

Die Share Economy und der Verkehr in der Schweiz

Dr. Jörg Beckmann, Alain Brügger und Julia Zosso, Mobilitätsakademie
Bern, Februar 2015

Einleitung: die Entstehung einer neuen Mobilitätswelt

Die Erfolgsgeschichte des Autoteilens oder Carsharings¹ markiert derzeit wie kaum eine andere Verkehrsinnovation der vergangenen Jahre die Entstehung einer neuen Mobilitätswelt – der „kollaborativen Mobilität“ (Beckmann & Brügger, 2013). Im Zentrum der „Ko-Mobilität“² steht die Abkehr vom strukturbildenden sozio-kulturellen Unterbau des bisherigen Individualverkehrs, d.h. dem privaten Besitz eines Mobilitätswerkzeuges für den ausschliesslichen Eigengebrauch. An seine Stelle treten unter dem Motto „Nutzen statt Besitzen“ neue Formen der **gemeinschaftlichen Nutzung von Fahrzeugen, Fahrten und Infrastrukturen**, in deren Mittelpunkt nunmehr der „Zugang“ zu einem Mobilitätswerkzeug steht und nicht länger sein Eigentum (Rifkin, 2007).

Die Trendentwicklungen deuten weltweit auf das Etablieren eines neuen Mobilitätsparadigmas hin (ifmo, 2013), auch wenn die Entwicklungsgeschwindigkeit vielfach überschätzt und die Sharing-Bewegung insbesondere angesichts der gegenwärtigen Nutzungszahlen im Mobilitätssektor zu einem überzogenen „medialen Artefakt“ hochgejubelt wird. Angesichts dieser öffentlichen Überhöhung sollte man jedoch nicht den Fehler begehen, die langfristigen Effekte dieses neuen Mobilitätshandelns von vornherein zu unterschätzen.

In ähnlicher Form wie sich die Ko-Mobilität vom Dreh- und Angelpunkt des klassischen IV, dem eigenen Privatwagen, ablöst, grenzt sie sich auch vom herkömmlichen ÖV ab: Weder wird hier eine Verkehrsdienstleistung von der öffentlichen Hand erbracht, noch ist sie öffentlich zugänglich. Anders als beispielsweise bei städtischen Verkehrsbetrieben tritt hier kein (halb-)öffentlicher Verkehrsgrossanbieter auf, der seine Leistung im öffentlichen Auftrag einem Verkehrsnutzer anbietet. Zudem ist diese Leistung auch nicht öffentlich zugänglich, sondern kann eben nur direkt bei einem privaten Anbieter entweder im Peer-to-Peer (P2P)- oder Business-to-Customer (B2C)-Format nachgefragt werden. Der kollaborative Verkehr deckt damit quasi zwei neue Verkehrsmärkte ab, die in der „alten“ Mobilitätswelt vom jeweils klassischen öffentlichen und privaten Verkehr nicht bedient wurden und eher als Widerspruch in sich angesehen werden mussten: der öffentliche Individualtransport bzw. der private Kollektivtransport. Nicht nur sind die Grenzen zwischen diesen beiden neuen Verkehrsmärkten fließend, sondern mit ihrer Entstehung fällt auch der „eiserne Vorhang“ zwischen IV und ÖV.

Mit dieser jeweils klaren Abgrenzung gegenüber den klassischen „Blockmächten“ im Verkehrswesen – dem privaten Individualverkehr auf der einen und dem öffentlichen kollektiven Verkehr auf der anderen Seite – entsteht mit dem kollaborativen Verkehr bzw. der kollaborativen Mobilität heute

¹ So wird beispielsweise von Roland Berger ein jährliches Marktwachstum von 35 % für Carpooling, 30 % für Carsharing, 20 % für Bikesharing und 25 % für Shared Parking vorausgesagt (Freese & Schönberg, 2014).

² Der Begriff der „kollaborativen Mobilität“ geht zurück auf jenen des kollaborativen Konsums (engl.: collaborative consumption). In (Botsman & Rogers, 2011) wird das Konzept des Ko-Konsums erstmals umfassend dargelegt und die damals junge Share Economy in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses gerückt.

etwas gänzlich Neues, das die etablierten Verkehrsanbieter auf beiden Seiten vor grosse Herausforderungen stellt und den kommenden Generationen von Verkehrsnutzern neue Mobilitätschancen eröffnet.

Mit dem Einzug der „Share Economy“ in den Verkehr werden Anbieter, Nutzer, Planer und Politiker gleichermaßen eingeladen, sich von tradierten Vorstellungen der Verkehrsabwicklung zu lösen und nach neuen Wegen in Richtung eines nachhaltigen Gesamtverkehrssystems zu suchen. *Wo liegen die neuen Chancen und Risiken der kollaborativen Mobilität sowohl nutzer- als auch anbieterseitig und welche verkehrssystemischen Auswirkungen erwachsen aus ihr?*

„Was bisher geschah“: Start-Ups, die die Welt verändern (wollen)

Galt vor 20 Jahren das „Nutzen statt Besitzen“ noch als Kampfansage autoteilender „Graswurzel“-Bewegungen ans automobile Establishment und den dominanten privaten MIV, so haben sich unter dem gleichen Motto mittlerweile eine Vielzahl von **Carsharing**-Unternehmen und -Geschäftsmodellen in den jeweiligen lokalen, nationalen oder europäischen Märkten etabliert³. Grob lassen sich drei Hauptarten von Anbietern unterscheiden:

1. Klassische Carsharing-Unternehmen, die ähnlich wie Mobility in der Schweiz ihren Kunden, Mitgliedern oder Genossenschaftlern zur Kurzzeitnutzung eine eigene Fahrzeugflotte anbieten.
2. Etablierte Mobilitätsanbieter, von Automobilherstellern über Autovermieter bis hin zu Bus- und Bahnunternehmungen, die in Ergänzung zu ihrem jeweiligen Kerngeschäft das Carsharing in ihr Portfolio aufgenommen haben.
3. Start-Ups aus der Share Economy und der Internetbranche, die üblicherweise keine eigene Flotte betreiben, sondern ein P2P-Carsharing über ein eigenes Portal anbieten und nicht selten über Risiko-Kapital bzw. Beteiligungen aus der IT- oder Verkehrswirtschaft finanziert werden.

Es sind dabei insbesondere die etablierten Automobilhersteller, die sich in den letzten Jahren mit wachsendem Engagement auf den Carsharing-Markt konzentriert haben. Es gibt heute nahezu keinen Automobilhersteller mehr, der kein Carsharing-Programm im Angebot hat, auch wenn diese nicht auf jedem nationalen Markt etabliert werden. Im Zuge der Transformation vom Automobilhersteller zum Mobilitätsdienstleister entstehen neue Mobilitätsportale wie moovel (Daimler) oder Multicity (Citroen), die die Sichtbarkeit innovativer Sharing-Angebote deutlich erhöhen und die routinierte Einbindung in die Alltagsmobilität vieler Stadtbewohner ermöglichen. Die Automobilindustrie (original equipment manufacturer (OEM)) folgt damit den Pionieren im Carsharing wie dem Schweizer Branchenprimus Mobility, der mittlerweile weit über 100'000 Nutzern in der Schweiz seine Fahrzeuge stationsgebunden und neuerdings auch -ungebunden anbietet (Mobility, 2014). Etablierte Carsharing-Unternehmen und Automobilkonzerne gleichermaßen, reagieren damit auf den Innovationsdruck zahlloser Start-Ups aus der Internetbranche, die sich insbesondere den „Mobility Space“ als jenen Teil der Share Economy herausgesucht haben, um über die Lancierung von neuen Portalen und Apps zum P2P-Carsharing oder Ridesharing Rendite zu erwirtschaften.

³ Insbesondere beim Car- und Bikesharing sind Systeme oft regional und führen zu hohen Zahlen unterschiedlicher Systeme in gewissen Ländern, so gab es 2012 beispielsweise 130 Carsharing Anbieter in Deutschland (Frost & Sullivan, 2012).

Anders als beim B2C-Autoteilen ist beim P2P-Autoteilen das Fahrzeug anbieterseitig nach wie vor in privatem Besitz. Der Anbieter hält hier aus unterschiedlichen Gründen am Privatbesitz des Fahrzeugs fest, sucht aber gleichzeitig nach Möglichkeiten, die fixen Kosten für den Unterhalt über ein Mietgeschäft zu minimieren. Das Motiv ist dabei nicht die Abschaffung des eigenen Wagens und der damit einhergehende oder zumindest als solcher wahrgenommene Autonomieverlust, sondern die Einsicht, nicht ständig den Produktnutzen vorhalten zu müssen, ohne ihn tatsächlich in Anspruch zu nehmen (Gossen, 2012).

Dieses Motiv passt dabei bestens in die Wertewelt einer jungen urbanen Generation, die sich zunehmend von den Werteverprechen einer traditionellen besitzorientierten Automobilität verabschiedet hat und als „Digital Natives“ gewohnt ist, in Flat-Rate-Dimensionen zu denken: wozu braucht es noch „Meins“, wenn „Deins“ gegen eine Nutzungsgebühr doch nur ein „Klick“ entfernt ist (Frankfurter Zukunftsinstitut, 2014). Welches gewaltige Potenzial hinter der Aktivierung privater Fahrzeugkapazitäten steckt, zeigt ein Blick auf die momentanen Effizienz- und Kapazitätswerte im MIV: In der Schweiz liegt die tägliche Nutzung privater Personenwagen bei etwa einer Stunde, 23 Stunden ist das Fahr- ein Stehzeug, mit entsprechendem Flächenbedarf. Wird es im Berufsverkehr genutzt, bleiben heute rund drei Viertel der Beförderungskapazität ungenutzt. Etwa 600.000 Sitzplätzen im ÖV stehen knapp 24 Mio. Sitzplätze im MIV gegenüber (VöV Verband öffentlicher Verkehr, 2010). Intelligent organisiert, könnte also sehr schnell ein „Schatten-ÖV“ entstehen, der selbst bei geringen Partizipationsraten schon relevante Verkehrsleistungen übernehmen kann.

Mit Blick auf derartige sozio-demographische Umwälzungen in den Agglomerationen der Industriestaaten, ist es dann auch nur natürlich, dass die Welt der kollaborativen Mobilität und der Share Economy nicht beim Carsharing und -pooling endet, sondern vielmehr die gesamte alte Verkehrswelt erfasst. Eindrucksvolle Indizien für diese disruptive Entwicklung finden sich auch beim **Bikesharing**, einem anderen wichtigen Teilmarkt der Ko-Mobilität: Seit dem Jahr 2000 ist die weltweite Anzahl der Fahrradverleihsysteme exponentiell auf rund 800 gestiegen (Larsen, 2013; Meddin, 2014). Die meisten dieser Systeme gehören dabei nicht zum Kerngeschäft der jeweiligen Betreiber und werden mit unterschiedlichen Erfolgen über öffentliche Investitionen sowie Einnahmen aus Werbung und Verleih finanziert. Ein Grossteil der Verleihsysteme ist eingebunden in ein stadtverkehrspolitisches Konzept, mit dem Ziel, einerseits dem ÖV Neukunden auf der letzten Meile und an den Rändern der Stadt zu verschaffen und ihn andererseits in den Innenstädten zu entlasten (Shaheen, 2014).

Ähnlich viel (politische) Aufmerksamkeit wie die auch in der Schweiz bereits realisierten oder noch auszuschreibenden Veloverleihsysteme, haben die neuen **Shared Parking**-Portale erhalten. Nach den Publikumserfolgen von „Just Park“ oder „park2gether“ hat sich schweizweit das mit deutschem Risikokapital finanzierte Start-Up „parku“ etabliert. Gleichzeitig stösst das Geschäftsmodell rund um die Parkplatzvermietung von privat zu privat bei Stadtpolitikern auf Kritik und wirft Fragen hinsichtlich seiner verkehrlichen Wirkung auf. Bieten „parku“ und andere Portale die Chance zu einem effizienteren Umgang mit vorhandenen Infrastrukturen für den ruhenden Verkehr? Entlasten sie die Kernstädte vom Parksuchverkehr sowie die öffentlichen Kassen von weiteren Parkraumplanungen? Oder machen sie die Autonutzung im urbanen Raum wieder attraktiver und generieren sogar MIV-Neuverkehr in den Innenstädten (Tagesanzeiger Zürich, 2013)?

Transaktionskosten für die Inanspruchnahme bestimmter Dienstleistungen gering zu halten und nicht zwingend darum, weniger Verkehr zu erzeugen oder gar Mobilität zu vermeiden. Grundsätzlich gilt hier letztlich das, was für sämtliche soziale und technische Innovationen der Moderne an sich gilt, dass sie eben nicht dazu geboren wurden weniger, sondern mehr soziale, physische oder virtuelle Kontakte und damit mehr Mobilität zu ermöglichen (Ohnmacht, 2009) - auch wenn renommierte Zukunftsforscher aus dem Trend zum kollaborativen Konsum einen fundamentalen Kapitalismuswandel ableiten (Rifkin, 2014). Die Frage, die es dann aus genau diesem Grund zu beantworten gilt, ist keine Grundsatzfrage, sondern jene nach der nachhaltigen Ausgestaltung dieser Innovationen, also nach dem ordnungspolitischen Rahmen und den planerischen Leitlinien, damit mehr Mobilität mit weniger Verkehr möglich wird.

Die Schweiz als first mover und Treiber der Ko-Mobilität?

Getrieben von den enormen technischen Fortschritten bei und der weltweiten Diffusion von Internet- und Smartphone-Applikationen entstehen auf sämtlichen dieser Teilmärkte der kollaborativen Mobilität heute attraktive Personen- und Güterverkehrsangebote jenseits der grosstechnischen Systeme des klassischen MIV und des kollektiven, schienen- oder strassengebundenen Verkehrs. Allen gemeinsam ist, dass Menschen oder Organisationen ihre Fahrten, Fahrzeuge oder Infrastrukturen nun untereinander teilen – und das auch in der Schweiz.

Die Symbiose von Car- und Ridesharing wie beispielsweise im Falle von BMW DriveNow und Flinc (DriveNow, 2012), die Integration von unterschiedlichen KoMo-Diensten, wie im Falle moovel, die brancheninternen „Merger“ wie jüngst jene der privaten Carsharer Nachbarschaftsauto und Autonetzer (Autonetzer, 2014) in Deutschland, der Auftritt des ADAC (ADAC, 2011), der mit einer Mitfahrbörse versucht Mitglieder zu binden und als Konsumentenschutzorganisation nun beginnt Carsharer zu bewerten und zu vergleichen, der Kampf um die europäische Markführerschaft zwischen Carpooling.com und BlaBlaCar, die gemeinsam jeden Monat über 2 Mio. Mitfahrten realisieren (Gründerfreunde, 2014; carpooling.com GmbH, 2014), die zahllosen gerichtlichen Auseinandersetzungen zwischen UBER und dem Taxigewerbe oder dem deutschen Bundesverband für Casharing und den privaten Autoteilern (Schultz, 2014), das Rennen von über einem Dutzend Carsharing-Anbietern in Berlin um neue Kunden (Harder, 2014), das Engagement der Deutsche Bahn AG und anderer öffentlicher Verkehrsunternehmen in zahllosen KoMo-Grossprojekten und letztlich das grosse Medieninteresse an diesen Transformationen in der Verkehrsbranche zeigen deutlich, mit welcher Dynamik sich die kollaborative Mobilität ihren Weg in Europa bahnt.

Ogleich diese Umwälzungen auf dem europäischen Verkehrsmarkt die Schweizer Verkehrswirtschaft, -forschung und -politik auf ihren „Grossbaustellen“ bislang nur bedingt berührt haben, bieten sich der Ko-Mobilität hierzulande Rahmenbedingungen, welche in den vergangenen zwei Jahren zu analogen Marktentwicklungen geführt haben – gleichwohl in deutlich begrenzterem Massstab. Folgende Merkmale kennzeichnen den **Stand der Ko-Mobilität in der Schweiz**:

Mobility gilt dank seiner nationalen Marktdurchdringung weltweit als erfolgreichstes Casharing-Unternehmen. Sowohl die operative Vernetzung mit öffentlichen Verkehrsanbietern und weiteren Business-to-Business (B2B)-Partnern als auch die politische Positionierung innerhalb der Schweizer Kommunen haben Mobility zu einem zentralen Baustein im nationalen Gesamtverkehrssystem der Schweiz werden lassen. Die Einführung eines Free-Floating-Systems in Basel im Sommer 2014 verdeutlichen, dass auch ein etablierter Carsharer mit Geschäftsmodellinnovationen seinen Weg in den wachsenden Ko-Mobilitätsmarkt sucht.

Ebenso aussagekräftig für diesen Innovationsprozess ist das Engagement von Mobility bei der von **m-way** gegründeten Firma **Sharoo**. Gemeinsam mit der Migros und **Mobiljar** haben m-way und Mobility 2014 diese P2P-Carsharing Plattform lanciert. Weitere Unternehmen nutzen die Plattform als „White Label Product“ für ihre eigenen Casharing-Dienste, wie beispielsweise die Energie Wasser Bern (ewb).

Die **Schweizerische Post** ist mit ihren Töchtern **Mobility Solutions** und **Postauto** bemüht, sich mit eigenen KoMo-Produkten und -Diensten am Schweizer Markt zu etablieren. Neben dem eShare-Projekt, welches in erster Linie postintern ein Erfolg ist, wurde 2013 sowohl das „MoS Move-Centre“ als betriebliches Ridesharing-Programm, im Rahmen einer B2B-Partnerschaft mit der deutschen Mitfahrbörse „flinc“, gestartet, als auch ein Rideshare-Pilot in der Gemeinde Blauen in Ergänzung zum dortigen Postbus-Angebot realisiert. Hinzu kommt das Engagement der Post auf dem Bikesharing-Markt über **PubliBike**.

Auch der **Touring Club Schweiz** sucht nach neuen Möglichkeiten auf dem Ko-Mobilitätsmarkt Mehrwerte für seine Mitglieder zu generieren. Beispiele hierfür sind einerseits die Partnerschaft mit der regionalen Mitfahrbörse Tooxme im Raum Lausanne aus den Jahren 2012 und 2013, sowie jene mit dem P2P-Carsharing-Projekt „Cartribe“. Der TCS folgt damit den Beispielen anderer Auto- bzw. Mobilitätsclubs in Europa wie dem ADAC, der seinen Mitgliedern eine Mitfahrbörse bietet, oder den belgischen, niederländischen und luxemburgischen Clubs, die jeweils auf unterschiedliche Formen des Carsharings setzen.

Auch die **Schweizer Bundesbahnen SBB** fokussieren sich insbesondere mit ihrer Organisationseinheit SBB Digital in Ergänzung zu ihrem Kerngeschäft auf Ko-Mobilitätslösungen, sowohl im Personen als auch Warenverkehr. Beispiele sind hier begrenzte Engagements bei dem ehemaligen Shared Parking Anbieter „parkit“, dem Aufbau eines intermodalen Routenplaners nach dem Vorbild von moovel, genannt „**gthere**“, oder die Erprobung der „**good-box**“ an einigen Bahnhöfen.

Mit der Geschäftsaufgabe von parkit wird der Markt für **Shared Parking** in der Schweiz in erster Linie von **parku** bestellt – obgleich noch andere, ältere Start-Ups, wie z.B. „sharedparking.ch“ versuchen, ebenfalls auf diesem Markt Fuss zu fassen. Gerade in diesem Teilmarkt der Ko-Mobilität verlaufen die gegenwärtigen Debatten um die Verkehrsauswirkungen besonders intensiv, wie das Beispiel Zürich zeigt.

All diese Akteure und Entwicklungen werden seit 2012 von der **Mobilitätsakademie** auf dem Portal **wocomoco.ch** zusammengeführt. Der „World Collaborative Mobility Congress“ ist in den ersten zwei Jahren zumindest zum europäischen Branchentreff der Ko-Mobilisten geworden. Parallel zu wocomoco führt die Mobilitätsakademie das von EnergieSchweiz geförderte Demonstrationsprojekt „**Caki-Bike**“ zum Teilen von Elektrolastenvelos in der Stadt Bern durch und ergänzt damit die diversen lokalen Aktivitäten zum Bikesharing, von dem Nextbike-System in Luzern, über Velospot in Biel bis hin zum vormals genannten PubliBike.

Der Stand der Ko-Mobilität in der Schweiz verdeutlicht einerseits, wie sehr die hiesige Marktentwicklung durch die etablierten Mobilitätsanbieter (und anders als in Deutschland unter weitestgehendem Ausschluss der OEMs) gekennzeichnet ist und andererseits, dass sich die gegenwärtigen KoMo-Angebote sehr eng an den klassischen ÖV anbinden. Dennoch entsteht auch in der Schweiz mit der Ko-Mobilität eine neue (städtische) Verkehrswelt, in der die alten Grenzen zwischen IV und ÖV unwiderruflich aufgebrochen werden und stadtverkehrsplanerische und -politische Regulationsregime vor gänzlich neuen Herausforderungen stehen.