

Carsharing – ein Beitrag zu nachhaltiger Mobilität

KVF NRW | Fact Sheet Nr. 2

Gabriele Tils, Regine Rehaag und Andreas Glatz

1. Das Projekt

Gefördert vom Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW hat das KATALYSE Institut Anforderungen an die Weiterentwicklung von Carsharing als Element nachhaltiger Mobilität aus Sicht von Konsument/innen und Anbietern untersucht. Die Motive der Nutzer/innen wurden in Gruppendiskussionen exploriert, die Sicht der Kommunal-, Verbraucher- und Verkehrspolitik sowie der Anbieter in Experteninterviews und einem Stakeholder-Workshop. Auf Basis der Ergebnisse wurden Empfehlungen für Politik und Mobilitätsanbieter entwickelt.

2. Kernthesen für verbraucherpolitische Akteure

These 1: Carsharing ist aus der Philosophie des ‚Nutzen statt Besitzen‘ entstanden, in-zwischen stehen nicht mehr Solidar- und Umweltaspekte, sondern das Bedürfnis nach flexibler, individueller Mobilität sowie Entlastung von finanziellem und zeitlichem Aufwand im Mittelpunkt. Gleichmaßen kann Carsharing einen substanziellen Beitrag zu nachhaltiger multimodaler Mobilität leisten.

These 2: Carsharing kann seine Potenziale entfalten, wenn es als Element eines multimodalen Verkehrsangebots zu einer attraktiven Alternative zum eigenen Auto wird in-dem

- alltagskompatible Angebote den Einstieg erleichtern, an alltagsrelevante Settings (Betrieb, Wohnviertel, Einkaufs- und Freizeitangebot) andocken sowie an Schnittstellen zum öffentlichen Verkehr (Mobilstationen, ‚Park and Ride‘-Plätze) verfügbar sind,
- integrierte einfache Informations-, Buchungs- und Abrechnungssysteme dem Bedürfnis nach individueller Gestaltung (individuelles Mobilitätsmanagement) Rechnung zu tragen.

These 3: Die Stärkung des Carsharing kann nur als politikfeldübergreifende Querschnittsaufgabe bewerkstelligt werden, im Zusammenwirken von Kommune, Landes- und Bundespolitik und in Kooperation mit Mobilitätsanbietern und zivilgesellschaftlichen Kräften, indem

- Strukturen geschaffen werden von rechtlichen Rahmenbedingungen, über Qualifizierungsangebote für kommunale Akteure, bis hin zu Förderprogrammen für ländliche Regionen und
- das im Aufschwung begriffene Konsumfeld internetbasierter Mobilitätsdienstleistungen (Mobility Service Provider) unter wettbewerbsrechtlicher, Verbraucher- und Datenschutzperspektive analysiert wird.

These 4: Ziel der Kommunikation ist es Carsharing als wichtiges Element zeitgemäßer und umweltfreundlicher Mobilität darzustellen, mit vielfältigen Vorteilen für die Nutzer/innen und Carsharing langfristig so im öffentlichen Bewusstsein zu verankern,

dass die individuell getroffene Entscheidung auch eine sozial bekräftigte Entscheidung ist. Zielgruppenorientierte Kommunikationskonzepte ermöglichen es, verschiedene Mobilitätsbedürfnisse effizient anzusprechen und für einen Mobilitätswandel zu nutzen. Kommunen und Verkehrsanbieter sind gehalten Kommunikationsstrategien für verschiedene Settings und Zielgruppen zu entwickeln, bspw. durch

- Verkehrserziehung (Schulen und Ausbildungseinrichtungen),
 - Kooperationen mit Betrieben und Bauherren (Siedlungsentwicklung),
 - Beratungsangebote für Zielgruppen wie bspw. Senioren, Neubürger oder Familien.
- Zukunftsvision ist eine landesweite Kampagne, die das Gesamtkonzept deutlich macht - möglichst als integrierte Kommunikation von Land, öffentlichen und privaten Verkehrsanbietern unter Einbezug der Kommunen.

Autorinnen und Autoren

Gabriele Tils ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im KATALYSE Institut.

Regine Rehaag ist Vorstand und Leiterin des Bereichs sozial-ökologische Ernährungs- und Gesundheitsforschung im KATALYSE Institut.

Dr. Andreas Glatz ist freier wissenschaftlicher Mitarbeiter im KATALYSE Institut.

Projekt

Das Projekt „Carsharing – ein Beitrag zu nachhaltiger Mobilität“ wurde zwischen April 2013 und März 2014 durch Mittel des Ministeriums für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) gefördert.

Lizenz

Der Text dieses Werkes ist, soweit nichts anderes vermerkt ist, urheberrechtlich geschützt.

Das Kennzeichen „Verbraucherzentrale“ ist als Gemeinschaftswort- und Bildmarke geschützt (Nr. 007530777 und 006616734). Das Werk darf ohne Genehmigung der Verbraucherzentrale NRW nicht mit (Werbe-)Aufklebern o. Ä. versehen werden. Die Verwendung des Werkes durch Dritte darf nicht den Eindruck einer Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW erwecken.

Impressum

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V., Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Telefon: 0211 3809-0
1. Auflage, Stand: Juni 2015

Kontakt



Verbraucherzentrale NRW
Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW)
Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Telefon: +49 211 38 09-350.
E-Mail: verbraucherforschung@vz-nrw.de
Internet: www.verbraucherforschung-nrw.de
Twitter (@kvf_nrw): www.twitter.com/kvf_nrw

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale NRW mit dem Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen.

Ministerium für Innovation,
Wissenschaft und Forschung
des Landes Nordrhein-Westfalen



verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen

Ministerium für Klimaschutz, Umwelt,
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen

