

Kurzfassung

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Potentialanalyse des gewerblichen CarSharings in deutschen Städten. Inhalt der Arbeit ist es, den aktuellen Stand der Forschung zum Thema CarSharing und speziell zum Thema gewerbliches CarSharing aufzuarbeiten. Zu diesem Zweck wird die verkehrsentlastende Wirkung von CarSharing und das Mobilitätsverhalten der Nutzenden analysiert. Außerdem wird der Status Quo des gewerblichen CarSharings anhand der Entwicklung, der Stellplatzsituation und der Konkurrenzsituation untersucht. Aufbauend auf den Grundlagenteil werden die im Zuge der Arbeit durchgeführten Unternehmensbefragungen und Experteninterviews hinsichtlich der zuvor aufgestellten Fragestellungen in Bezug auf gewerbliches CarSharing ausgewertet und verglichen. Auf Basis der Evaluationen werden Erfolgsfaktoren und Hemmnisse des gewerblichen CarSharings lokalisiert und beschrieben. In Verbindung mit der durchgeführten Literaturrecherche werden abschließend diese Erfolgsfaktoren und Hemmnisse dazu genutzt, um Maßnahmen zu entwickeln, die eine Attraktivitätssteigerung des gewerblichen CarSharings bewirken sollen. Zu den wichtigsten Maßnahmen gehört der flächendeckende und dichte Ausbau von stationsbasiertem CarSharing, die Abschaffung bzw. Anpassung des Dienstwagenprivilegs, bei gleichzeitiger Förderverbesserung von betrieblichem Mobilitätsmanagements sowie die Förderung vernetzter digitaler Mobilitätsangebote.

Abstract

This paper deals with the potential analysis of commercial CarSharing in German cities. The content of the work is to review the current state of research on the topic of CarSharing and specifically on the topic of commercial CarSharing. For this purpose, the traffic-reducing effect of CarSharing and the mobility behavior of the users are analyzed. In addition, the status quo of commercial CarSharing will be examined on the basis of its development, the parking space situation and the competitive situation. Building on the basic part, the company surveys and expert interviews conducted in the course of the work will be evaluated and compared with regard to the questions previously posed in relation to commercial CarSharing. Based on the evaluations, success factors and barriers of commercial CarSharing are localized and described. In conjunction with the literature research, these success factors and barriers will be used to develop measures to make commercial CarSharing more attractive. The most important measures include the comprehensive and dense expansion of station-based CarSharing, the abolition or adjustment of the company car privilege, while at the same time improving the promotion of corporate mobility management and the promotion of networked digital mobility offerings.