

Daten Analysen Perspektiven

Band 8

Eine Schriftenreihe der
Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH



MVV und Car-Sharing Erfolge einer Kooperation

Ergebnisse einer
Wiederholungsbefragung



Münchner Verkehrs-
und Tarifverbund GmbH

IMPRESSUM

*Herausgeber
und verantwortlich für den Inhalt:*
Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH (MVG)
München 2003

Redaktion:
Dr. Hartmut Krietemeyer, MVG

Untersuchung:
MVG (Studiendesign, Fragebogen, Auswertung, Bericht)
STATTAUTO München (Feldarbeit/Versand, Rücklaufkontrolle)

Gestaltung:
GrafikDesignStudio Ulli Muhl, Bielefeld

Druck und Verarbeitung:
Druckerei Tiemann GmbH & Co KG, Bielefeld

Daten Analysen Perspektiven

Band 8

**Eine Schriftenreihe der
Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH**

MVV und Car-Sharing

**Erfolge einer Kooperation:
Ergebnisse einer Wiederholungsbefragung**



Seit dem Jahr 1992 gibt es Car-Sharing-Angebote in München wie z. B. das der Car-Sharing-Organisation Stattauto München. Eine im Jahr 1996 durchgeführte Untersuchung des MVV bei den damaligen Teilnehmern dieser Car-Sharing-Organisation zur ersten Bewertung der Effekte des Car-Sharing für die ÖPNV-Nachfrage hatte deutlich positive Auswirkungen auf die ÖPNV-Nachfrage ergeben.¹

Auf der Grundlage dieser für den ÖPNV so günstigen Effekte entstand zwischen der Car-Sharing-Organisation Stattauto München und dem MVV eine Kooperation beim Marketing. Im Rahmen dieser Kooperation wurden gemeinsam gestaltete Werbemittel herausgegeben, in der MVV-Kundenzeitschrift conTakt über die Modalitäten des Car-Sharing informiert und – seit Juni 1999 – Vorzugskonditionen für MVV-Zeitkarten-Abonnenten bei der Aufnahme in die Car-Sharing-Organisation gewährt: Danach kommen MVV-Abonnenten in den Genuss einer um 50 % reduzierten Kautions- und Aufnahmegebühr.²

Nach siebenjähriger Marketing-Kooperation mit Stattauto München sollte eine Erfolgskontrolle durchgeführt werden. Die durch eine Wiederholungs-Untersuchung zu klärenden Fragen betrafen die Effekte der mit Stattauto München eingegangenen Marketing-Kooperation und die Herausarbeitung und Bewertung der möglicherweise seit 1996 – dem Jahr der ersten Car-Sharing-Teilnehmer-Befragung – eingetretenen neuen Entwicklungen und Veränderungen.

¹ Vgl. MVV und Car-Sharing – Ergebnisse einer Repräsentativ-Befragung von Kunden der Münchner Car-Sharing-Organisation STATTAUTO München, in: Daten, Analysen, Perspektiven; Band 2, hrsg. vom Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH (MVV), München 1996

² Inzwischen gibt es eine vergleichbare Kooperation und identische Vorzugskonditionen für MVV-Abonnenten auch bei der anderen Münchner Car-Sharing-Organisation Stadt-Teil-Auto München

- Lohnt sich die Marketing-Kooperation nach wie vor?
- Profitiert der MVV durch eine erhöhte Kundenbindung?
- Führt die Kooperation mit der Car-Sharing-Organisation in der Tendenz zu einer erhöhten Nachfrage nach MVV-Abos?

Das Wichtigste sei schon vorweg gesagt: Die Ergebnisse der aktuellen Repräsentativbefragung von Teilnehmern der Car-Sharing-Organisation Stattauto München zeigen, dass Car-Sharing und MVV nach wie vor deutlich voneinander profitieren:

- Der Modal Split wird weiterhin zu Gunsten des ÖPNV und zu Ungunsten des Motorisierten Individualverkehrs (MIV) beeinflusst.
- Car-Sharing führt zu erhöhter MVV-Kundenbindung.
- Car-Sharing trägt in Verbindung mit dem MVV – ohne Einbußen bei der persönlichen Mobilität – zu einer stadtverkehrsverträglichen Umstellung des Mobilitätsverhaltens bei und stellt insofern keine „Einstiegsdroge“ in den MIV – wie mancherorts immer wieder gegahwöhnt –, sondern eine „Entwöhnungskur“ für den MIV-Nutzer dar.
- Ein weiterer Schluss lässt sich aus dieser Wiederholungsstudie ziehen: Das Potenzial für MVV plus Car-Sharing ist noch lange nicht ausgeschöpft.

Grundlage der Untersuchung

Mit der Befragung eines repräsentativen Querschnitts der Car-Sharing-Teilnehmer von Stattauto München sollten Anhaltspunkte u.a. zu folgenden Themen erhoben werden:

- Genutzte MVV-Fahrkarten vor und nach dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation
- Motive für den MVV-Zeitkarten-Abwerb bzw. die Car-Sharing-Teilnahme
- Ermittlung des MVV-Nutzungs-Verhaltens und der Pkw-Nutzung vor und nach dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation
- Monatliche Ausgaben für die MVV-Nutzung
- Veränderungen des räumlichen Aktionsradius

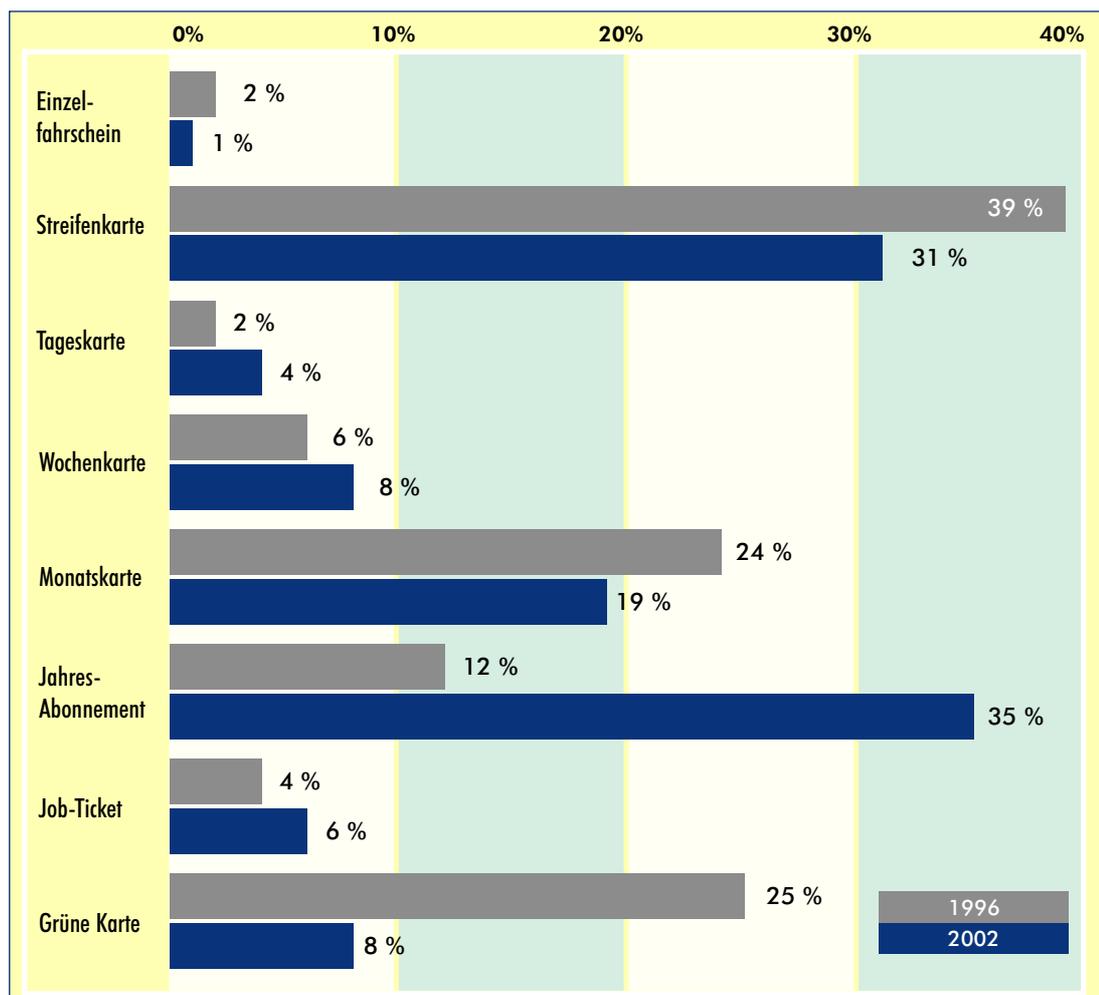
Methode:

- Schriftliche Repräsentativ-Erhebung bei 1.100 Teilnehmern – jedem dritten Teilnehmer – der größten Münchner Car-Sharing-Organisation Stattauto München.
- Weitgehend identischer Studienaufbau / Fragebogen wie 1996, um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten.
- Der Rücklauf von exakt 700 Fragebögen entspricht einer Quote von 64 %; die Rücklaufquote bei der ersten Untersuchung betrug 62 % und entsprach 596 von insgesamt 960 angeschriebenen Teilnehmern (Vollerhebung).
- Der Befragungszeitraum war Oktober / November 2002

Car-Sharing führt zu erhöhter ÖPNV-Kundenbindung: Der Anteil der Zeitkarten-Abo-Kunden unter den Car-Sharing-Teilnehmern hat sich seit 1996 verdreifacht

Genutzte MVV-Fahrkarten der Car-Sharing-Teilnehmer

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer; n = 700 / 1996: n = 596; Mehrfachnennungen möglich

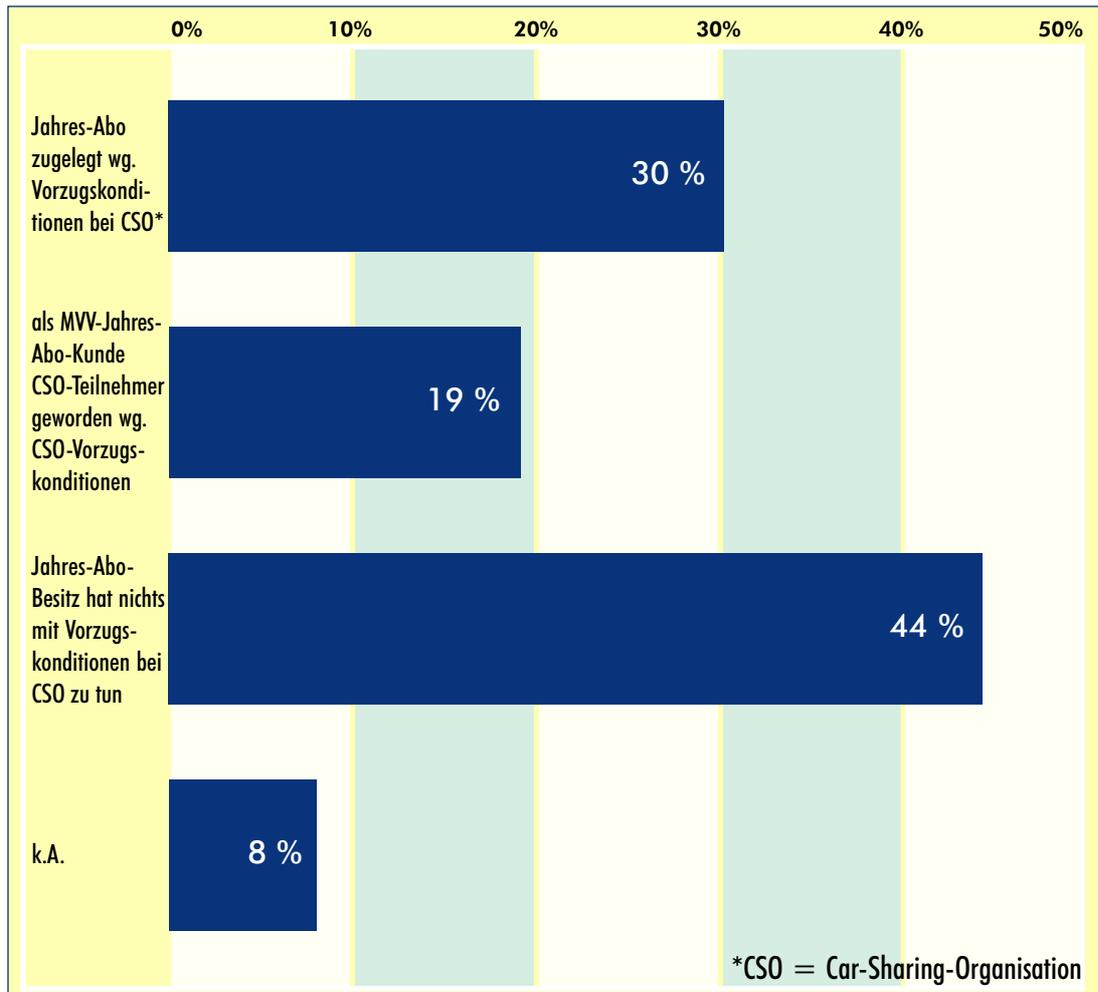


- Der Abonnenntenanteil unter den Car-Sharing-Teilnehmern hat sich seit 1996 in etwa verdreifacht: 35 % der Car-Sharing-Teilnehmer besitzen ein MVV-IsarCard-Abonnement, 1996 waren das lediglich 12 %.
- Bartarif-Tickets wie die Streifenkarte, aber auch die Grüne Karte, für die im Gegensatz zur IsarCard eine werktägliche (Mo-Fr) Sperrzeit vor 9 Uhr morgens gilt, sowie die normale IsarCard-Monatskarte werden von den Car-Sharing-Teilnehmern weniger häufig genutzt.
- Die Verdreifachung des MVV-IsarCard-Abonnennten-Anteils unter den Car-Sharing-Teilnehmern ist ein schöner Erfolg der Marketing-Kooperation und für die gemeinsame Kundenbindung.

Die Vorzugskonditionen für Zeitkarten-Abonnenten sind attraktiv: Die MVV-Zeitkarten-Abo-Nachfrage wird stimuliert

Motive für den Zeitkarten-Jahresabo-Erwerb bzw. die Car-Sharing-Teilnahme

Basis: Teilgruppe Car-Sharing-Teilnehmer mit MVV-Jahres-Abonnement, n = 255;
Antwortvorgaben

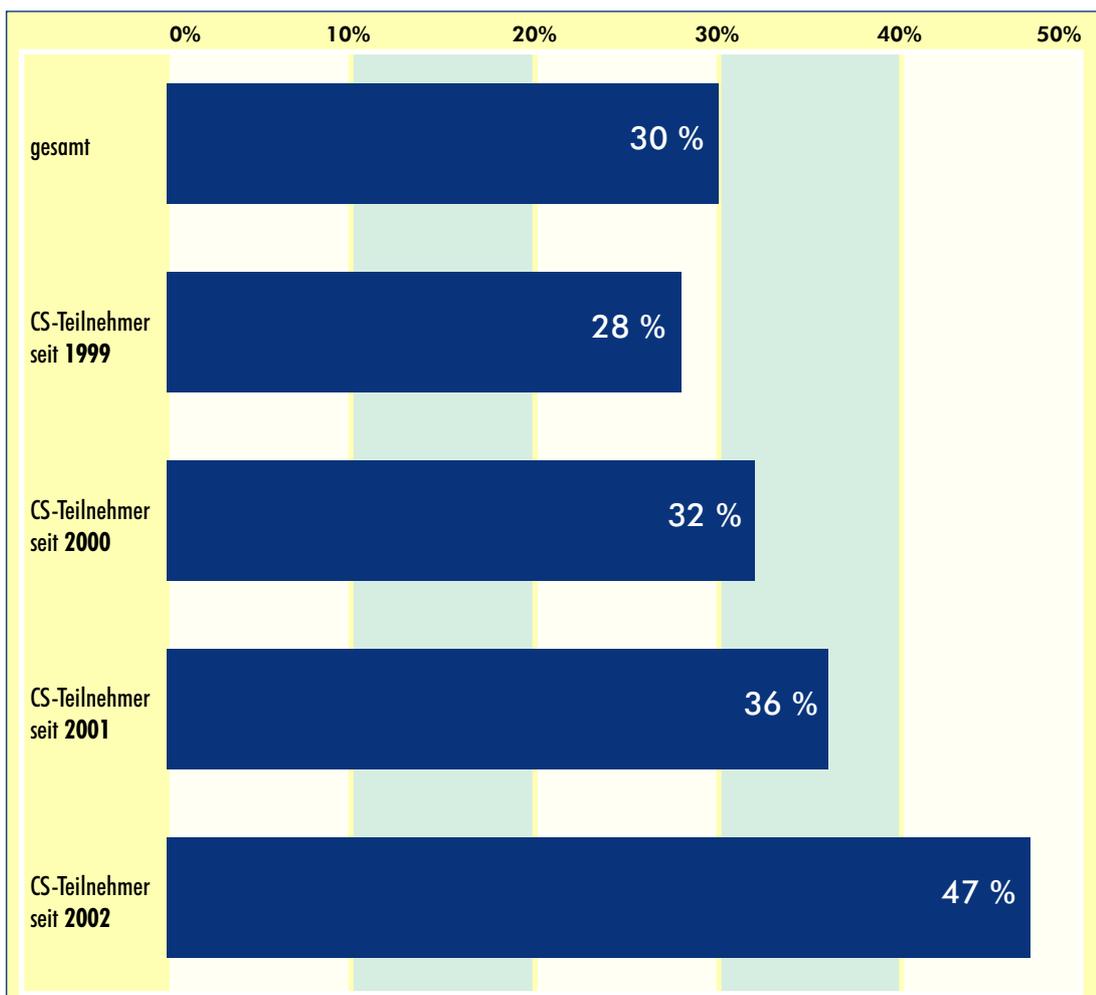


- Ein knappes Drittel der Jahres-Abonnenten unter den Car-Sharing-Teilnehmern hat sich das Zeitkarten-Abo gezielt zugelegt, um in den Genuss der Vorzugskonditionen bei STATAUTO München zu kommen (30 %). Dieser Umstand bestätigt, dass eine erhöhte Kundenbindung bewirkt wurde.
- Die Vorzugskonditionen beinhalten 50 % Ermäßigung für MVV-Abo-Kunden auf Kautions- und Aufnahmegebühr bei Teilnahme am Car-Sharing (Vertragsabschluss).
- Die meisten geben an, dass der Jahres-Abo-Besitz nichts mit den Vorzugskonditionen bei STATAUTO München zu tun habe (44 %). Eine Minderheit von rund einem Fünftel (19 %) gibt an, dass man Car-Sharing-Teilnehmer geworden sei, um als MVV-Abonnent die gebotenen Vorzugskonditionen quasi „mitzunehmen“.

**Die gezielte Werbung wirkt stetig und mit wachsendem Erfolg:
Die MVV-Zeitkarten-Abo-Nachfrage steigt**

Anteile der Teilgruppe „Habe mir ein Jahres-Abo zugelegt wegen der Vorzugskonditionen bei STATAUTO München“ nach Beitrittsjahr

Basis: Teilgruppe Car-Sharing-Teilnehmer mit MVV-Jahres-Abonnement, die sich das Jahres-Abo wegen der Vorzugskonditionen zugelegt haben, n = 77; Antwortvorgabe

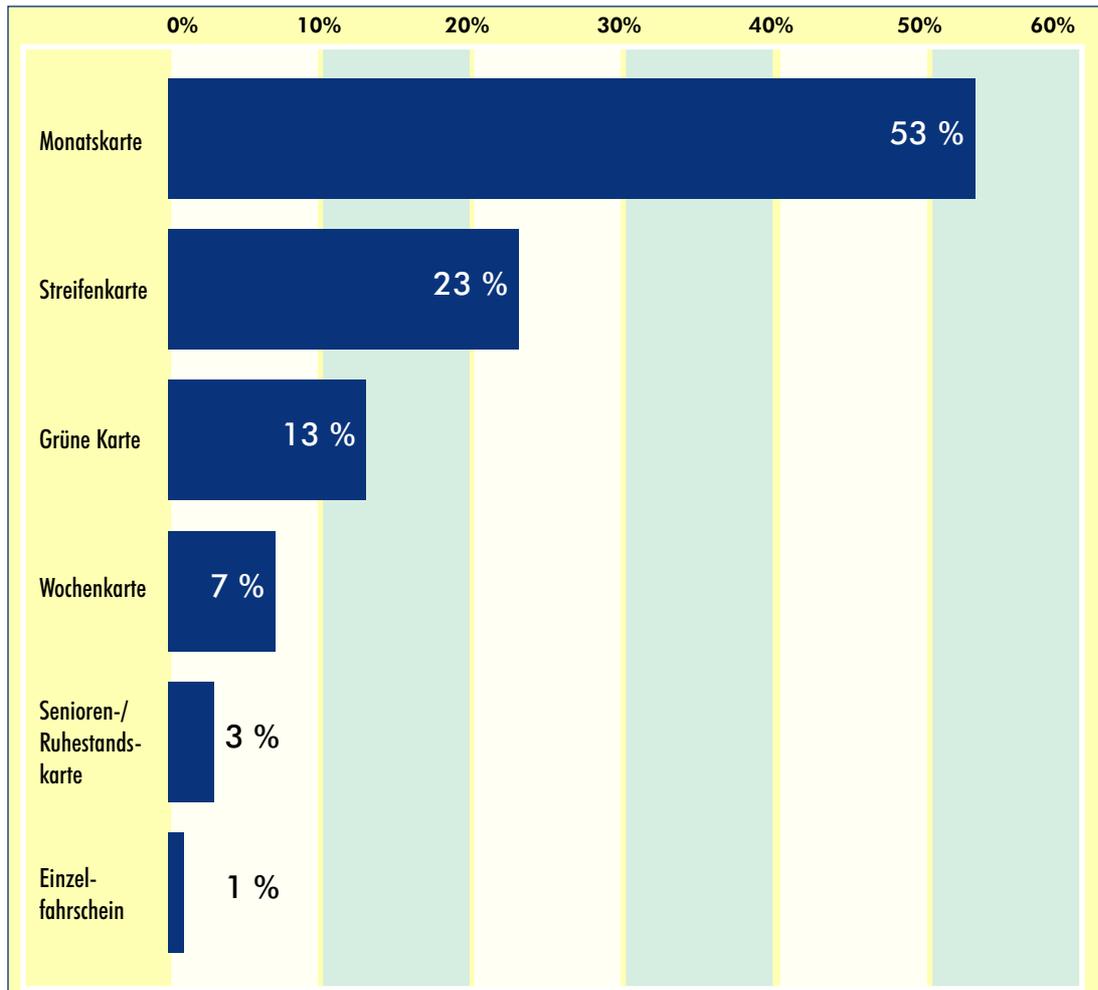


- Von Jahr zu Jahr vergrößert sich der Kreis derer, die angeben, dass sie wegen der Vorzugskonditionen MVV-Zeitkarten-Abonnenten geworden sind: Im ersten Jahr des vergünstigten Angebotes (ab 1. Juni 1999) sind dies 28 %, nach drei weiteren Jahren stetiger gezielter gemeinsamer PR und Werbung allerdings schon 47 % – also eine Steigerung um über zwei Drittel oder annähernd 20 %-Punkte.
- Das bedeutet, dass mittlerweile knapp die Hälfte aller Car-Sharing-Neueinsteiger mit MVV-Abo sich dies gezielt wegen der günstigen Konditionen zulegen.
- Das Beispiel zeigt auch, dass es einige Zeit braucht, bis Werbebotschaften ihre Zielgruppe erreichen – und umgekehrt, dass man der Werbung auch genügend Zeit geben muss, dass sie wirken kann.

Erhöhte Kundenbindung: Neu-Abonnenten wegen Vorzugskonditionen sind frühere Monatskarten- aber auch Bartarif-Kunden

MVV-Fahrkartennutzung der Abo-Neukunden vor der Car-Sharing-Teilnahme

Basis: Teilgruppe Car-Sharing-Teilnehmer mit MVV-Jahres-Abonnement, die sich das Jahres-Abo wegen der Vorzugskonditionen zugelegt haben; n = 77

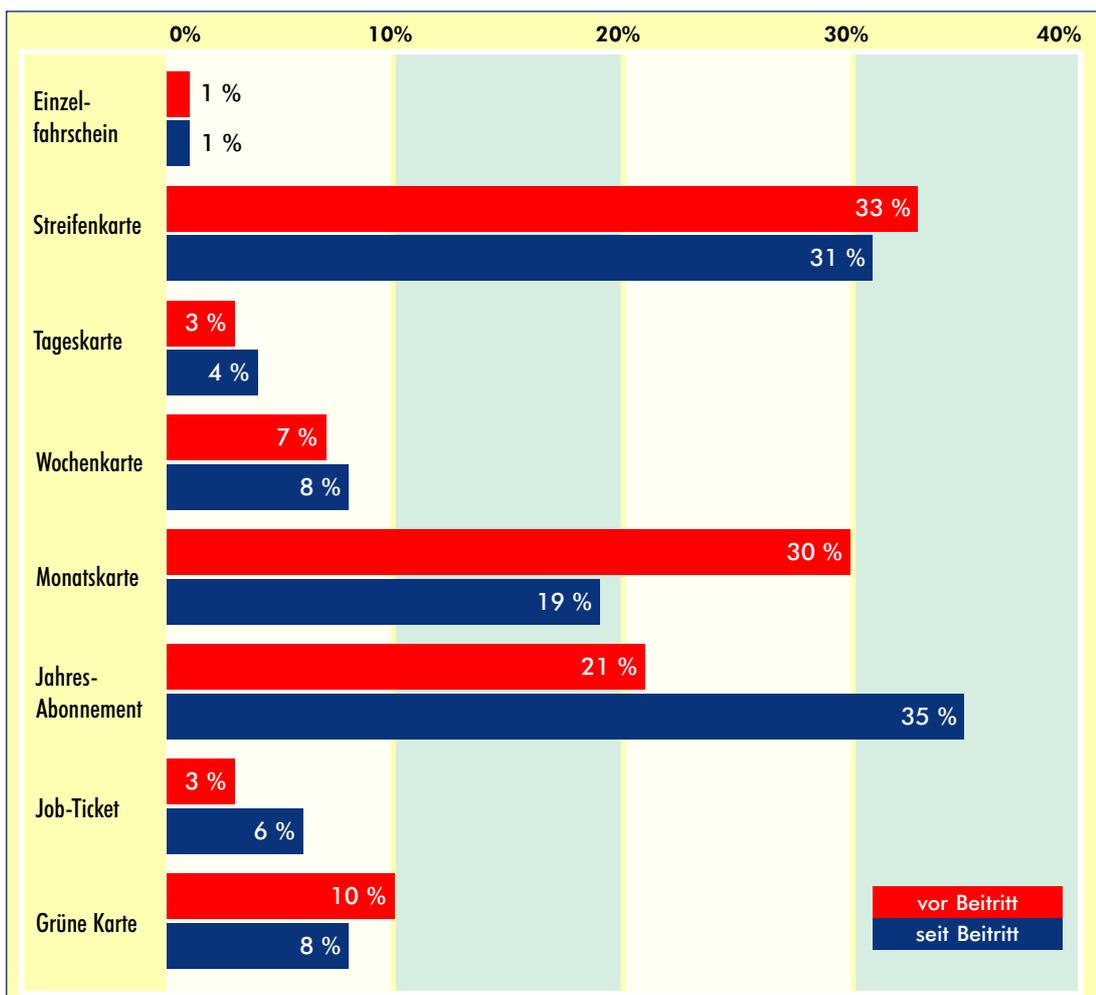


- Rund drei Viertel der Neu-Abonnenten, die sich das Jahres-Abo wegen der günstigeren Konditionen zugelegt haben, hatten vorher eine MVV-Zeitkarte (76 %), darunter rund die Hälfte eine IsarCard- oder Ausbildungstarif-Monatskarte (53 %).
- Immerhin ein knappes Viertel der Neu-Abonnenten mit diesem Motiv waren vorher Bartarif-Nutzer (Mehrfahrtenkarte/Streifenkarte 23 %; Einzelfahrschein 1 %) und haben somit einen besonders großen Schritt in Richtung auf erhöhte Kundenbindung gemacht.

10 Erhöhte Kundenbindung: Der Zeitkarten-Abonnenten-Anteil hat sich auch im Vergleich zur Zeit unmittelbar vor dem Car-Sharing-Einstieg deutlich erhöht

MVV-Fahrkartennutzung aller Car-Sharing-Teilnehmer vor und seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer, n = 700; Mehrfachnennungen möglich

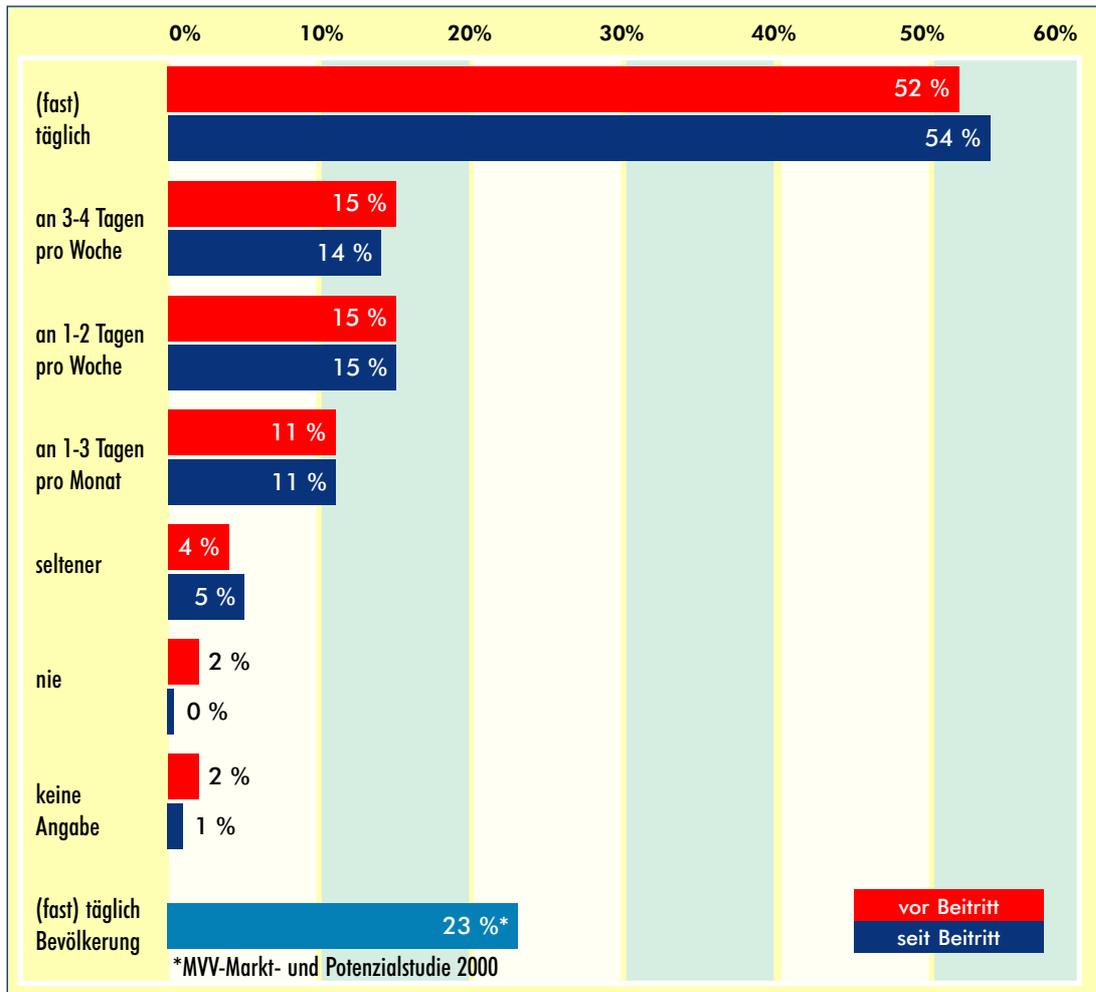


- Die größte Veränderung bei allen Ticketarten ergibt sich beim MVV-Zeitkarten-Abonnement, das seit dem Car-Sharing-Einstieg von 35 % der Teilnehmer genutzt wird und vorher von 21 % (1996 vorher 10 %) genutzt wurde. Die Steigerung beträgt also 14 %-Punkte (1996: 2 %-Punkte); auch beim Job-Ticket ist ein geringfügiger Anstieg zu verzeichnen. Auch hieran wird deutlich, dass die gewährten Vorzugskonditionen (s. o.) anscheinend nicht ohne Wirkung geblieben sind.
- Bei der Monatskarte beträgt der Anteilsrückgang 11 %. Bei den übrigen Ticketarten sind die Anteilsrückgänge weniger spektakulär und überwiegend auch statistisch nicht signifikant.
- Die MVV-Abonnenten sind im übrigen laut Auskunft von Stattauto München für rund 35 % des Umsatzes, 34 % der verrechneten Stunden und 36 % der verrechneten Kilometerleistung bei Stattauto München verantwortlich, d. h. der Nutzungsanteil dieser Kundengruppe entspricht ihrem Teilnehmeranteil und es gibt keine passiven Mitgliedschaften („Karteileichen“).

Car-Sharing-Teilnehmer sind ÖPNV-Intensiv-Nutzer

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

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer, n = 700;
 MVV-Markt- und Potenzialstudie 2000, n = 4.552

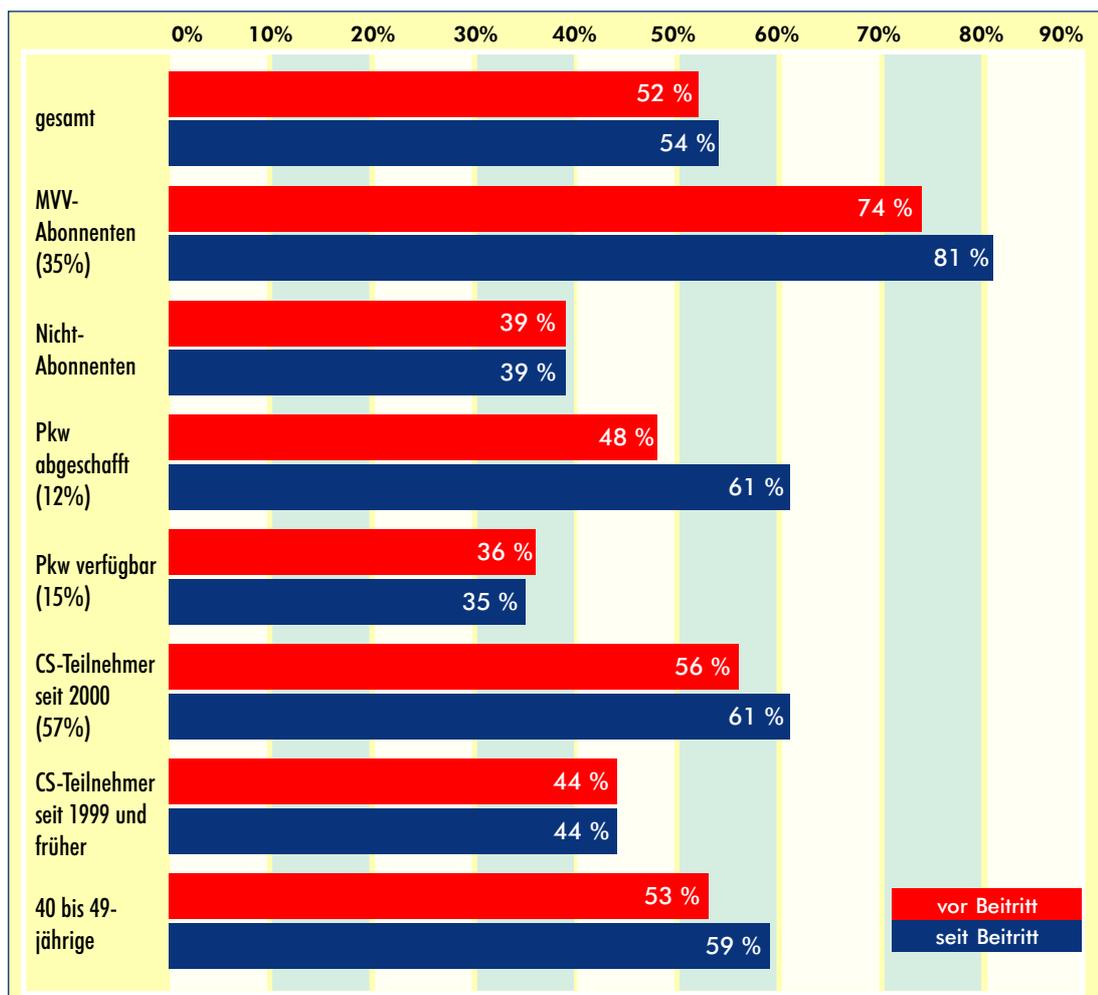


- Die MVV-Nutzungs-Häufigkeit der Car-Sharing-Teilnehmer ist nach wie vor sehr hoch: Die Car-Sharing-Teilnehmer sind intensive ÖPNV-Nutzer und fahren zu mehr als der Hälfte (fast) täglich im MVV (54 %).
- Auch vor der Car-Sharing-Teilnahme lag der Anteil der MVV-Intensiv-Nutzer unter den jetzigen Car-Sharing-Teilnehmern bereits bei 52 %. Dies sagt natürlich noch nichts aus über die Anzahl der ÖPNV-Fahrten im Einzelnen oder über Marktanteile.
- Zum Vergleich: In der Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren liegt der Anteil der ÖPNV-Intensiv-Nutzer bei knapp einem Viertel (23 %).

12 Tendenzielle MVV-Mehr-Nachfrage kommt von den alten und neuen MVV-Abonnenten, Pkw-Abschaffern und Car-Sharing-Neueinsteigern

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

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer; n = 700

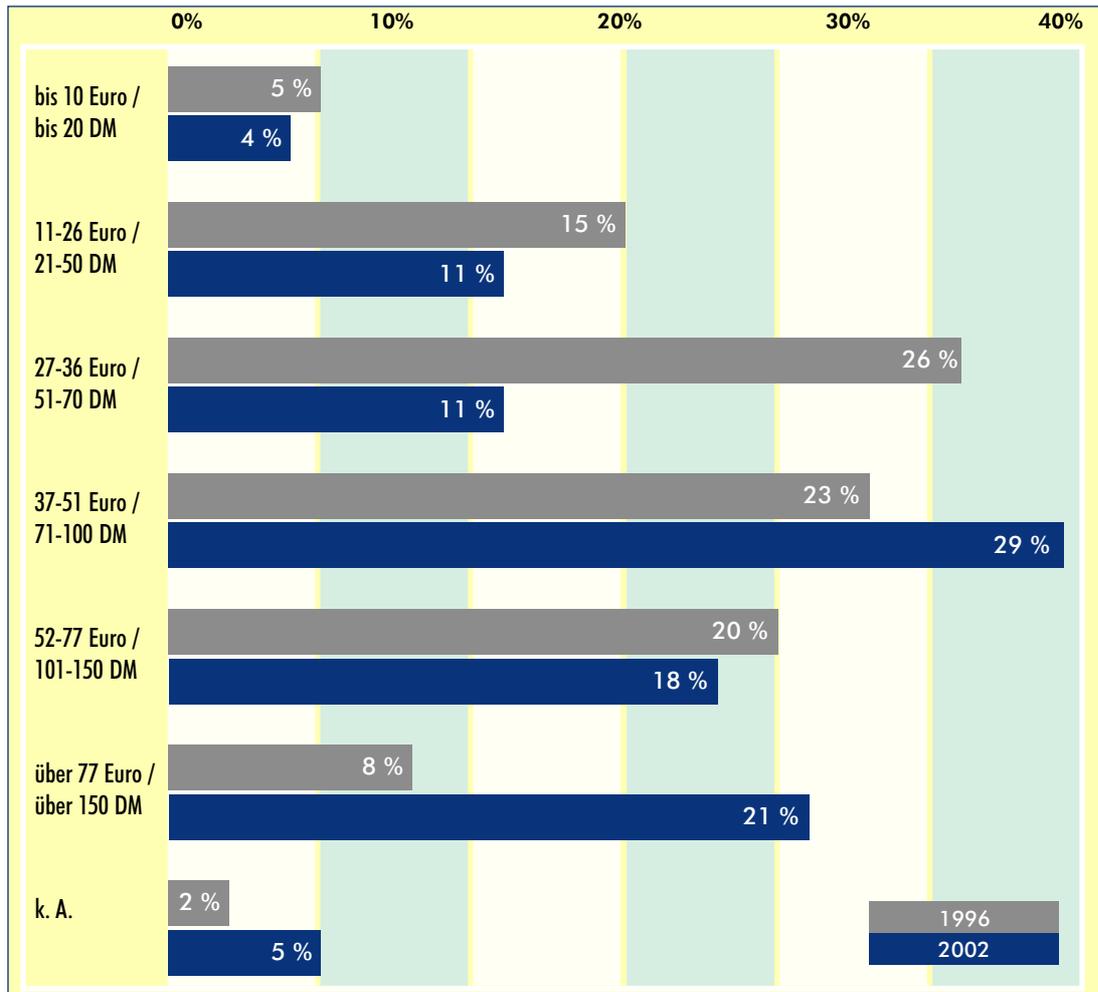


- Der tendenzielle Zuwachs bei der Teilgruppe der (Fast-)Täglich-Nutzer des MVV kommt von den (alten und neuen) MVV-Abonnenten, die bereits vor der Car-Sharing-Teilnahme zu beinahe drei Vierteln (74 %) täglich oder fast täglich im MVV gefahren sind und seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation den ÖPNV noch intensiver nutzen (81 %).
- Auch die 14 % Neu-Abonnenten, die vorher entweder Monatskarten oder Bartarif-Fahrkarten genutzt haben (s. o.) tragen natürlich zur Mehrnachfrage bei, die zu einem bestimmten Anteil auch kassenwirksam werden dürfte; dies zumal bei Teilnehmern, die ihren Pkw abgeschafft haben und nun häufiger im MVV unterwegs sind (61 % Intensiv-Nutzer – vorher 48 %).
- Auch die Car-Sharing-Neueinsteiger (seit drei Jahren und darunter Teilnehmer) nutzen den MVV seitdem tendenziell häufiger als vor dem Beitritt.

Car-Sharing-Teilnehmer sorgen tendenziell für mehr und überdurchschnittliche MVV-Umsätze

Monatliche Ausgaben der Car-Sharing-Teilnehmer-Haushalte für die MVV-Nutzung im Vergleich

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer; n = 700 / 1996: n = 596



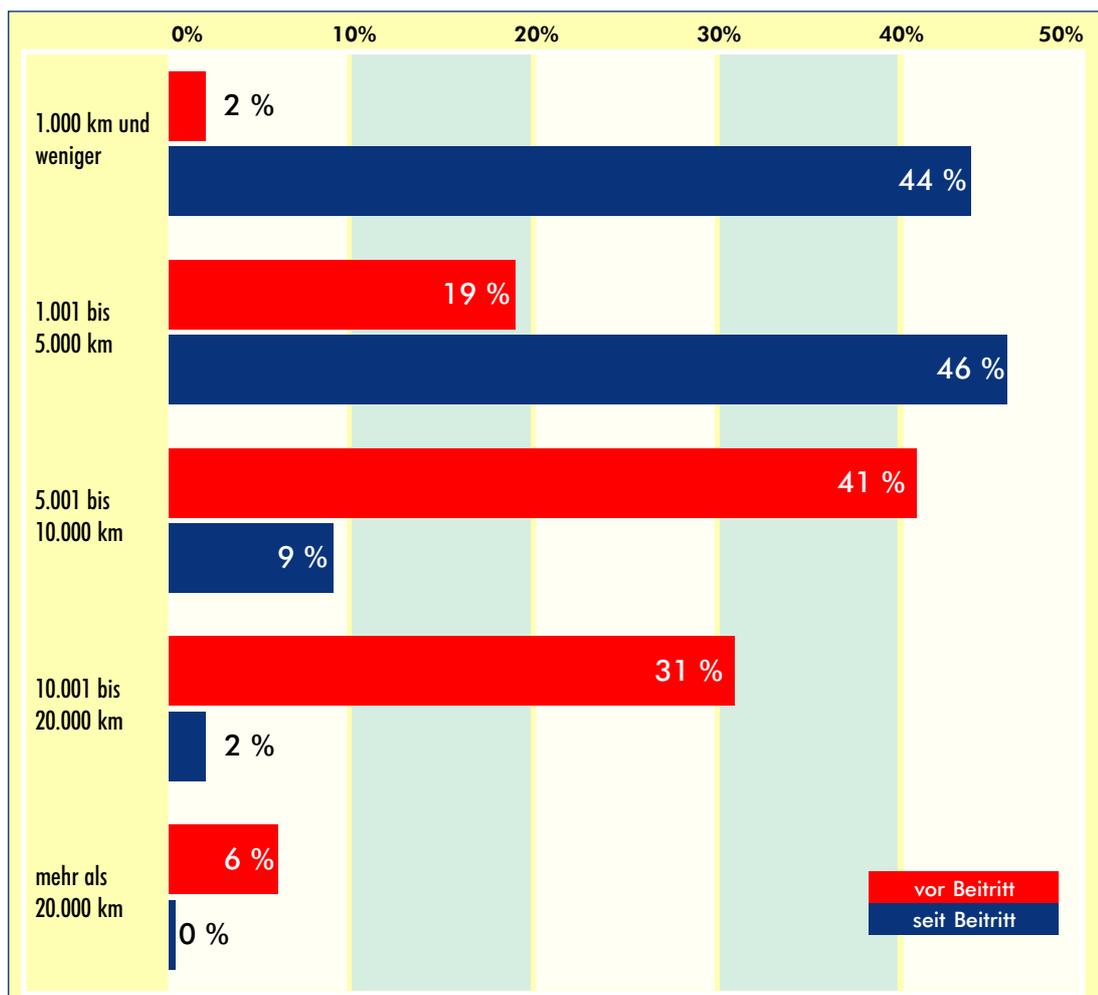
- Vergleicht man die aktuell von den Car-Sharing-Teilnehmer-Haushalten für die MVV-Nutzung getätigten Ausgaben mit denen von 1996, lässt sich feststellen, dass der Schwerpunkt der Ausgaben sich in die nächst höhere Kategorie verlagert hat.¹ Dabei müssen die seitdem erfolgten Tarifanpassungen berücksichtigt werden.
- Im Jahr 1996 lag der Schwerpunkt der monatlichen MVV-Ausgaben je Car-Sharing-Haushalt mit einem Anteil von 26 % zwischen 27 und 36 Euro (= 51 bis 70 DM) während er in 2002 mit einem Anteil von 29 % zwischen 37 und 51 Euro (= 71 bis 100 DM) liegt. Die durchschnittlichen Ausgaben haben sich von 45 Euro (1996) auf rund 57 Euro (2002) erhöht, was einer Steigerungsrate von 26 % entspricht.
- Wenn man die seitdem erfolgten Tarifanpassungen in Höhe von rund 22 % mit berücksichtigt, wird deutlich, dass tendenziell auch ein realer und nicht nur nominaler Mehr-Umsatz dank Car-Sharing realisiert werden konnte. Unzweifelhaft ist, dass dies auch überdurchschnittliche Umsätze im Vergleich zu denen der Gesamtbevölkerung – mit weit geringerer ÖPNV-Fahr-Frequenz als die Car-Sharing-Teilnehmer – sind (vgl. Darstellung S. 10).

¹ um hier die direkte Vergleichbarkeit mit 1996 zu ermöglichen, wurden entsprechende Klassen wie 1996 gebildet, was die ungeraden Euro-Beträge zur Folge hat

14 Umstellung des Mobilitätsverhaltens: Die Pkw-Nutzung (Pkw-Kilometer) wird erheblich reduziert

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

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer / Teilgruppe aktuelle bzw. ehemalige Pkw-Besitzer; n = 304 (vor Beitritt) sowie Teilgruppe (ohne k. A. und weiß nicht); n = 409 (seit Beitritt)

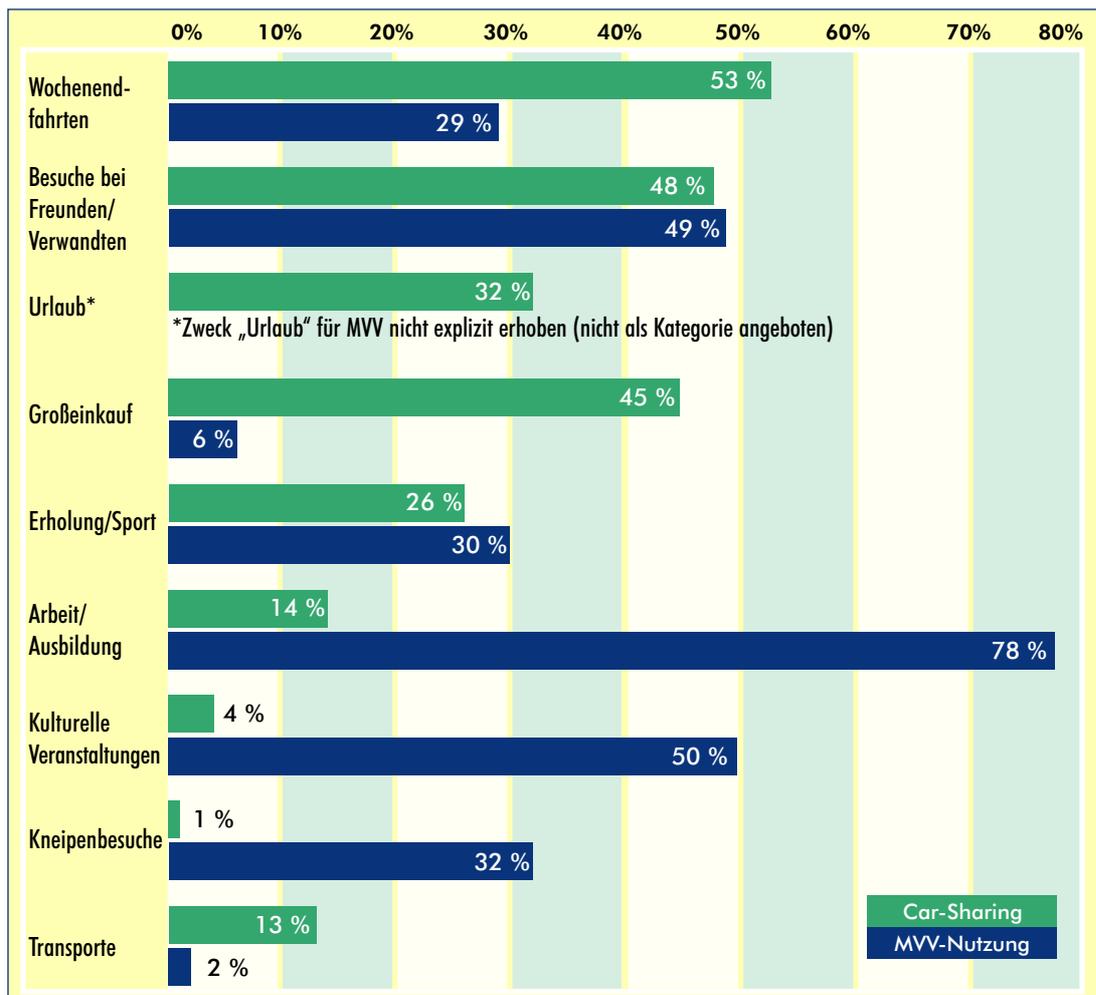


- Es wird deutlich, dass die Car-Sharing-Teilnehmer, die früher bzw. aktuell einen Pkw besaßen und/oder besitzen, ihr Pkw-Fahrverhalten erheblich umgestellt haben: Vor dem Beitritt fuhren 78 % (1996: 80 %) der Teilnehmer über 5.000 Pkw-Kilometer pro Jahr; nach dem Beitritt sind dies nur noch 10 % (1996: 11 %).
- Dafür fahren nach dem Beitritt 90 % (1996: 89 %) höchstens 5.000 Pkw-Kilometer pro Jahr; 44 % (1996: 45 %) sogar nur höchstens 1.000 Pkw-Kilometer; vor dem Beitritt waren das nur 21 % (1996: 20 %) bzw. 2 % (1996: 2 %).
- Die durchschnittliche Pkw-Kilometer-Fahrleistung geht von rund 11.300 Kilometern vor dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation auf rund 2.500 Kilometer nach dem Beitritt zurück. Im Jahr 1996 waren die Veränderungen ähnlich: Die Fahrleistung ging von ca. 13.000 Kilometern auf rund 3.000 Kilometer zurück (ohne Abbildung).

Häufigste Fahrtzwecke: Car-Sharing und MVV-Nutzung ergänzen sich

Häufigste Fahrtzwecke bei Car-Sharing- und bei MVV-Nutzung der Car-Sharing-Teilnehmer

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer; n = 700 / 1996: n = 596; Mehrfachnennungen möglich

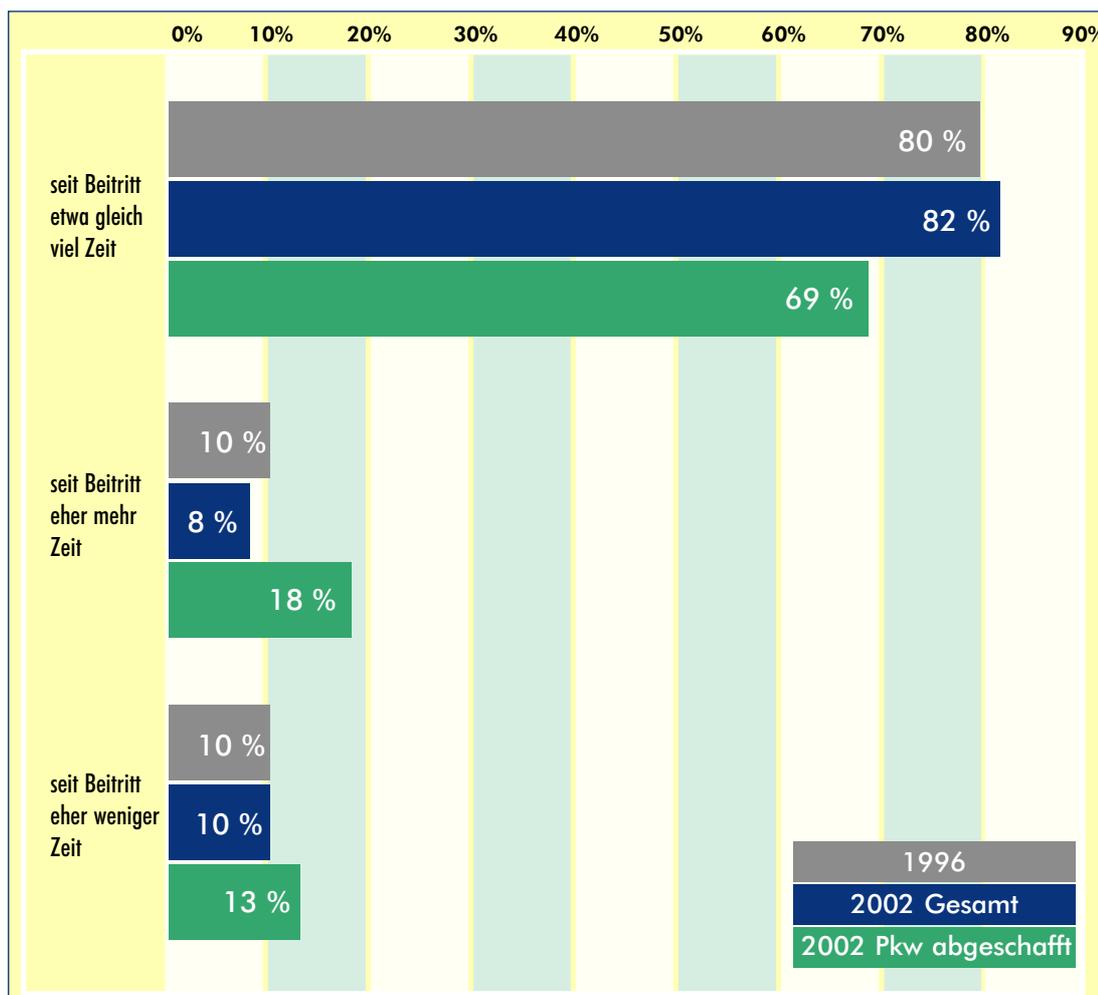


- Car-Sharing und MVV-Nutzung ergänzen sich überwiegend: Mittels Car-Sharing unternimmt man hauptsächlich Fahrten mit sporadischer Häufigkeit wie Wochenendfahrten (53 %), Verwandten- oder Freundesbesuche (48 %), Großeinkäufe (45 %) und Urlaubsfahrten (32 %) sowie – etwas seltener – Transportfahrten (13 %).
- Der MVV ist das Verkehrssystem für die häufigeren, regelmäßiger auftretenden Fahrtenanlässe wie z. B. Fahrten zur Arbeit bzw. Ausbildung (78% – Car-Sharing: 14 %); auch kulturelle Veranstaltungen (50 % – Car-Sharing: 4 %) und Kneipenbesuche (32 % – Car-Sharing: 1 %) werden hier genannt.
- Lediglich Verwandten- bzw. Bekannten-Besuchs-Fahrten werden ungefähr zu gleichen Anteilen mittels Car-Sharing (48 %) oder MVV (49 %) unternommen; Ähnliches gilt für Fahrten mit dem Anlass Erholung / Sport (26 % bzw. 30 %). Im Vergleich zu 1996 haben sich beim Car-Sharing die Anteile bei den drei wichtigsten Fahrtenanlässen noch einmal deutlich erhöht – und zwar um jeweils rund 10 %-Punkte.

16 Kein veränderter Zeitbedarf für die täglichen Wege

Zeitbedarf für die täglichen Wege seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation im Vergleich zur Zeit davor

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer; n = 700 / 1996: n = 596; Teilgruppe Auto-Abschaffer, n = 81

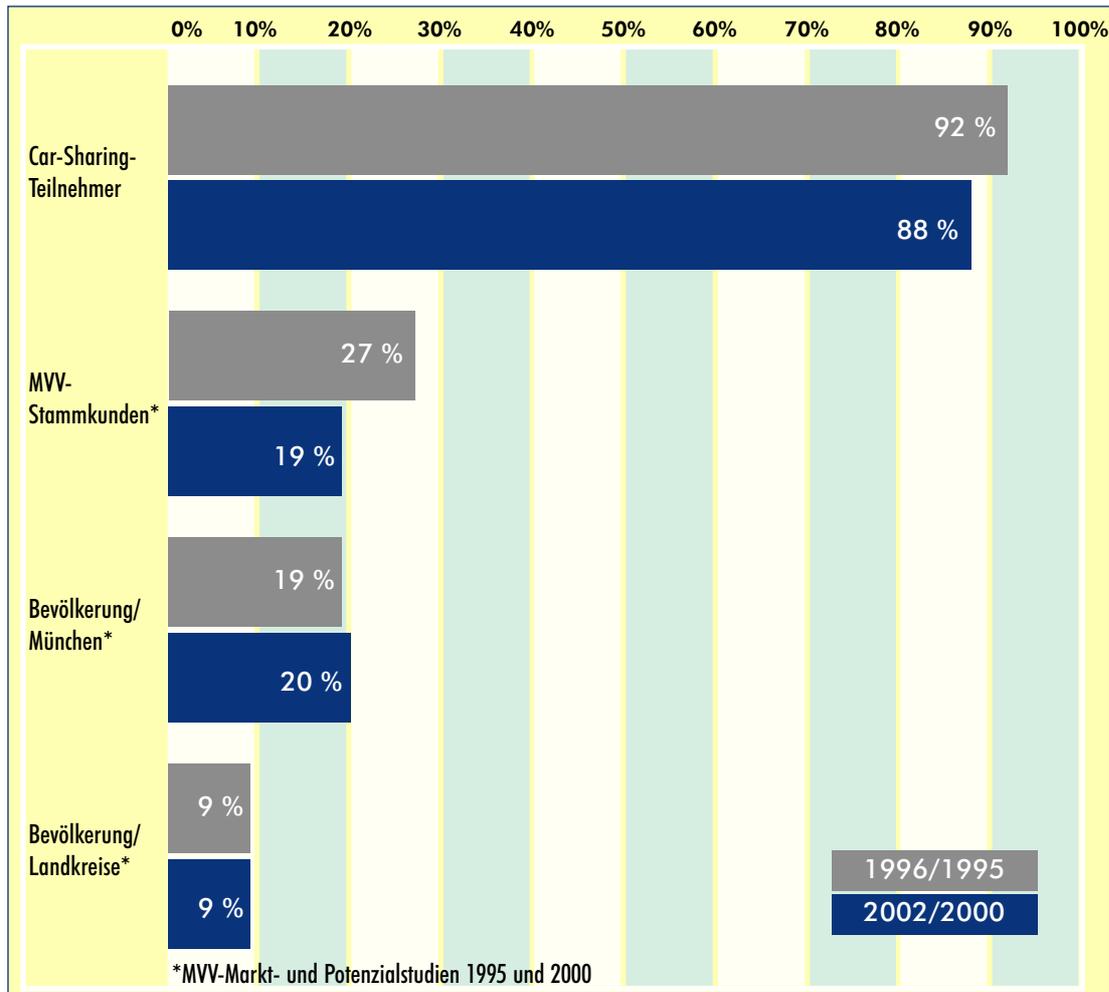


- Hier gibt es insgesamt keine Veränderung sowohl im Vergleich zu 1996 als auch im Vergleich zur Zeit vor dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation: Für die allermeisten der Car-Sharing-Teilnehmer (82 %) hat sich am Zeitbedarf für die täglichen Wege nichts geändert.
- Die Anteile derer, die angeben, sie benötigten jetzt eher mehr Zeit bzw. eher weniger Zeit, liegen etwa auf gleicher Höhe. Selbst bei der Teilgruppe der Auto-Abschaffer ändert sich für die große Mehrheit von rund zwei Dritteln (69 %) am Zeitbedarf nichts; bei 13 % ist der Zeitbedarf für die täglichen Wege sogar geringer als vor dem Beitritt. Lediglich bei 18 % der Auto-Abschaffer vergrößert sich der Zeitbedarf.
- Auch aus der aktuellen Untersuchung lässt sich folgern, dass sich die Alltagsmobilität seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation für die große Mehrheit der Teilnehmer – nach deren eigener Einschätzung – im Verbund mit dem MVV ohne Einbußen bei der persönlichen Mobilität gestalten lässt.

Car-Sharing macht den eigenen Pkw überflüssig

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

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer, n = 700 / 1996: n = 596; Basis Bevölkerung Stadt München: n = 1.582 / 1.632; Basis 2000/1995 MVV-Stammkunden: n = 1.041/1.230; Basis Bevölkerung MVV-Landkreise: n = 2.970 / 3.348

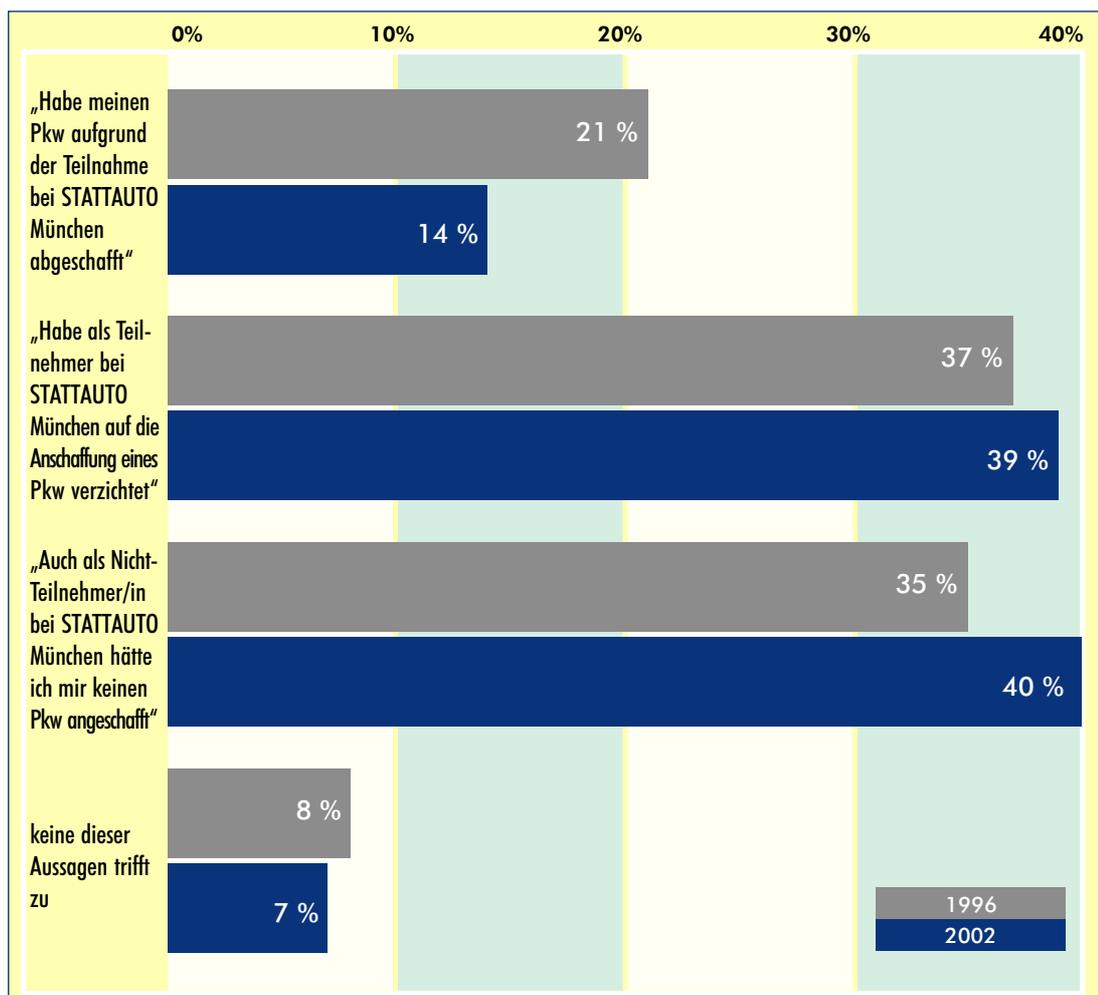


- Der Anteil der Car-Sharing-Teilnehmer ohne eigenen Pkw ist nach wie vor sehr hoch: Rund neun von zehn Car-Sharing-Teilnehmern besitzen keinen eigenen Pkw; dies sind etwa viereinhalbmal so viele wie in der Bevölkerung Münchens oder in der MVV-Stammkundschaft.
- Die geringfügige Abnahme des Anteils der Car-Sharing-Teilnehmer ohne eigenen Pkw um vier %-Punkte im Vergleich zu 1996 ist aber statistisch signifikant (95-%-Niveau).
- Das Ergebnis verdeutlicht – in Verbindung mit den Befunden zum nahezu unveränderten Zeitbedarf für die tägliche Mobilität –, dass Car-Sharing in Verbindung mit dem MVV den eigenen Pkw gleichsam überflüssig macht.

18 Weniger Pkw-Abschaffer – Mehr Pkw-Nicht-Anschaffer

Gründe für Nichtbesitz eines eigenen Pkw

Basis: Teilgruppe Car-Sharing-Teilnehmer, die nicht über einen Pkw verfügen;
 n = 590 / 1996: n = 546; Antwortvorgaben

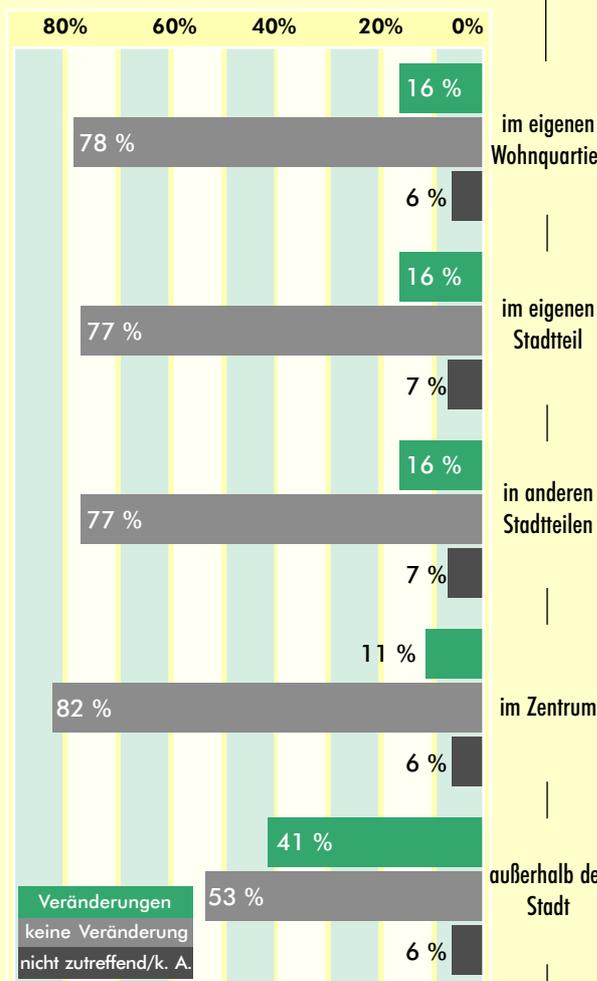


- Der Anteil der Car-Sharing-Teilnehmer an allen Teilnehmern ohne Pkw-Verfügbarkeit im Haushalt, die ihren Pkw aufgrund der Car-Sharing-Teilnahme abgeschafft haben, ist gegenüber 1996 nicht unwesentlich zurückgegangen (-7 %-Punkte).
- Dafür ist vor allem der Anteil der Pkw-Nicht-Anschaffer gestiegen – also von Personen, die angeben, dass sie auch als Nicht-Car-Sharing-Teilnehmer auf die Anschaffung eines eigenen Pkw verzichtet hätten.
- Dieses Ergebnis korreliert natürlich mit dem höheren MVV-Absonnenanteil unter den Car-Sharing-Teilnehmern, einer Klientel, bei der der Pkw-Besitz ohnehin weniger häufig ist als bei der Gesamtheit aller MVV-Kunden oder in der Gesamtbevölkerung. Bei den MVV-Absonnen unter den Car-Sharing-Teilnehmern besitzen nur 8 % einen eigenen Pkw, bei den Nicht-Absonnenen immerhin 14 % (ohne Abb.).

Tendenzieller Bedeutungsgewinn für den Nahbereich

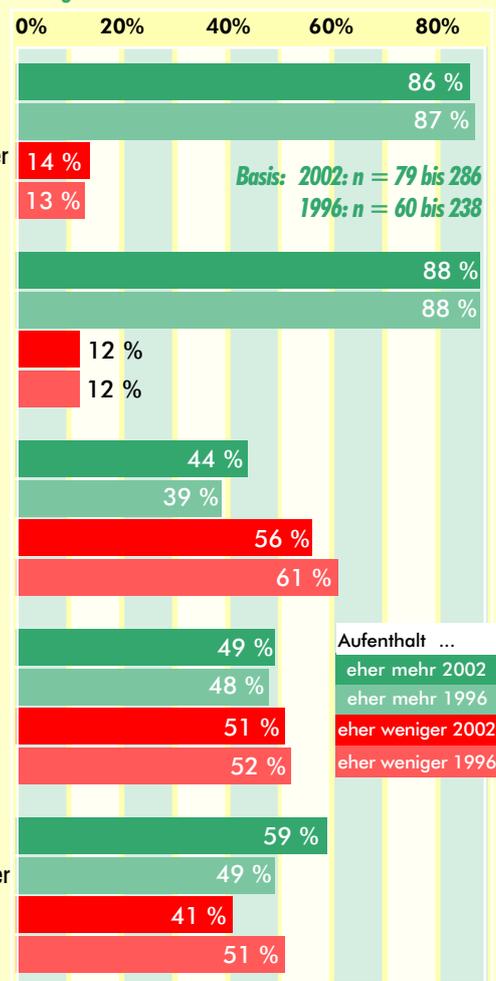
Veränderungen des räumlichen Aktionsradius der Car-Sharing-Teilnehmer seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer; n = 700



Richtung der Veränderungen des räumlichen Aktionsradius der Car-Sharing-Teilnehmer seit dem Beitritt zur Car-Sharing-Organisation (2002 / 1996)

Basis: Teilgruppen Car-Sharing-Teilnehmer mit Veränderungen des räumlichen Aktionsradius

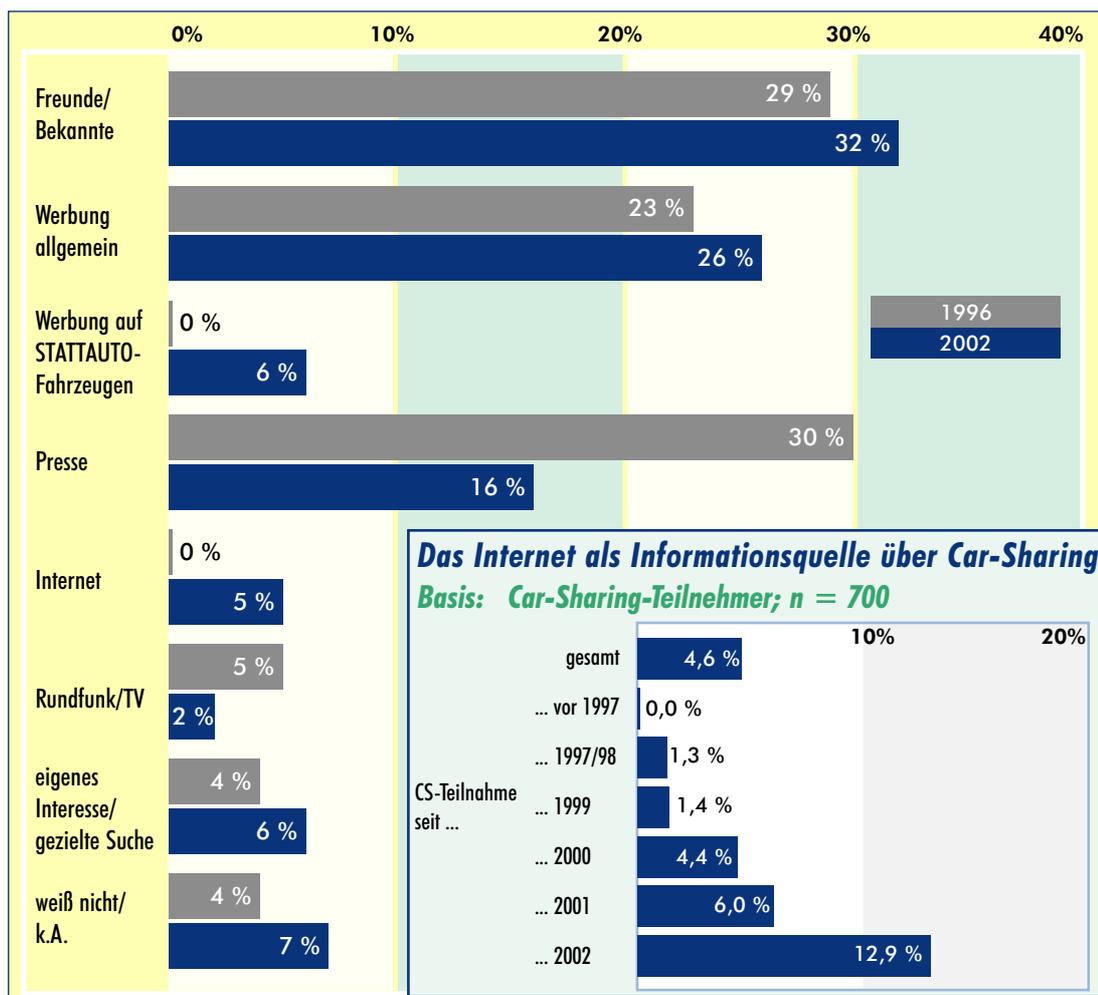


- Bei den meisten Gebietseinheiten ergeben sich beim räumlichen Aktionsradius nur relativ geringe Veränderungen (11-16 %); Veränderungen (41 %) gab es vor allem bei der Aufenthaltshäufigkeit außerhalb der Stadt: Bei 59 % der Teilnehmer betrifft dies einen vermehrten Aufenthalt außerhalb der Stadt.
- Veränderungen gab es ferner im Nahbereich – im eigenen Wohnquartier oder Stadtteil; jeweils rund neun von zehn Car-Sharing-Teilnehmern, die hier bei sich Änderungen bei der Aufenthaltshäufigkeit sehen, halten sich nun *eher mehr* dort auf (86 bzw. 88 %). Die Aufenthaltshäufigkeit in anderen Stadtteilen ist demgegenüber tendenziell zurückgegangen; 56 % geben an, sich dort *eher weniger* aufzuhalten.
- Der *Nahbereich*, das *eigene Wohnquartier*, der *eigene Stadtteil* kann wiederum als Gewinner dieser Umstellung der Mobilitätsgewohnheiten gelten, da hier vor allem die regelmäßig anfallenden Mobilitätsanlässe – wie etwa der tägliche Einkauf – eine Rolle spielen, während nach *außerhalb der Stadt* eher sporadisch anfallende Fahrten gehen wie Wochenendfahrten (88 % nach außerhalb der Stadt) oder Verwandtenbesuche.
- Im Vergleich zu 1996 hat der Anteil der Aufenthalte *außerhalb der Stadt* in der Tendenz zugenommen: 59 % geben an, sich dort *eher mehr* aufzuhalten (1996: 49 % *eher mehr*).

20 Car-Sharing-Informationsquellen: Die Werbewirkung steigt – das Internet gewinnt an Bedeutung

Wichtigste Informationsquellen zu Car-Sharing im Vergleich: „Wodurch ist man auf Car-Sharing aufmerksam geworden?“

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer; n = 700 / 1996: n = 596; Mehrfachnennungen möglich

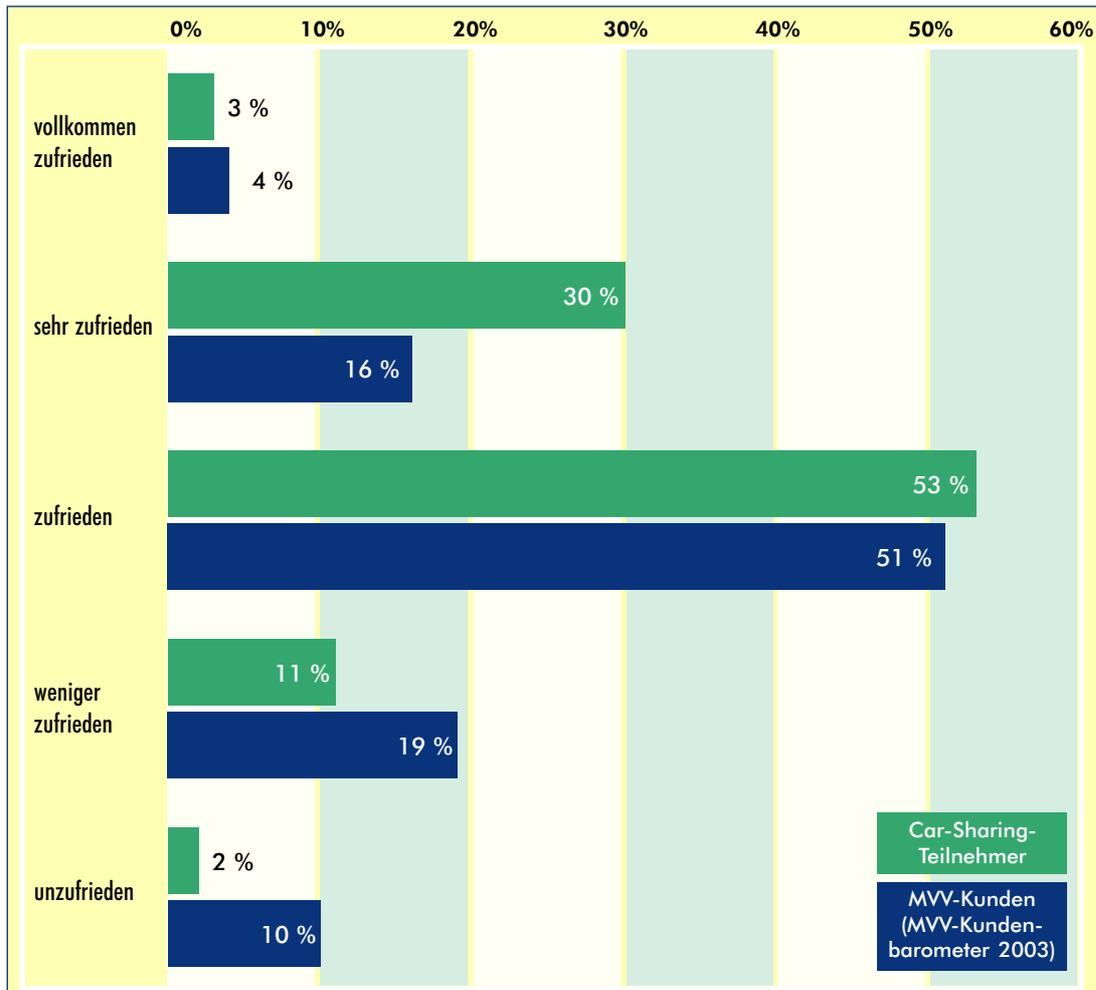


- Mundpropaganda und klassische Werbung haben hinsichtlich ihrer Kommunikationswirkung nach wie vor die größte Bedeutung – mit zunehmender Tendenz. Der gemeinsam mit Stattauto München produzierte Car-Sharing- und MVV-Abo-Informationsprospekt sowie die – von den befragten Teilnehmern erstmals explizit genannte – Werbung auf den Fahrzeugen entfalten erfreulicherweise eine zunehmende Wirkung. Bei der Werbung auf den Fahrzeugen ist dies natürlich vor allem auch auf die zunehmende Zahl der Stattauto-Fahrzeuge zurückzuführen.
- Die Presseberichterstattung wird dagegen deutlich weniger häufig genannt als noch 1996; möglicherweise hat Car-Sharing nicht mehr den Neuigkeitswert wie 1996, so dass entsprechende Berichterstattung entweder weniger Beachtung findet oder weniger stattfindet.
- Das Internet als Informationsquelle weist dagegen ebenfalls eine stark zunehmende Tendenz auf, wie die Darstellung in Abhängigkeit vom Car-Sharing-Eintrittsjahr deutlich zeigt; im Jahr 1996 spielte es noch keine Rolle.

Car-Sharing-Teilnehmer sind zufriedene MVV-Kunden

Gesamtzufriedenheit der Car-Sharing-Teilnehmer mit MVV-Leistungen insgesamt im Vergleich zur Gesamtzufriedenheit der MVV-Kunden insgesamt

Basis: Car-Sharing-Teilnehmer, n = 700;
MVV-Kunden (MVV-Kundenbarometer 2003); n = 4.000



- Es zeigt sich, dass die Gesamtzufriedenheit der Car-Sharing-Kunden mit den MVV-Leistungen insgesamt noch deutlich über der Gesamtzufriedenheit der MVV-Kunden insgesamt (gemäß MVV-Kundenbarometer 2003) liegt.
- Fast doppelt so viele Car-Sharing-Teilnehmer wie MVV-Kunden insgesamt sind *sehr zufrieden* mit den MVV-Leistungen (30 % gegenüber 16 %) und deutlich weniger Car-Sharing-Teilnehmer sind weniger zufrieden oder unzufrieden mit den MVV-Leistungen (13 % gegenüber 29 %). Auch anhand der durchschnittlichen Kundenzufriedenheit von 2,77 bei den Car-Sharing-Teilnehmern im Vergleich zu 3,14 bei den MVV-Kunden insgesamt wird dies sehr deutlich.
- Das Ergebnis unterstreicht, dass es sich bei den Car-Sharing-Teilnehmern um eine MVV-Klientel handelt, die mit dem Angebot überdurchschnittlich zufrieden ist, die auch wohl in Gebieten wohnt, die besonders gut an den ÖPNV angebunden sind, so dass sie das mit Car-Sharing kombinierte und/oder ergänzte MVV-Angebot optimal nutzen können.

Aus den Untersuchungsbefunden im Vergleich mit den Ergebnissen der ersten Untersuchung von 1996 wird deutlich, dass sich die seitdem eingegangene Marketing-Kooperation des MVV mit Stattauto München bewährt hat:

- Das Ziel einer erhöhten MVV-Kundenbindung wurde realisiert; die Nachfrage nach den MVV-Abonnement-Zeitkarten wurde tendenziell stimuliert. Etwa ein Drittel der MVV-Abonnenten unter den Car-Sharing-Teilnehmern hat sich das MVV-Abo gezielt zugelegt, um in den Genuss der Vorzugskonditionen zu kommen.
- Dieser Effekt hat eine steigende Tendenz: Eine zunehmende MVV-Abo-Nachfrage wegen der günstigeren Car-Sharing-Konditionen ist vermehrt bei den Car-Sharing-Neueinsteigern zu verzeichnen.
- Car-Sharing führt tendenziell zu mehr Nachfrage beim MVV und zu weniger Pkw-Verkehr, beeinflusst den Modal-Split also zu Gunsten des ÖPNV.
- Im Unterschied zu 1996 kommt die MVV-Mehrnachfrage von den (alten und neuen) MVV-Abonnenten, den Pkw-Abschaffern und vor allem von den Car-Sharing-Neueinsteigern.
- Verglichen mit 1996 ist der MVV-Umsatz, den die Car-Sharing-Kunden bzw. deren Haushalte bringen, real gestiegen.
- Car-Sharing- und MVV-Nutzung ergänzen sich; die MVV-Mehrnachfrage – vor allem im Freizeitverkehr – erfolgt nicht in den Verkehrsspitzenzeiten. Car-Sharing funktioniert im Verbund mit dem MVV nach wie vor ohne Einbußen bei der persönlichen Alltags-Mobilität.
- „Gewinner“ der Mobilitätsumstellung der Car-Sharing-Teilnehmer ist nach wie vor der Nahbereich, das eigene Wohnquartier, der eigene Stadtteil, die durch die erfolgte Mobilitätsumstellung und die entsprechend geänderte Nachfrage in der Tendenz aufgewertet werden.

Vor dem Hintergrund der für den ÖPNV und für das Car-Sharing so positiven Ergebnisse, Erfahrungen und Effekte der Marketing-Kooperation mit der Car-Sharing-Organisation Stattauto München kann eine Fortsetzung und weitere Intensivierung der Zusammenarbeit aus Sicht des MVV nur begrüßt werden.



**Münchner Verkehrs-
und Tarifverbund GmbH**

Thierschstraße 2
80538 München

Telefon (089) 2 10 33-0
Telefax (089) 2 10 33-282
www.mvv-muenchen.de