der Dienstleistungsqualität,
- eine Simulation einer Kaufsituation durch geschulte Testkäufer,
- eine detaillierte Betrachtung der Servicequalität und Servicedurchführung,
- eine Kombination aus Expertenbeobachtung und Kundenbefragung,
- eine Möglichkeit zum Selbsttest.

⁴⁴ Vgl. Promberger K., Bernhart J., Niederkofler C. (2006), S. 155f.

⁴⁵ Vgl. Matzler K., Kittinger-Rosanelli C. (2000), S. 220ff.

Mystery Shopping wird in verschiedenen Erhebungsformen, Dimensionen und Orten durchgeführt. Gemeinsam haben die verschiedenen Formen das Auftreten von Testpersonen, welche Daten anhand eines vorher festgelegten Beobachtungskataloges erheben und dokumentieren. Der Katalog bezieht sich dabei auf die zu erhebende Dimension (z.B. Erscheinungsbild, Servicequalität, Verkaufsqualität, Ehrlichkeit, Genauigkeit usw.) und orientiert sich inhaltlich an der jeweiligen Branche (z.B. Einzelhandel, Kreditwirtschaft, Gesundheitswesen usw.), den betreffenden Eigenschaften, dem Ort der Erhebung (Hotel, Büro usw.), der Erhebungsform (persönlich, telefonisch, schriftlich) und dem angestrebten Ergebnis (Messung, Kontrolle, Bewertung).⁴⁶



Voraussetzungen⁴⁷

Einige Voraussetzungen, die für das Funktionieren des Mystery Shoppings gegeben sein müssen, sind:

- Die Situation muss so realitätsnah wie nur möglich dargestellt werden, damit der Mitarbeiter keinen Verdacht schöpft und sein Verhalten anpasst.
- Die Testkunden müssen sorgfältig ausgewählt werden, um während der simulierten Testsituation glaubwürdig und authentisch zu wirken.
- Die Testkunden sollten über das Produkt oder die Dienstleistung weder zu viel noch zu wenig Informationen besitzen, um die Interaktion mit dem Mitarbeiter möglichst genau messen zu können.

⁴⁶ Vgl. Grieger G. (2008), S. 50

⁴⁷ Vgl. Matzler K., Kittinger-Rosanelli C. (2000), S. 232ff.

- Testkunden sollen während der Testsituation „natürlich“ wirken.
- Vor der Testdurchführung wird ein Beobachtungsbogen (Fragebogen/Evaluierungsbogen) erstellt.
 - Dabei wird der Dienstleistungsprozess in seine einzelnen Phasen zerteilt und für jede einzelne Phase werden relevante Beobachungskriterien definiert.
 - Der Beobachtungsbogen muss die Reihenfolge der Interaktion und alle relevanten Qualitätsmerkmale mit ausreichendem Detaillierungsgrad darstellen und abfragen.
 - Dabei sollte eine objektive Beurteilung seitens des Testkunden zugelassen werden.
 - Einfache zu beobachtende und quantifizierbare Beurteilungskriterien sollten verwendet werden.
 - Die Beurteilungskategorien sollten überschaubar bleiben.
 - Die Datenerfassung sollte gleich nach der Testsituation durchgeführt werden.
- Die Zahl der Testkunden/Testkäufe sollte der Komplexität der untersuchten Dienstleistung entsprechen.

Vorgehensweise und Durchführung

Sind die Rahmenbedingungen geklärt, wird die Untersuchung anhand folgender Schritte umgesetzt:⁴⁸

1. Definition der Servicestandards
 - Sie müssen vor der Durchführung definiert werden, damit man auf diese hin überprüfen kann.
 - Sie sollten den Testkunden mitgeteilt werden.
2. Auswahl der Testkunden
 - Kunden müssen glaubwürdig in der Situation sein.
3. Festlegung des Durchführungsdesigns
 - Festlegung der Szenarien (es sollten verschiedene zur Anwendung kommen).
 - Erstellung des Beurteilungsbogens.
 - Anzahl der Testkäufe.
 - Anforderungen an Testkunden.
 - Zeitraum der Durchführung (verschiedene „Saisonen“ oder „Situationen“ können zu unterschiedlichen Ergebnissen führen).
4. Durchführung des Tests
5. Auswertung und Verwendungen der Ergebnisse (es werden hauptsächlich Mängel erkannt)

⁴⁸ Vgl. Matzler K., Kittinger-Rosanelli C. (2000), S. 234ff.

Kundenbefragung

Mystery Shopping hat sich in Kombination mit einer Kundenbefragung in der Ergebnisqualität als verlässlicher erwiesen. Ein abgestimmter Einsatz dieser beiden Instrumente bietet Vorteile gegenüber einer isolierten Anwendung.⁴⁹ Deshalb wurde auch eine Kundenbefragung mittels standardisiertem Fragebogen durchgeführt, welche sich als Grundlage für statistisch repräsentative Aussagen eignet.⁵⁰ Dabei dienen die qualitativen Erkenntnisse der Mystery Shopper als Grundlage für einen quantitativen Online-Fragebogen zur Erhebung der Zufriedenheit der Nutzer.



⁴⁹ Vgl. Grieger G. (2008), S. 213

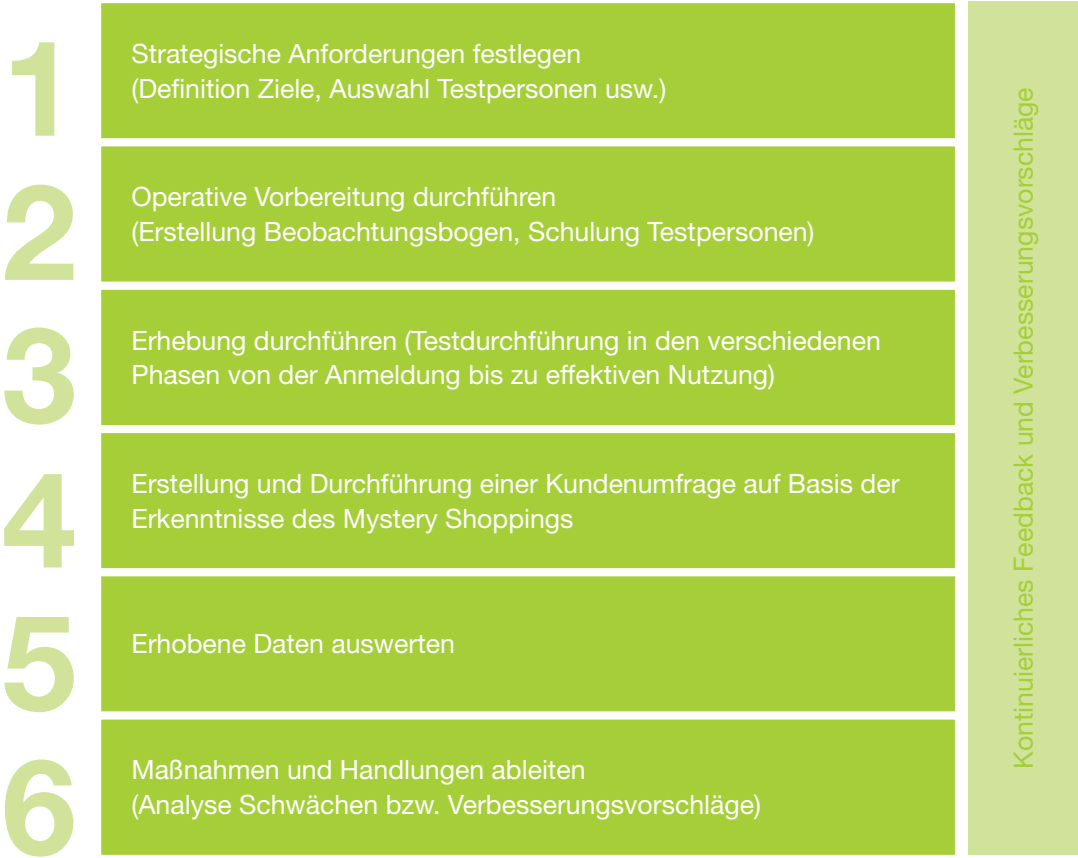
⁵⁰ Vgl. Promberger K., Bernhart J., Niederkofler C. (2006), S. 151

ERGEBNISSE

Das Carsharing-Angebot in Südtirol wurde somit sowohl durch Mystery Shopping als auch durch eine Kundenbefragung analysiert. Ziel war es, objektive Antworten auf Fragen zu Dienstleistungsqualität zu gewinnen, Stärken hervorzuheben sowie Schwachstellen zu identifizieren und zu analysieren, mögliche Verbesserungsvorschläge zu generieren und Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Im Rahmen des Mystery Shoppings wurden sechs Personen von der Europäischen Akademie Bozen ausgewählt und geschult. Insgesamt wurden 17 Fahrten durchgeführt und die Probanden durchliefen alle Prozessschritte, von der Anmeldung bis zur Nutzung der Fahrzeuge. Die Nutzungsstandorte für die Testfahrten waren Bozen, Meran und Mals. Das Mystery Shopping wurde über einen Zeitraum von etwa einem Jahr durchgeführt. Dabei wurde darauf geachtet, dass bereits bei der Einführung des Carsharing-Dienstes in Südtirol einige Tests durchgeführt wurden und dann einige Monate später, um Unterschiede bzw. Verbesserungen zu erkennen. Die Autos wurden für kurze und lange Zeiträume und Strecken getestet. Zur zusätzlichen Validierung der Erkenntnisse des Mystery Shopping wurde ein quantitativer Online-Fragebogen ausgearbeitet und alle registrierten Carsharing-Kunden via E-Mail zur Teilnahme eingeladen. Alle Interessierten konnten im Zeitraum vom 12. September bis 3. Oktober 2014 den aus 13 Fragen bestehenden Erhebungsbogen über Internet ausfüllen und abgeben. Die Teilnahme war selbstverständlich freiwillig und völlig anonym. Insgesamt haben 164 Personen den Fragebogen ausgefüllt und abgeschickt. Die Erkenntnisse werden abgerundet durch Daten und Zahlen aus den Nutzerstatistiken des Carsharing-Dienstes.

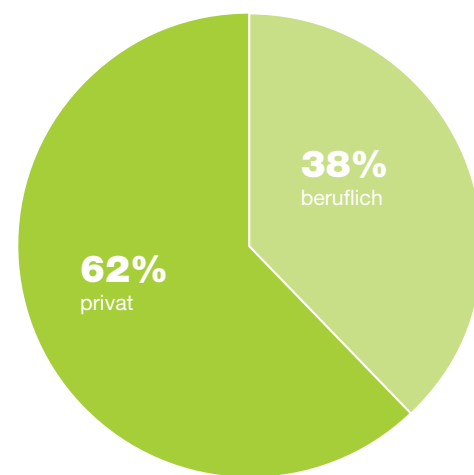
Ablauf⁵¹



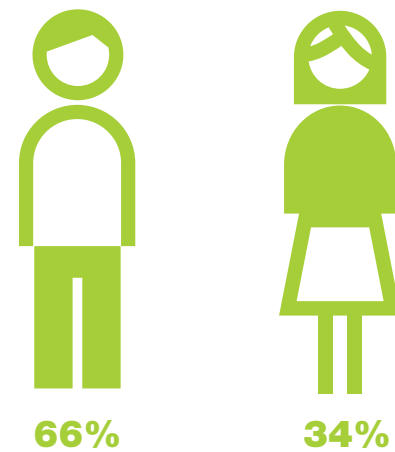
51 Vgl. Grieger, G. (2008), S. 51

Profil der Carsharing-Kunden

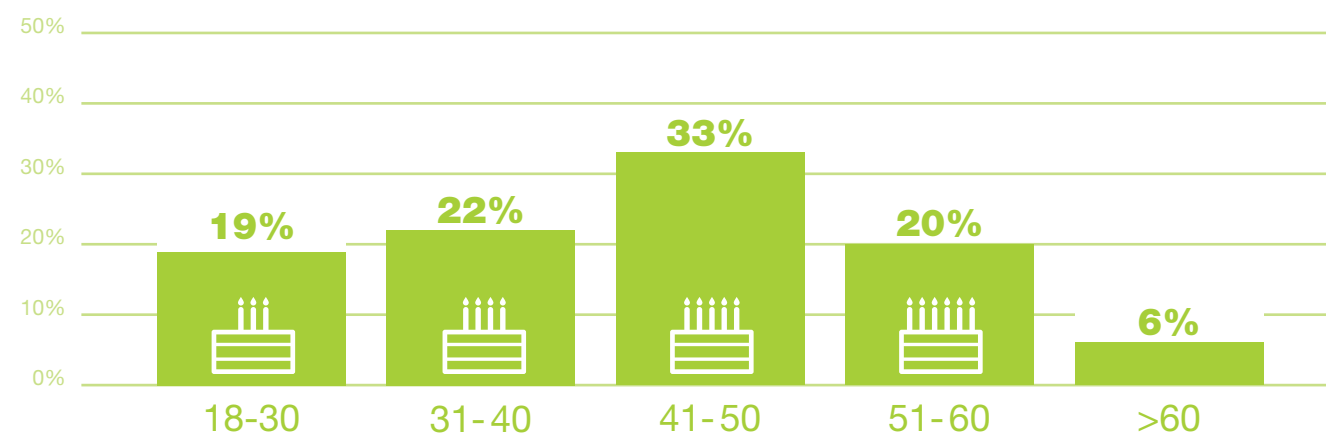
Im folgenden Abschnitt werden Zahlen und Fakten aus der Kundenumfrage sowie den Carsharing-Nutzerstatistiken aufgezeigt.



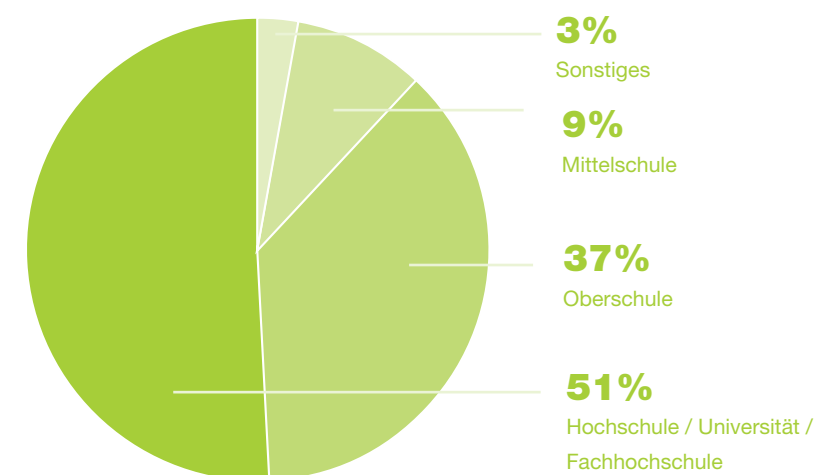
Privatkunden machen laut Carsharing-Nutzerstatistik den Großteil der Nutzer aus. Allerdings nutzen auch viele Unternehmen als sogenannte Business-Kunden den Dienst.



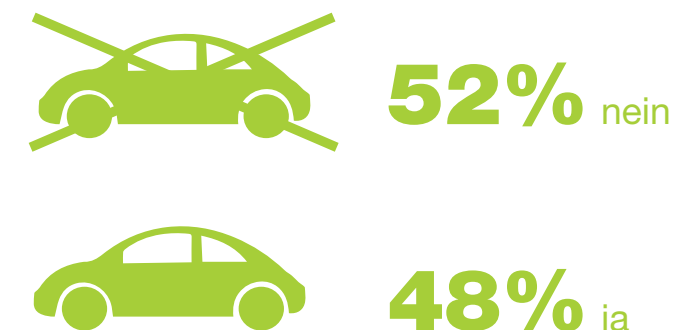
Die Nutzer der Carsharing-Dienstleistung in Südtirol sind laut Kundenumfrage zu zwei Dritteln männlich und nur zu einem Drittel weiblich, ähnlich wie etwa in Deutschland, wo ebenfalls der Großteil der Carsharing-Nutzer männlich ist.



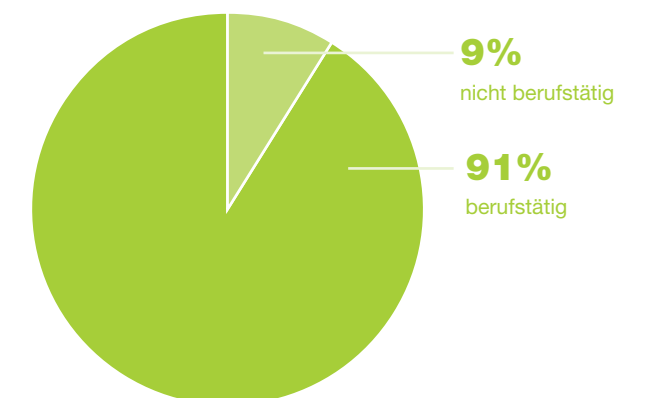
Während beispielsweise in Deutschland der Großteil der Nutzer zwischen 30 und 40 Jahre alt ist, weicht das Bild in Südtirol etwas ab. Ein Drittel ist laut Kundenumfrage zwischen 41 und 50 Jahre alt.



In der Kundenumfrage wird in Südtirol das Bild bestätigt, dass der Großteil der Nutzer überdurchschnittlich gebildet ist.

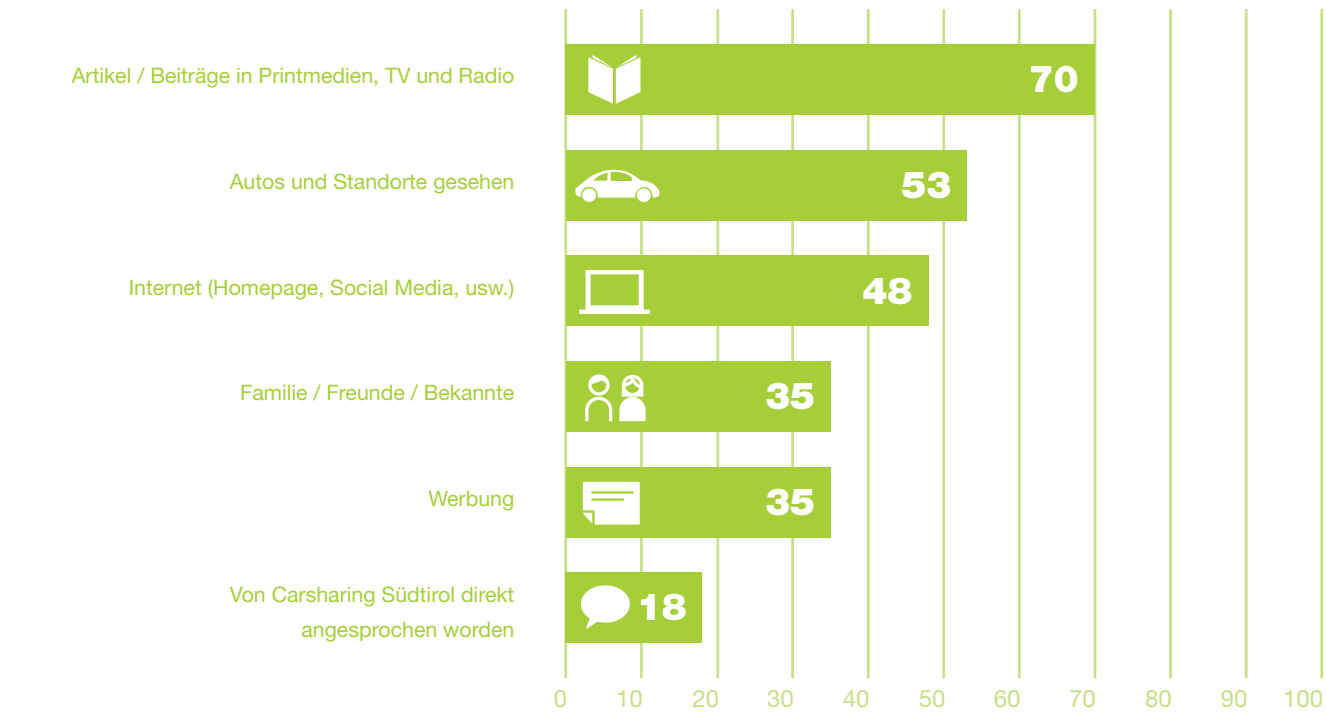


Etwa die Hälfte der Nutzer besitzt laut Kundenumfrage ein eigenes Auto...



...und fast alle sind berufstätig.

Die meisten Befragten erfuhren in verschiedenen Artikeln, Beiträgen in Printmedien, im Fernsehen und Radio von Carsharing. Häufig wurden aber auch die Autos und Standorte gesehen und im Internet von Carsharing gelesen.



Die befragten Kunden sind sich einig, dass Carsharing eine innovative Dienstleistung darstellt. Der Großteil der Kunden nutzt häufig öffentliche Verkehrsmittel. Carsharing-Nutzer sind in der Regel umweltbewusst eingestellt und sehen das Auto weniger als Statussymbol an.

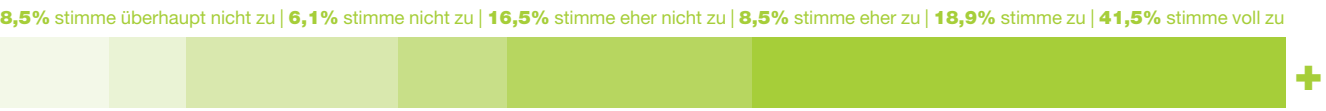
Ich halte Carsharing für eine innovative Dienstleistung



Ich kann mir ein Leben ohne eigenes Auto gut vorstellen



Ich nutze häufig öffentliche Verkehrsmittel



Folgende Ergebnisse beschreiben die verschiedenen Prozessschritte von Carsharing: die Anmeldung, die Buchung und die Nutzung. Durch die Kundenumfrage, die Nutzerstatistiken sowie durch das Mystery Shopping wurden die Erreichbarkeit, Kompetenz, Funktionalität, Flexibilität und die Freundlichkeit analysiert und verschiedene Aspekte des Nutzerverhaltens aufgezeigt.

Anmeldung

SO WURDE GETESTET

Analyse der Homepage
Im Vorfeld wurden die Vollständigkeit und Verständlichkeit der Informationen auf der Homepage sowie deren Strukturierung (Einfachheit, useability) bewertet.

Terminvereinbarung
Anschließend mussten die Testkunden einen Termin zur Registrierung vereinbaren. Wie gut ist die Erreichbarkeit bei einem Telefonanruf? Ist eine flexible Terminauswahl möglich? Zudem wurde auch die Freundlichkeit der Mitarbeiter bewertet. Dies geschah immer anhand konkreter Angaben wie beispielsweise Begrüßung und Dank. Wurden Zusatzinformationen gegeben (welche Dokumente werden benötigt, wird die weitere Vorgehensweise erklärt usw.)?

Anmeldungstreffen beim Infopoint
Auch die im Rahmen des Registrierungstreffens gegebenen Informationen wurden auf Vollständigkeit und Verständlichkeit analysiert und die Mitarbeiter hinsichtlich Freundlichkeit (Begrüßung, Lächeln, Augenkontakt usw.) und Kompetenz bewertet. Zudem wurden einige Testfragen gestellt, Themen und besondere Szenarien angesprochen (z.B. wie funktioniert das Tanken, was passiert wenn ich das Auto später zurückbringe usw.), um die Rückmeldung und Beantwortung der Fragen hinsichtlich Kompetenz bewerten zu können.

Zunächst testeten die Mystery Shopper den Anmeldevorgang. Die Testpersonen informierten sich im Vorfeld über die offizielle Website, vereinbarten einen Termin für die Anmeldung und registrierten sich dann bei einem Carsharing-Infopoint.

Erreichbarkeit

Die Terminvereinbarung für das Anmeldungstreffen zur Registrierung und Unterzeichnung des Vertrages bei einem Carsharing-Infopoint erfolgte über Telefon und die Erreichbarkeit wird von den Testpersonen allgemein als gut angegeben.



Erlebnisse der Mystery Shopper:

Die telefonische Erreichbarkeit bei der Terminvereinbarung war für die meisten Testpersonen gut bzw. sehr gut. Bei einer Testperson wurde der erste telefonische Anrufversuch nicht beantwortet. Für eine andere Testperson war die Erreichbarkeit nicht gut. Die in der automatischen E-Mail zur Registrierungsbestätigung angegebene Telefonnummer war immer besetzt, erst ein Anruf bei der grünen Nummer brachte Abhilfe. Eine Testperson bekam die Auskunft, dass keine Terminvereinbarung nötig ist und, dass sie einfach zu Bürozeiten vorbeikommen kann. Beim Versuch, die Registrierung zu Bürozeiten abzuschließen, war das Büro allerdings nicht besetzt. Alle Carsharing-Mitarbeiter waren in Sitzung und auch telefonisch nicht erreichbar. Beim zweiten Versuch ohne festen Termin hat die Registrierung dann funktioniert.

Kompetenz, Funktionalität & Flexibilität

Homepage

Im Vorfeld der Anmeldung wurde die Webseite von Carsharing Südtirol (www.carsharing.bz.it) umfassend analysiert. Generell stellen die Testpersonen der Webseite eine sehr gute Note aus. So werden die Verständlichkeit der Informationen auf der Webseite und auch die Strukturierung (Infos einfach zu finden, visuell ansprechend) meist als sehr gut bewertet. Zum Großteil konnten die Testpersonen alle gewünschten Informationen zum Carsharing bereits auf der Website finden.



Erlebnisse der Mystery Shopper:

Die Testpersonen fanden einige Schreibfehler auf der Webseite, vor allem bei den FAQs (den häufig gestellten Fragen).

Auf der Internetseite wird keine einheitliche Schreibweise des Begriffes „Carsharing“ verwendet. Meistens ist von „Carsharing“ die Rede, manchmal aber auch von „Car Sharing“ oder „Car-Sharing“.

Einige Unklarheiten gab es in den Anfangsmonaten der Carsharing-Dienstleistung (Dezember 2013) bei den Testpersonen, die sich vorher über Internet angemeldet hatten. Diese warteten teilweise nach der Voranmeldung vergeblich auf eine Kontaktaufnahme, obwohl eine baldige Rückmeldung von Carsharing versprochen wurde. Bei späteren Anmeldungen erfolgte die Kontaktaufnahme durch Carsharing Südtirol jedoch zeitnah und verlässlich. Bei diesem Treffen mussten die bei der Voranmeldung erfassten Kundendaten allerdings erneut in ein Formular eingetragen werden.

Bei einer Testperson funktionierte die Voranmeldung über das Internet nicht, da der Name zu lang oder kompliziert war und vom System nicht akzeptiert wurde.

Terminvereinbarung

Die Hälfte der Testpersonen empfand die Terminvereinbarung als sehr flexibel. In den meisten Fällen wurde gefragt, welcher Termin dem Kunden am besten passen würde. Für einen Probanden in Meran war die Terminauswahl nur einmal in der Woche möglich. Eine weitere Testperson



gibt die Terminauswahl als nicht sehr flexibel an, da nur am Dienstag und Donnerstag Termine möglich waren.

Bei der Terminvereinbarung wurde bei allen Testpersonen auf die Dokumente hingewiesen, die für eine erfolgreiche Anmeldung nötig sind.

Registrierungstreffen

Die Mystery Shopper gaben bei der Registrierung in den Carsharing-Infopoints an, alle gewünschten Informationen bekommen zu haben. Diese Informationen waren auch verständlich und die Fragen wurden meist sehr gut beantwortet.



Erlebnisse der Mystery Shopper:

Beispielsweise gab es eine genaue Erklärung wie sich das Auto per Südtirol Pass öffnen lässt und wo sich der Schlüssel befindet. Die Erklärung erfolgte anhand einer Vorführung der anzutreffenden Schlüssel- und Tankkarten-Halterung. Zudem wurde erklärt, wie das Tanken funktioniert.

Auch die Formulare waren für die Testpersonen verständlich und wurden gut erklärt. Die meisten Testpersonen befanden die Mitarbeiter als sehr kompetent. Die Testpersonen stellten einige spezifische Fragen, die insgesamt gut beantwortet wurden.

Nur eine Testperson gab an, dass sie nicht alle gewünschten Informationen bekommen hat. Auf spezifische Fragen konnte keine klare Antwort gegeben werden: „Als Antwort erhielt ich immer, ich solle die grüne Nummer anrufen. Ich hatte das Gefühl, es wird eine schnelle Abwicklung gewünscht und auf meine persönlichen Fragen wurde nicht konkret eingegangen.“

Freundlichkeit

Alle Mystery Shopper waren der Meinung, dass die Mitarbeiter sowohl am Telefon bei der Terminvereinbarung als auch bei der Registrierung sehr freundlich und hilfsbereit waren.



Erlebnisse der Mystery Shopper:

Die Begrüßung und Verabschiedung beim Registrierungstreffen erfolgte durch Handschlag, es gab regen Augenkontakt und auch meist ein freundliches Lächeln. In einigen Fällen wurde auch gedankt.



Buchung

SO WURDE GETESTET

Buchung über App

Bewertet wurden die Einfachheit im Auffinden der App, die Suchfunktion, der Aufbau, die Verständlichkeit, die Übersichtlichkeit, die Klarheit der Symbole, die Preisanzeige, die Zusatzinformationen (Lage der Station, Route in der Karte, usw.) und die Einfachheit und Schnelligkeit der Buchung insgesamt.

Buchung über Telefon

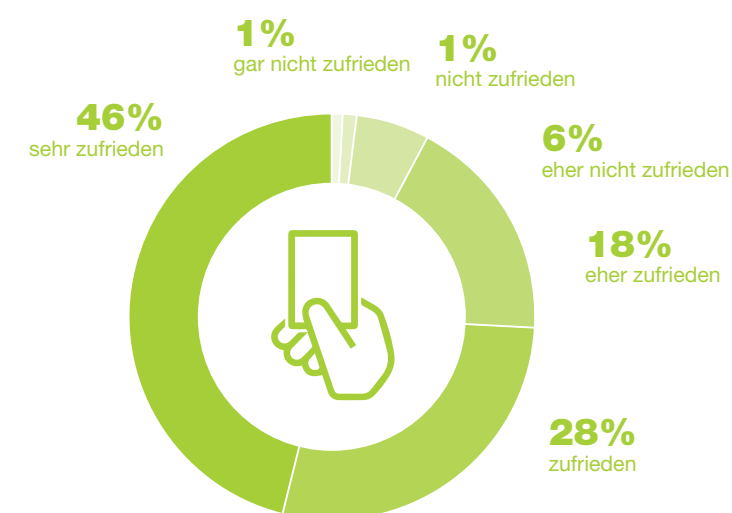
Bei der Buchung über Telefon wurde unter anderem die Erreichbarkeit der grünen Nummer, die Wartezeit, die Freundlichkeit (Begrüßung, Dank, Stimme usw.) und Kompetenz (kompetente Beantwortung der Fragen, sonstige zusätzliche Informationen) des Mitarbeiters bewertet. Auch die Einfachheit und Schnelligkeit der Telefonbuchung wurde betrachtet.

Buchung über Internet

Ähnlich wie bei App und Telefon wurde die Einfachheit und Schnelligkeit dieser Buchungsmethode bewertet und die Verständlichkeit und Vollständigkeit der Informationen überprüft.

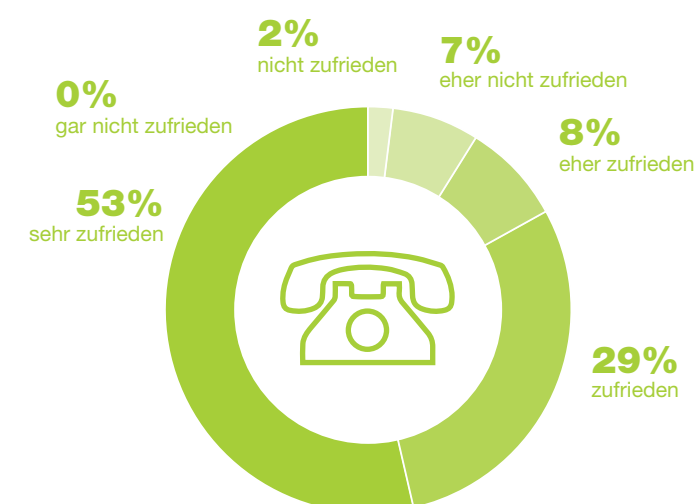
Zu Beginn des Carsharing-Dienstes gab es zwei Möglichkeiten ein Fahrzeug zu buchen: per Telefon über einen Anruf bei der grünen Nummer oder aber über die Smartphone-App “Flinkster” des Kooperationspartners Deutsche Bahn. Im Laufe des Projektes kam als dritte Möglichkeit die Buchung über das Internetportal <http://booking.carsharing.bz.it/> hinzu. Alle drei Möglichkeiten wurden im Rahmen des Mystery Shoppings ausführlich analysiert und bewertet und die Zufriedenheit der Kunden im Rahmen der Nutzerbefragung erhoben. Im Testzeitraum war die Buchung per Telefon kostenlos möglich. Es bleibt abzuwarten, wie die angekündigte Einführung einer Gebühr von 1,50 Euro für Telefonbuchungen im April 2015 deren Nutzung und Einstellung zum Service beeinflussen wird.

Die Kundenumfrage zeigt, dass die eindeutige Mehrheit der befragten Kunden mit den Buchungsmodalitäten zufrieden ist.



Erreichbarkeit

Die Testpersonen bescheinigen der grünen Nummer bei den telefonischen Buchungsversuchen eine gute Erreichbarkeit. Nur in Ausnahmefällen gab es kein Durchkommen bzw. eine lange Wartezeit. Die Kundenumfrage bestätigt diesen positiven Eindruck:

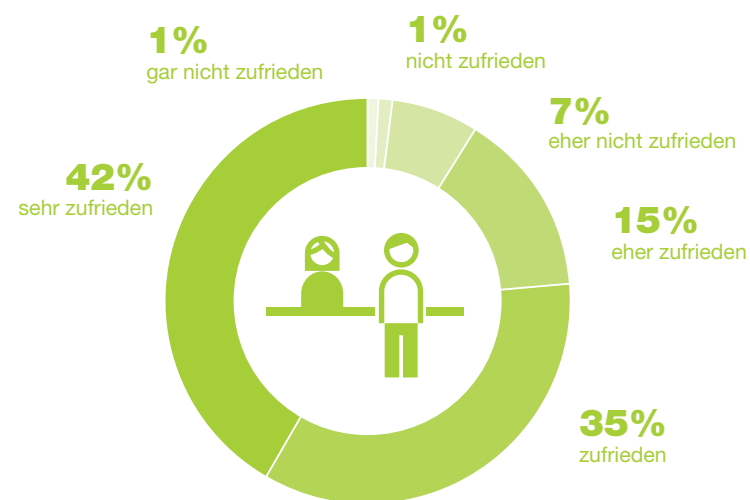


Die Smartphone-App war für die Mystery Shopper bei der Suche über die „App-Stores“ schwer zu finden. Die Testpersonen gaben an, dass es für das Auffinden der Flinkster-App hilfreich wäre, wenn das Flinkster-Logo und der Name stärker auf der Website des Carsharing Südtirol beworben würde. Die Buchungen über die Flinkster-App wurden sowohl auf Apple iPhones mit iOS-Betriebssystem als auch auf Android-Smartphones erfolgreich getestet.

Als dritte Buchungsmodalität wurde ein Online-Buchungsportal eingerichtet. Das Portal ist auf der Carsharing-Webseite prominent verlinkt und alle Kunden wurde per E-Mail-Rundschreiben auf diese neue Möglichkeit der Buchung aufmerksam gemacht und aufgefordert, sich hierfür zu registrieren. Das Buchungsportal war bei allen Tests erreichbar.

Kompetenz, Funktionalität & Flexibilität

In den Tests der Mystery Shopper wurden bei der Buchung via Telefon alle gewünschten Informationen gegeben und eventuelle Fragen von den Mitarbeitern sehr kompetent beantwortet. Die Telefonbuchungen waren sehr rasch erledigt und ein Bestätigungs-SMS wurde sofort nach Abschluss der Buchung gesendet. Die Kundenbefragung unterstreicht die hohe Kompetenz der Carsharing-Mitarbeiter:



Auch die Buchung via Smartphone verlief während des Mystery Shoppings ohne nennenswerte Probleme.



Erlebnisse der Mystery Shopper:

Die Suchfunktionen und die Bedienung der App werden als sehr einfach eingestuft, sowie als sehr übersichtlich und klar. Die Preisanzeige ist auch sehr klar und alle nötigen Zusatzinformationen sind gegeben.

Die Verfügbarkeit der Autos ist gut ersichtlich.

Innerhalb einiger Minuten erhielten alle Probanden eine SMS mit den genauen Angaben zur Fahrt und der Kennnummer des Autos, welches gebucht wurde.

Die Buchung über das Online-Portal hat ebenfalls verlässlich und schnell funktioniert.



Erlebnisse der Mystery Shopper:

Das Buchungsportal bietet alle Informationen und die Buchung ist relativ einfach.

Die erfolgreiche Buchung wurde unmittelbar durch eine SMS bestätigt.

Allerdings wirkt das Design der Seite wenig modern und ansprechend.

Eine gesonderte Registrierung für das Buchungsportal ist notwendig, das Benutzerkonto des Rechnungsportals kann nicht verwendet werden.

Freundlichkeit

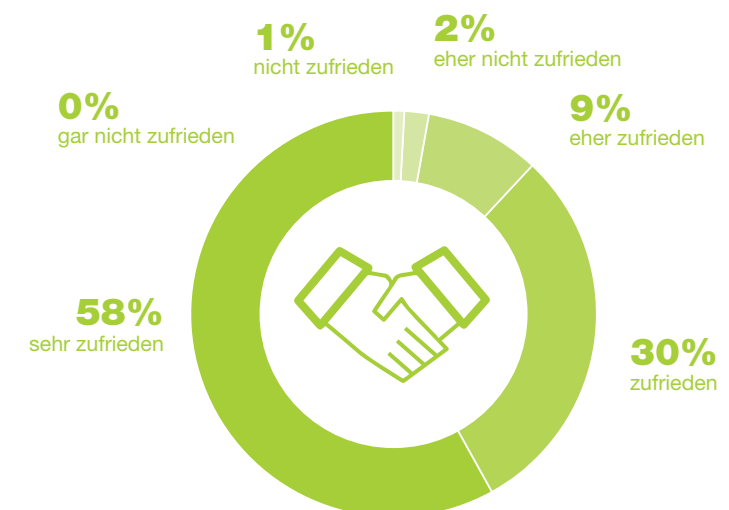
Bei den Buchungen via Telefon im Rahmen des Mystery Shopping gaben die Testpersonen an, freundlich betreut worden zu sein. Allerdings würden sich manche Testkunden wünschen, dass nochmals nachgefragt wird, ob der Dienst bereits genutzt wurde, oder ob man Bescheid weiß, wie alles funktioniert.



Erlebnisse der Mystery Shopper:

Nur eine Person gab an, dass sie bei einem Anruf am Sonntagabend mit einem nicht so freundlichem, lautem „Hallo“ begrüßt wurde und auf seinen Buchungswunsch eine nicht so freundliche Antwort bekam: „Moment, jetzt muss ich erst einmal in das System einsteigen.“

Besonders hinsichtlich der Freundlichkeit der Mitarbeiter zeigen sich auch die Carsharing-Kunden überwiegend zufrieden:

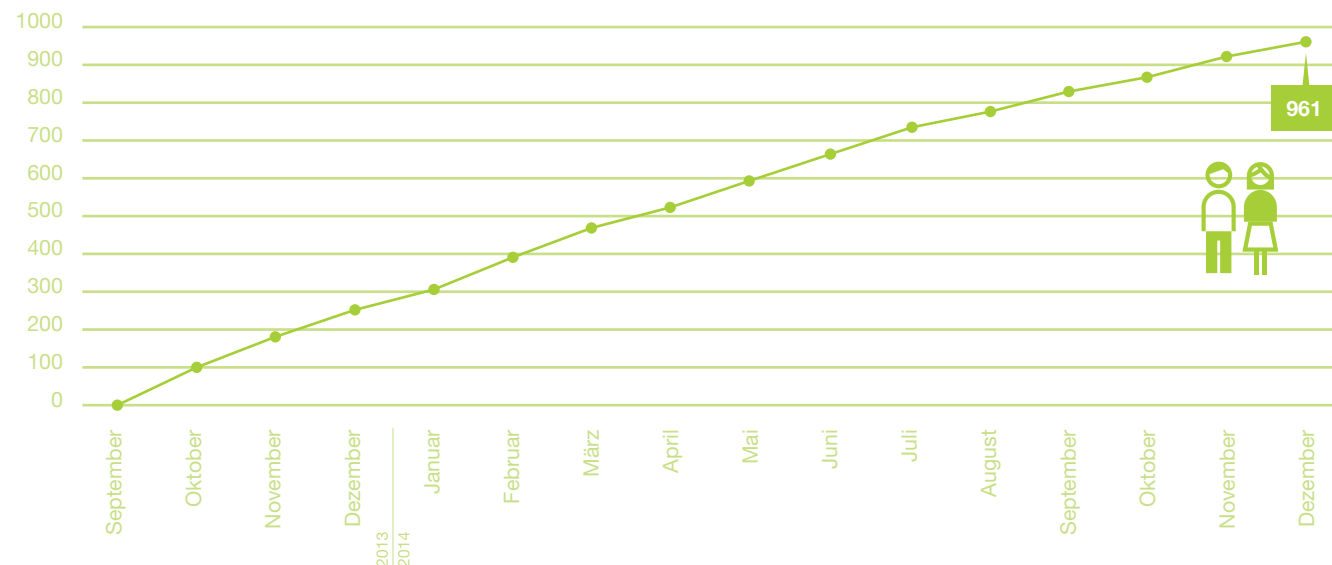


Nutzung

Auch die effektive Nutzung des Carsharing-Dienstes wurde natürlich von den Mystery Shoppern erprobt und bewertet. Das Hauptaugenmerk liegt in diesem Abschnitt aber auf der Auswertung der Kundenumfrage, um möglichst repräsentative Ergebnisse zu liefern.

Daten zum Nutzerverhalten

Die offizielle Nutzerstatistik und die Kundenbefragung der EURAC bringen interessante Details zum Nutzerverhalten ans Licht. So gab es Ende 2014 in Südtirol mittlerweile 961 Carsharing-Kunden.



Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung der Anzahl der Fahrten auf.



Durchschnittlich werden laut Nutzerstatistik 76,79 Kilometer pro Carsharing-Ausleihe gefahren und in Summe wurden bereits 533.282 Kilometer von den Nutzern zurückgelegt.

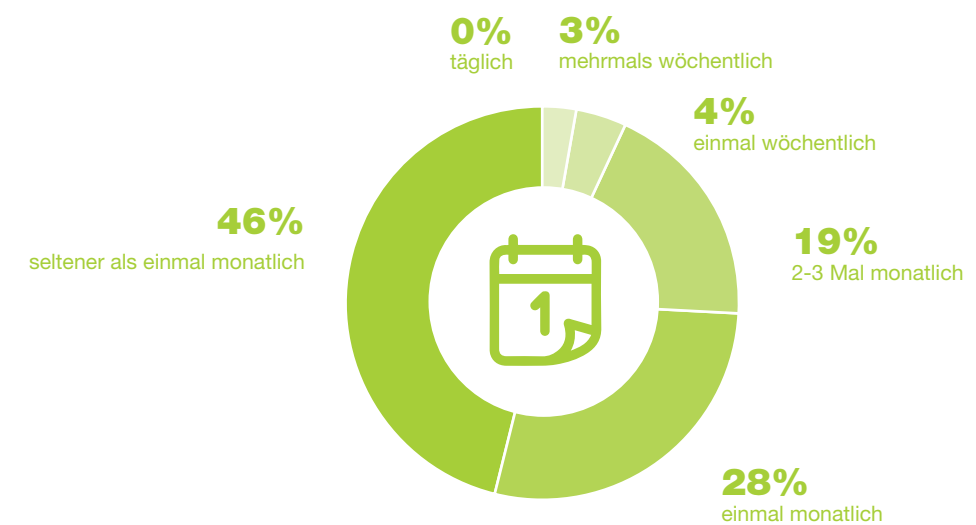
533.282 km

Summe km

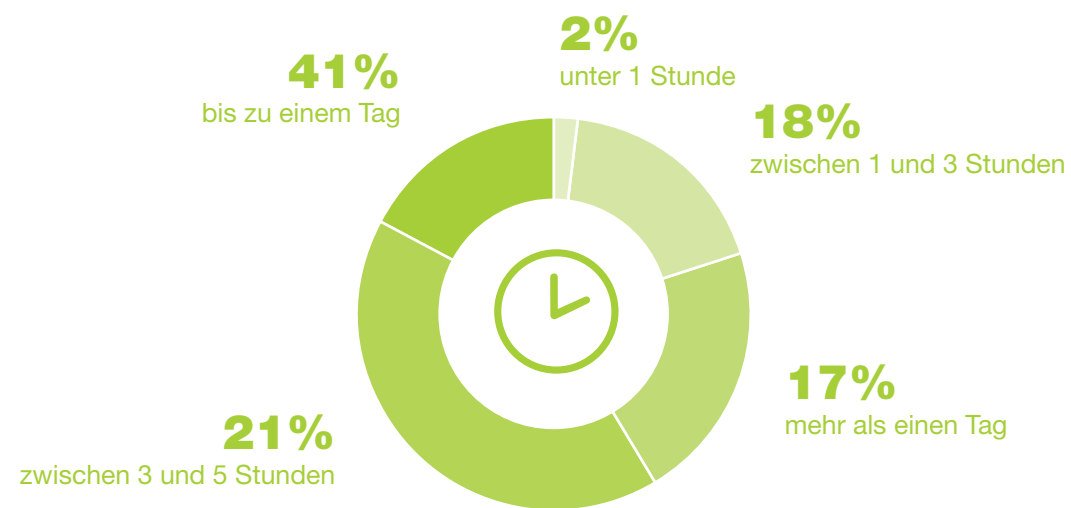
76,79 km

Durchschnitt pro Fahrt

Der Großteil der befragten Kunden nutzt Carsharing eher sporadisch zwischen einmal monatlich oder sogar seltener als einmal im Monat.



Die durchschnittliche Nutzung zeigt laut Befragung ein differenziertes Bild. Autos werden mehr als einen Tag, bis zu einem Tag, aber auch nur wenige Stunden ausgeliehen.



Interessant ist auch, dass beinahe die Hälfte der befragten Kunden die Carsharing-Autos nicht alleine nutzt, sondern einen oder mehrere Beifahrer transportiert.

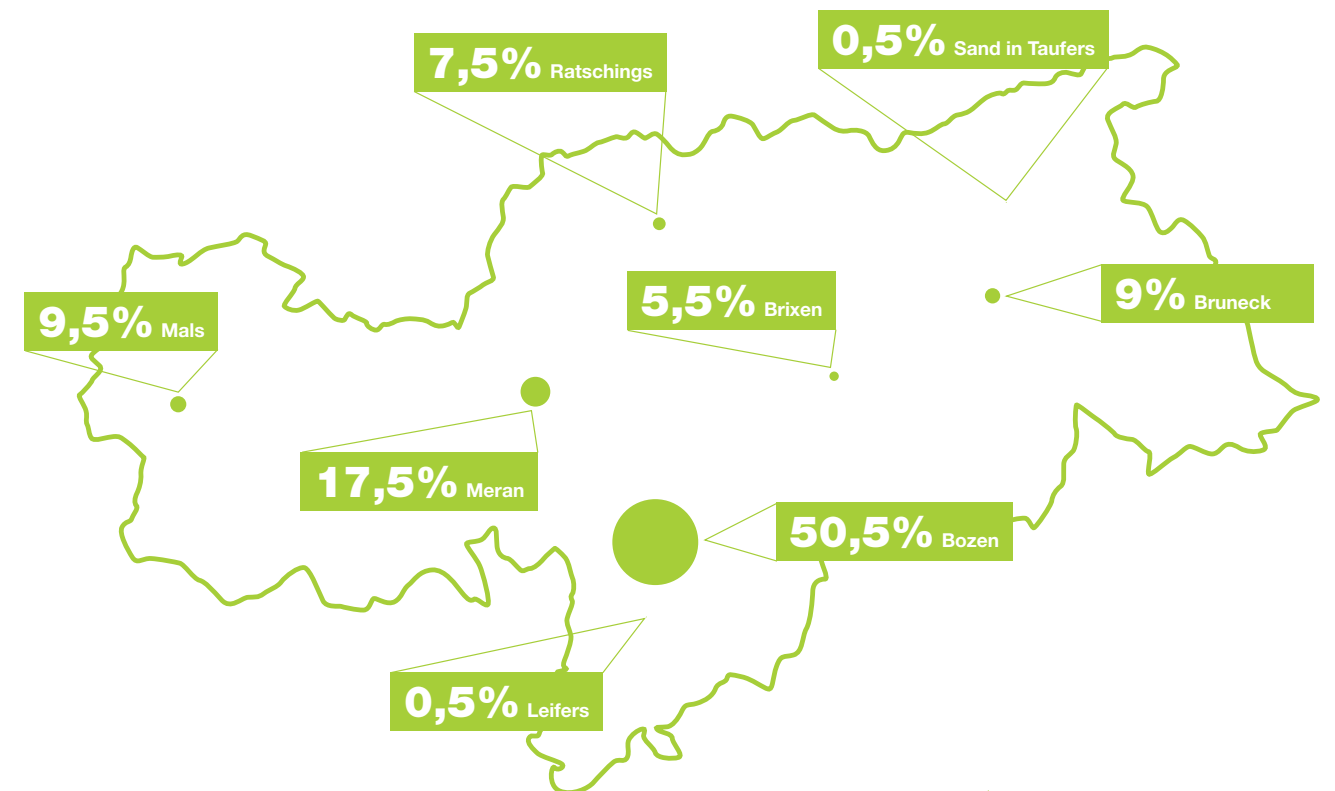
47%
fahren mit
Beifahrern



53%
fahren alleine

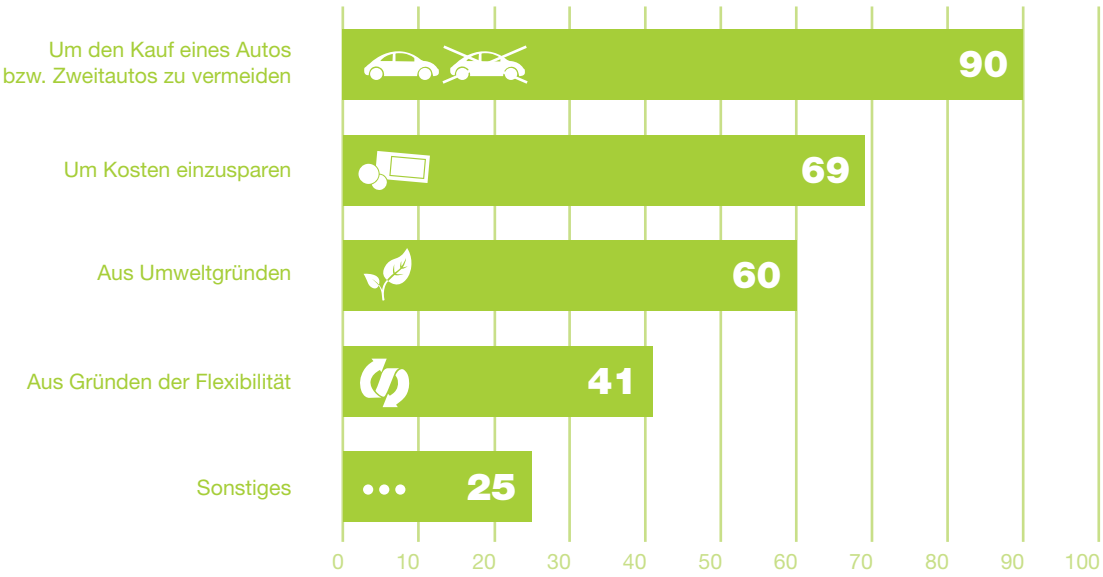


Schlussendlich – und wenig überraschend – wird der Carsharing-Dienst hauptsächlich in den großen Städten des Landes, Bozen und Meran, genutzt. Die Grafik zeigt die Fahrten laut Nutzerstatistik in Prozent für den Dezember 2014.



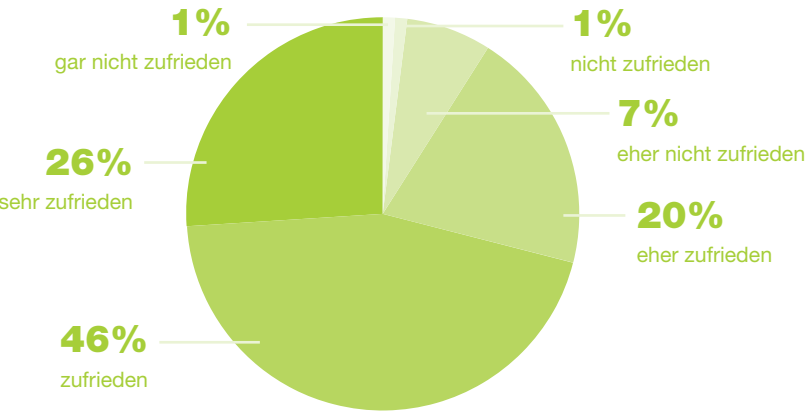
Gründe für die Nutzung

Der Großteil der Befragten nutzt Carsharing um den Kauf eines Autos bzw. Zweitautos zu vermeiden, aber auch um Kosten zu sparen und aus Umweltgründen.



Zufriedenheit mit dem Carsharing-Dienst

Die Kundenumfrage zeigt eine sehr hohe Nutzerzufriedenheit mit dem Carsharing-Dienst.



Wie zufrieden sind sie mit ...

der Kompetenz der Mitarbeiter



der Freundlichkeit der Mitarbeiter



der Erreichbarkeit der grünen Nummer



den Regeln fürs Tanken



den Buchungsmodalitäten



der Sauberkeit der Autos



den angebotenen Automodellen



den verfügbaren Standorten



der zeitliche Verfügbarkeit der Autos



dem Preis-Leistungsverhältnis





Auch die Mystery Shopper zeigten sich insgesamt mit der Nutzung der Carsharing-Dienstleistung sehr zufrieden:

Kennzeichnung der Standorte

Die Kennzeichnung der Carsharing-Stellplätze ist zwar gegeben, das Carsharing-Logo könnte aber etwas größer sein, damit es sofort sichtbar und auffindbar ist. Zudem könnten Bodenmarkierungen mehr Aufmerksamkeit erzielen. Hier ist die Zusammenarbeit mit den Gemeinden zu suchen, um innerhalb der gesetzlichen Bestimmungen eine geeignete Lösung zu finden.

Auf Sperren

Das Auf Sperren der Autos mittels Südtirol Pass bzw. Kundenkarte funktionierte in der Regel problemlos. Allerdings konnte das Carsharing-Auto bei zwei Testfahrten nicht aufgesperrt werden. In einem Fall ließ sich das Auto nach Anruf bei der grünen Nummer durch das Wartungssystem des Kundenservices öffnen. Im zweiten Fall jedoch funktionierte auch dies nicht. Da sich zudem gerade kein zweites Carsharing-Auto am Standort befand, konnte die Testperson die Fahrt nicht antreten. Der Mitarbeiter entschuldigte sich sehr freundlich und es wurde ein Gutschein von 25 Euro ausgestellt. Allerdings wäre es für solch einen Fall vorgesehen, dass Carsharing Südtirol dem Kunden ein Taxi zur Verfügung stellt, welches ihn zum nächsten freien Carsharing-Auto, oder ganz zum Zielort bringt. Diese Möglichkeit wurde der Testperson vom Carsharing-Mitarbeiter am Telefon allerdings nicht angeboten.

Sauberkeit

Die getesteten Autos wurden meistens als sauber bewertet. Nur selten fanden die Testpersonen außen ein nicht so sauberes Auto vor. Im Innenbereich waren die Autositze nur bei einer Testfahrt leicht verschmutzt.

Warnweste

Bei zwei Testfahrten zu Beginn des Carsharing-Dienstes fehlten das Warndreieck und die Warnweste. Bei einer Testfahrt war die Warnweste zwar vorhanden, befand sich aber im Kofferraum.

Das Tanken

Für einen Probanden war anfangs nicht ganz klar, bei welchen Tankstellen effektiv getankt werden kann. Der Begriff DKV war nicht bekannt. Deshalb wählte die Testperson vor dem Tanken die grüne Nummer, welche sie jedoch nicht erreichte. So wurde bei der nächsten Tankstelle nachgefragt, bei der dann auch mit der Tankkarte getankt werden konnte. Das zweite Tanken gestaltete sich schwieriger, da drei verschiedene Tankstellen in Meran angefahren werden mussten, bis eine DKV Tankstelle gefunden wurde.

Erinnerungs-SMS

Das Zusenden eines Erinnerungs-SMS kurz vor dem Fahrtbeginn mit dem Kennzeichen des gebuchten Autos wurde von den Testpersonen als sehr positiv empfunden.

Besonderheit Baustelle

Bei einer Testfahrt befand sich am Carsharing-Parkplatz eine Baustelle und das Carsharing-Auto somit nicht am Parkplatz. Es gab allerdings keinen Hinweis auf den geänderten Parkplatz und die Autos waren nicht in Sichtweite. Somit wurde die grüne Nummer angerufen. Der Mitarbeiter war sehr freundlich und kompetent. Das Auto war nur 100 Meter entfernt in der nächsten Querstraße und das Auto wurde problemlos am provisorischen Parkplatz der auch ein Carsharing-Schild hatte, gefunden. Bei der Rückgabe war dieser provisorische Parkplatz belegt, sodass auf einem blauem Parkplatz geparkt und die grüne Nummer verständigt wurde.

Anregungen und Verbesserungsvorschläge aus der Kundenbefragung

Im Zuge der Kundenbefragung hatten die Carsharing-Nutzer die Möglichkeit, konkrete Verbesserungsvorschläge vorzubringen sowie Probleme und Schwierigkeiten bei der Inanspruchnahme des Dienstes aufzuzeigen. Diese Chance haben 85 der befragten Personen genutzt, um auf sehr konstruktive Art und Weise Feedback zu geben. Die Hauptanliegen sind:

Ausleihen und Abgeben an verschiedenen Standorten → 17 Nennungen

Einige Nutzer wünschen sich flexiblere Rückgabemöglichkeiten für die Carsharing-Autos. Teilweise wären sie hierfür sogar bereit, längere Vorreservierungsfristen und / oder einen geringen Preisaufschlag zu akzeptieren.

Zusätzliche Standorte sowie bessere Kennzeichnung und Freihaltung → 16 Nennungen

Die Nutzer gaben konkrete Vorschläge für zusätzliche Standorte bzw. Standorte, die erweitert werden sollten. Gleichzeitig wurde das häufige Problem beschrieben, dass andere Verkehrsteilnehmer die Carsharing-Parkplätze besetzten und so eine Rückgabe des Autos schwierig machen. Die Nutzer regen an, dass die Carsharing-Parkplätze stärker gekennzeichnet werden, etwa durch größere Schilder und eigene, gut sichtbare Bodenmarkierungen.

Vergünstigung des Angebots → 15 Nennungen

Einige Nutzer empfinden die Preise als zu hoch, insbesondere für Vielnutzer bzw. bei einer Nutzung des Carsharing-Autos für längere Zeit oder wenn eine lange Strecke zurückgelegt werden muss. Vorschläge für ein Vergütungsmodell reichen von Nutzungspaketen (z.B. 20 Stunden zu -15%) über Vergünstigungen für Südtirol Pass-Inhaber bis zu einer Deckelung des Kilometergeldes, beispielsweise auf 100km.

Größere Auswahl an Automodellen → 12 Nennungen

Einige Nutzer wünschen sich eine größere Auswahl an verfügbaren Automodellen, sei es an spezifischen Standorten oder generell. Es scheint insbesondere eine Nachfrage nach Transportern und Vans zu geben, die den Transport von sperrigen Gütern oder sechs und mehr Personen ermöglichen und eine größere Reichweite besitzen als die angebotenen VW UPs.

Vereinfachtes Online-Portal und Rechnungszustellung → 10 Nennungen

Mehrere Nutzer beschreiben den Online-Auftritt von Carsharing, insbesondere das Rechnungs-Portal, als umständlich und wenig übersichtlich. Sie wünschen sich eine einfache und direkte Zustellung der digitalen Rechnung, beispielsweise direkt per E-mail.

SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSBLICK

Neue Mobilitätsangebote wie etwa das Carsharing stellen eine innovative und nachhaltige Ergänzung zur Verkehrsentwicklung dar und sind von großer Bedeutung, um den zukünftigen Herausforderungen gerecht werden zu können. Zunehmend wichtiger wird Carsharing auch durch die steigende soziale Akzeptanz und ein stärkeres Bewusstsein für nachhaltige Mobilität. Carsharing kann für alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, für die Ökologie (Umweltentlastung), die Ökonomie (preisgünstige Alternative zum Autobesitz) und für soziale Aspekte (Paradigmenwechsel: „Benutzen statt Besitzen“) eine wichtige Rolle spielen. In der wissenschaftlichen Begleitstudie wurden Chancen und Möglichkeiten von Carsharing aufgezeigt. Zudem wurde auf die Besonderheiten und Herausforderungen in einem ländlichen und kleinstrukturierten Raum wie Südtirol eingegangen. Die Organisation Carsharing Südtirol, deren Aufbau und Ziele wurden beschrieben. So sind wesentliche Ziele etwa die Mobilität nachhaltig zu beeinflussen, die Umwelt zu entlasten, den Umstieg vom reinen Individualverkehr zu einer intermodularen Mobilität zu erleichtern und die Anzahl der Autos und damit der Parkplätze zu verringern. Eine wichtige Rolle für die Organisation ist der genossenschaftliche Gedanke und die Einbindung möglichst vieler Gemeinden, Verbände, Vereine und Unternehmen. Carsharing Südtirol arbeitet dabei ohne Gewinnabsicht. Das Projekt wird von vielen Mitgliedern und Partnern gemeinsam getragen und die Strukturen und Ressourcen der vielen Organisationen werden genutzt (z.B. KVV-Büros und Tourismusvereine als Infopoints). Sehr wichtig erscheint die Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation durch die vereinseigenen Medien der Partner. Eine große Bedeutung hat auch die Kooperation mit den Gemeinden, welche die Parkplätze gratis zur Verfügung stellen. Die Einbindung des Südtirol Pass zeigt, dass Carsharing auch von der Politik als Teil eines ganzheitlichen Mobilitätskonzeptes gesehen wird. In der wissenschaftlichen Begleitstudie wurden durch einen sogenannten Methodenmix (qualitative und quantitative Methoden: Dokumentenanalyse, Interviews, Nutzerstatistiken, Kundenumfrage und Mystery Shopping) einige interessante Ergebnisse aufgezeigt. Insgesamt zeigen sich sowohl die befragten Kunden als auch die Mystery Shopper mit der Carsharing-Dienstleistung sehr zufrieden.

Wesentliche Elemente, die für die Umsetzung und für den Erfolg des Projektes notwendig erscheinen, sind:

- Einfache Anmeldungs- und Registrierungsvorgänge
- Einfache Ausleihe
- Einfache und moderne Technologie und automatische Übermittlung der gefahrenen Kilometer
- Aufsperrern mit „Chip-System“ durch Kundenkarte bzw. Südtirol Pass
- Integrierung in das landesweite Mobilitätskonzept (Südtirol Pass)
- Verlässlichkeit des Systems
- Zentrale Parkplätze
- Leichte Auffindbarkeit und ansprechende Außengestaltung
- Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz
- Unterstützung der Gemeinden durch Bereitstellen von Stellplätzen
- Ansprechende Kosten- und Preisgestaltung
- Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter
- Flexibilität bei Buchung und Nutzung
- Möglichkeit der Quernutzung mit anderen Carsharing-Organisationen im In- und Ausland

Weitere Vorschläge die angedacht werden könnten sind:

- Stärkere Bewerbung der Nutzungsmöglichkeit von Carsharing-Autos der Kooperationspartner im In- und Ausland.
- Stärkere Bewerbung bei Jugendorganisationen oder Fahrschulen. Die Nutzerstatistik zeigt, dass von den Carsharing-Privatkunden nur ein sehr geringer Teil 18 bis 20 Jahre alt ist. Gerade bei der Kundengruppe der Führerscheinneulinge gäbe es somit noch großes Potential. Deshalb hat Carsharing-Südtirol bereits auf die Möglichkeit der Nutzung des „VW Up!“ für Führerscheinneulinge auf der Homepage und in der Kunden-Newsletter hingewiesen.
- Eine ansprechendere Außengestaltung, etwa durch ein größeres Schild oder Bodenmarkierungen. Somit könnte die Wahrnehmung für Carsharing weiter gesteigert, Parkplätze leichter gefunden und vor „Falschparkern“ besser geschützt werden.
- Kooperationen mit größeren Wohneinheiten (Kondominien), beispielsweise durch Bereitstellen von Stellplätzen und Informationen.
- Kostenlose Parkmöglichkeit auf allen Parkflächen, Reservierung von Stellplätzen im öffentlichen Straßenraum.
- Einrichten von Carsharing-Stellplätzen in der Nähe von Fahrradabstellanlagen bzw. Fahrradverleihen.
- Qualitätsstandards einführen – vergleichbar mit den Dienstleistungscharts der Gemeinden. Bei Nicht-Beachtung der Standards gibt es Gutscheine für die Nutzer.
- Nutzung der Bus- und Taxifahrspuren.
- Eigene Zufahrtsgenehmigungen für bestimmte Orte.
- Kostenloses Parken in Stadtzentren und gebührenpflichtigen Parkhäusern.⁵²

Es hat sich gezeigt, dass Carsharing auch abseits von großen Städten einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Mobilitäts- und Verkehrsentwicklung leisten kann. Der oft nicht eindeutig messbare Nutzen für die Allgemeinheit und für die Umwelt und nicht die Gewinnabsicht steht dabei im Vordergrund. Viele Mitglieder und Partner tragen das Projekt gemeinsam. Durch die wissenschaftliche Begleitstudie wurden einige interessante Ergebnisse und Erkenntnisse des Projektes aufgezeigt. Damit wird eine fundierte Grundlage für zukünftige Entscheidungen der Carsharing-Organisation gelegt, um langfristig zur nachhaltigen Entwicklung des Territoriums beizutragen.



LITERATURVERZEICHNIS

Autonome Provinz Bozen – Südtirol. Abteilung Mobilität. Online in Internet: <http://www.provinz.bz.it/mobilitaet/projekt-green-mobility.asp> (abgerufen am 22.12.2014).

Beckmann K. J. (2013): Veränderte Rahmenbedingungen für Mobilität und Logistik – Zeitfenster für Technik-, Verhaltens- und Systeminnovationen. In: Beckmann K. J., Klein-Hitpaß A. (Hrsg.). Nicht weniger unterwegs, sondern intelligenter? Neue Mobilitätskonzepte. Edition Difu. Stadt Forschung Praxis. Bd.11 Deutsches Institut für Urbanistik. AZ Druck und Datentechnik GmbH, Berlin.

Behrendt S. (2000): Car-Sharing. Nachhaltige Mobilität durch eigentumslose Pkw-Nutzung? Werkstattbericht Nr. 43. IZT Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung. Online in Internet: https://www.izt.de/pdfs/IZT_WB43_CarSharing.pdf (abgerufen am 1.12.2014).

Bernhart J., Oppermann B., Pinzger S., Promberger K. (2012): Management der Nachhaltigkeit von Gemeinden. Europäische Akademie Bozen (Hrsg.).

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2008): Carsharing im öffentlichen Straßenraum. Ergebnisbericht zum Arbeitspaket 4 im Forschungs- und Entwicklungsvorhaben Parken Berlin.

Bundesverband CarSharing Deutschland (1.1.2014). Online in Internet: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/202416/umfrage/entwicklung-der-carsharing-nutzer-in-deutschland/> (abgerufen am 2.12.2014).

Bundesverband CarSharing Deutschland bsc (2008): Klimaschutz durch Carsharing – Daten und Fakten zur klimawirksamen CO2-Einsparung durch die integrierte Mobilitätsdienstleistung Carsharing. Mehr Mobilität mit weniger Autos – Verein zur Förderung einer umwelt- und zukunftsgerechten Mobilität e.V. (Hrsg.).

Bundesverband Smart-City. Online in Internet: <http://www.bundesverband-smart-city.de/de/bundesverband> (abgerufen am 16.01.2015).

Carsharing Südtirol Alto Adige (2014). Online in Internet: <http://www.carsharing.bz.it> (abgerufen am 3.10.2014).

Car Sharing Trentino (2009). Online in Internet: <http://www.carsharing.tn.it> (abgerufen am 13.01.2015)

Frankfurter Allgemeine Zeitung. Online in Internet: <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/geld-ausgeben/sharing-economy-haben-ist-seliger-als-teilen-12139540.html> (abgerufen am 16.01.2015).

Glottz-Richter M. (2013), S. 209 ff.: Carsharing in kommunalen Mobilitätsstrategien. In: Beckmann K., Klein-Hitpaß A. (Hrsg.). Nicht weniger unterwegs, sondern intelligenter? - Neue Mobilitätskonzepte. Berlin.

Gollwitzer M., Jäger R. (2009): Evaluation - Kompakt. Weinheim.

Grieger G. (2008). Die Ergebnisqualität von Testkunden aus unterschiedlichen soziodemografischen Gruppen beim Mystery Shopping. Universität Flensburg.

Haefeli U., Matti D., Schreyer C., Maibach M. (2006): Evaluation Car-Sharing - Schlussbericht. Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK (Hrsg). Bern.

KVW. Online in Internet: <http://www.kvw.org/de/wohnen/wohnbaugenossenschaft> (abgerufen am 7.10.2014)

Institut für Mobilitätsforschung (2011): Mobilität junger Menschen im Wandel – multimodaler und weiblicher. Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg). München.

Lawinczak J., Heinrichs E. (2008): Carsharing im öffentlichen Straßenraum Ergebnisbericht zum Arbeitspaket 4 im Forschungs- und Entwicklungsvorhaben „ParkenBerlin“. Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hrsg). Online in Internet: http://carsharing.de/images/stories/pdf_dateien/parkenberlin_ap_4_car_sharing.pdf (abgerufen am 3.10.2014).

Loose W. (2012): Online in Internet: <http://www.carsharing-blog.de/2013/06/der-bundesverband-carsharing-fordert-eine-einheitliche-rechtliche-loesung-fuer-carsharing-parkplaetze-im-oeffentlichen-strassenraum/> (abgerufen am 3.12.2014)

Matzler K. Kittinger-Rosanelli C. (2000): Mystery Shopping als Instrument zur Messung der wahrgenommenen Dienstleistungsqualität von Banken, GfK Jahrbuch zur der Absatz- und Verbrauchsforschung 3/2000. GfK-Nürnberg (Hrsg.). Heft 3/2000, 46. Jahrgang, Verlag Duncker & Humblot, Berlin.

Mobilaro – Intelligente Bewegung. Online in Internet: <http://www.mobilaro.de/carsharing/4909-carsharing-hat-viele-seiten-welche-geschäftsmodelle-gibt-es> (abgerufen am 8.1.2015).

Namobu - Nachhaltige Mobilität Burggrafenamt. Online in Internet: <http://www.namobu.it/de> (abgerufen am 14.01.2015).

Promberger K., Bernhart J., Niederkofler C. (2006): Grundlagen zur Evaluation von Verwaltungsreformen. Schriftenreihe Management und Unternehmenskultur der Europäischen Akademie Bozen. Band 14. Lindeverlag. Wien.

Stiftung Warentest. Online in Internet: <https://www.test.de/Carsharing-Teile-und-spare-4330073-4330085/> (abgerufen am 3.12.2014).

The Green Mobility of the Future. Online in Internet: <http://mobility.bz.it/project> (abgerufen am 22.12.2014).

Vallée D. (2013) S. 162 ff.: Innovative kommunale Verkehrskonzepte. In: Beckmann K., Klein-Hitpaß A. (Hrsg.). Nicht weniger unterwegs, sondern intelligenter? Neue Mobilitätskonzepte. Edition Difu. Stadt Forschung Praxis. Bd.11 Deutsches Institut für Urbanistik. Berlin.

Wanner M. (2003): Car-Sharing für Geschäftskunden – Status quo und Entwicklungsmöglichkeiten im Stadtgebiet Karlsruhe. Diplomarbeit. Universität Bonn.

Widmer T., Beywl W., Fabian C. (Hrsg.) (2009): Ein systematisches Handbuch. Evaluation. Wiesbaden.

