

16.09.2015 – 08:05 Uhr

Alternative Mobilitätskonzepte: Deutschland und China im Vergleich / Die neue Mobilität hat in China disruptives Potenzial

Zürich (ots) -

- Alternative Mobilitätskonzepte sind in Deutschland bereits etabliert, stecken aber in China noch in den Kinderschuhen
- Sechs Prozent der deutschen und elf Prozent der chinesischen Autobesitzer können sich vorstellen, auf ein eigenes Auto zu verzichten
- Typische Schwellenlandprobleme, hohe Technikaffinität und die Erfahrungen des Westens könnten neuen Mobilitätskonzepten in China zu rasantem Wachstum verhelfen

Die massiven Verkehrs- und Umweltprobleme in den urbanen Regionen der Schwellenländer werden die Mobilität dort rapide verändern. Dies zeigt die aktuelle Studie "Alternative Mobilitätskonzepte: Deutschland und China im Vergleich" der internationalen Managementberatung Bain & Company.

Weltweit gewinnen alternative Mobilitätsangebote wie Carsharing, Vermietung und integrierte Mobilitätsplattformen an Bedeutung. Anbieter sind sowohl reine Carsharing-Unternehmen und unabhängige Start-ups als auch die etablierten Automobilhersteller und Autoverleiher. In China investieren die Internetriesen Alibaba und Tencent zwei Milliarden US-Dollar in ein System zur Bestellung von Taxis und zur Vereinbarung von Mitfahrgelegenheiten. Die Konkurrenz wird vom US-amerikanischen Fahrdiensteanbieter Uber und dem chinesischen Suchmaschinenbetreiber Baidu finanziert.

In Deutschland ist vor allem Carsharing auf dem Vormarsch. In den letzten fünf Jahren wuchs die Zahl der Carsharing-Fahrzeuge pro Jahr um durchschnittlich 28 Prozent auf heute 9.000. Die Fahrberechtigten nahmen sogar um 44 Prozent zu - auf erstmals mehr als eine Million. In China indes gibt es bislang kaum Carsharing. Der größte Anbieter des Landes, Yi Dian Zuche, betreibt 1.000 Autos in zehn Städten und verzeichnet 280.000 registrierte Nutzer. In der gesamten Volksrepublik sind derzeit knapp 5.000 Carsharing-Fahrzeuge im Einsatz und mit 336.000 registrierten Nutzern.

Autofahrer sind offen für Carsharing

Im Rahmen der Studie hat Bain Fahrzeugbesitzer und potenzielle Autokäufer in Deutschland und China zu ihren Vorstellungen und Bedürfnissen hinsichtlich ihrer künftigen Mobilität befragt. Dabei zeigt sich: In beiden Ländern sind heutige Autokäufer, aber auch die der Zukunft prinzipiell offen für neue Mobilitätslösungen. Deutlich mehr als die Hälfte aller Befragten möchte für die städtische Mobilität in den nächsten drei Jahren intensiv öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Knapp 40 Prozent wollen außerdem auf Carsharing-Angebote zurückgreifen.

In Deutschland zählen Flexibilität, Schnelligkeit und Komfort zu den wichtigsten Anforderungen an Mobilität. In China dagegen hat Sicherheit oberste Priorität. Effizienz und Wirtschaftlichkeit spielen in beiden Ländern nur eine untergeordnete Rolle.

Carsharing könnte bis zu 30 Prozent der Chinesen überzeugen

Hierzulande werden die neuen Mobilitätsangebote heute meist ergänzend zum eigenen Auto und zu anderen Verkehrsmitteln genutzt. Im Bain-Basiszenario, das nahezu dem heutigen Status-quo entspricht, würden nur sechs Prozent der deutschen Fahrzeugbesitzer in urbanen Regionen das eigene Auto zugunsten eines guten Carsharing-Angebots aufgeben. Bei einer massiven Verschärfung bestimmter Einflussfaktoren könnte die Bereitschaft zum Verzicht allerdings auf bis zu 22 Prozent ansteigen. Solche Faktoren sind zum Beispiel ein Treibstoffpreis von 2,50 Euro pro Liter, Autobahngebühren von 100 Euro im Jahr oder innerstädtische Einfahrtsgebühren bei einer gleichzeitig deutlichen Verbesserung und Verbilligung der alternativen Mobilitätsangebote.

Ausgeprägter ist die Affinität zu neuen Mobilitätsdienstleistungen in China. Elf Prozent der dortigen Fahrzeugbesitzer würden bei einem guten Carsharing-Angebot auf ihr Auto verzichten. Staus und steigende Treibstoffkosten sind die größten Probleme in China. Sollten sich diese weiter verschärfen, wären bis zu 30 Prozent der Chinesen prinzipiell bereit, vom eigenen Auto Abstand zu nehmen. "Die schon heute große Offenheit

für neue Mobilitätskonzepte in China - auch im Vergleich zu etablierten Märkten wie Deutschland - ist bemerkenswert", betont Dr. Klaus Stricker, Partner bei Bain & Company und Leiter der globalen Automobilpraxisgruppe.

China wird sich schneller entwickeln als Deutschland

Dass China für Carsharing derart aufgeschlossen ist, liegt an einer Reihe schwellenlandspezifischer Aspekte. Sie begünstigen das weitere Wachstum alternativer Mobilitätskonzepte:

- Die zunehmende Urbanisierung führt zu immer größeren Städten, längeren Wegen und mehr Autos.
- Staus, schlechte Verkehrssicherheit und der Mangel an bezahlbaren Parkplätzen beeinträchtigen das Autofahren erheblich.
- Das hohe Maß an Luftverschmutzung lässt die Fahrzeugbesitzer auch die Rolle des Autos hinterfragen und macht alternative Lösungen interessanter.
- Massive Investitionen in den öffentlichen Nahverkehr schaffen Mobilitätsalternativen.
- Die Nutzung mobiler Anwendungen, mit denen Mobilität geplant, gebucht und verbessert werden kann, wächst rapide.

"In China kommen zwei Dinge zusammen: zum einen die hohe Wechselbereitschaft, sprich: weg vom eigenen Auto, zum anderen eine Gesamtsituation, die neue Mobilitätslösungen fördert", so Stricker. "Dies ist die Chance für disruptive Veränderungen." Sollten sich die Bedingungen in China weiter verschlechtern, würde dies auch weitreichende Auswirkungen auf den Neuwagenabsatz haben. Nicht umsonst will Daimler seinen Carsharing-Anbieter car2go auch in China etablieren.

Einen Fuß im chinesischen Carsharing-Markt zu haben, könnte bald von größtem Wert sein. Denn die Entwicklung hin zum Massenmarkt wird in der Volksrepublik voraussichtlich deutlich schneller vonstattengehen als in Deutschland. "Hierzulande haben Internet und Smartphones das Carsharing erst attraktiv gemacht", erklärt Stricker. "Die chinesischen Anbieter fangen jedoch nicht bei null an, sie können die Markterfahrung aus dem Westen für sich nutzen."

Bain & Company

Bain & Company ist eine der weltweit führenden Managementberatungen. Wir unterstützen Unternehmen bei wichtigen Entscheidungen zu Strategie, Operations, Technologie, Organisation, Private Equity und M&A - und das industrie- wie länderübergreifend. Gemeinsam mit seinen Kunden arbeitet Bain darauf hin, klare Wettbewerbsvorteile zu erzielen und damit den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Im Zentrum der ergebnisorientierten Beratung stehen das Kerngeschäft des Kunden und Strategien, aus einem starken Kern heraus neue Wachstumsfelder zu erschließen. Seit unserer Gründung im Jahr 1973 lassen wir uns an den Ergebnissen unserer Beratungsarbeit messen. Bain unterhält 51 Büros in 33 Ländern und beschäftigt weltweit 6.000 Mitarbeiter, 700 davon im deutschsprachigen Raum. Weiteres zu Bain unter: www.bain.de.

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik, Bain & Company Germany, Inc., Karlspatz 1,
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com, Tel.: +49 (0)89 5123 1246,
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100777811> abgerufen werden.