

Was vor uns liegt: Die Zukunft der Mobilität

avis budget group



Inhalt

- 1 Einleitung
- 2 Wie sieht Mobilität momentan aus?
- 3 Was wollen die Verbraucher?
- 4 Was wollen Geschäftsreisende?
- 5 Die Lücke schließen
- 6 Was macht die Avis Budget Group



Keith Rankin,
President International,
Avis Budget Group

Wir sind froh, dass Sie zuhören.....

Wer einen Eindruck davon gewinnen möchte, wie die Mobilität in Zukunft aussehen wird, für den sind die Städte in Europa ein guter Ausgangspunkt. Von Mailand bis London und von Paris bis Oslo findet eine allmähliche Mobilitätsrevolution statt: Viele Städte verfügen heute über autofreie Zonen, Emissionsladezonen und Testzonen mit selbstfahrenden Fahrzeugen. Carsharing, Bikesharing und Rollersharing werden allgegenwärtig, und viele Menschen in den Städten – darunter Familien, Alleinreisende und Pendler – fragen sich, ob ihr nächstes Auto vielleicht überhaupt kein Auto sein wird.

Allerdings führen die Stadtbewohner hier einen Trend an. Die meisten haben schon seit längerem die Möglichkeit, auch ohne Auto voranzukommen – in Form von Zügen, U-Bahnen, Taxis und Bussen. Was sich jedoch geändert hat, ist, dass die Innenstädte nicht mehr als Ausnahmen von der Autobesitzerregel angesehen werden, sondern als Vorboten einer Zukunft, in der der private Autobesitz nicht mehr die Norm ist.

Hier bei der Avis Budget Group sehen wir uns als Teil dieser Zukunft. Im Durchschnitt mietet jemand im Sekundentakt ein Fahrzeug von einer der Marken der Avis Budget Group. Wir sehen, dass sich die Erwartungen der Kunden an das Auto rasant ändern und dass neue Technologien das Verhältnis der Menschen zur Mobilität ändern – sowohl, was ihren Zugang zum Transportwesen betrifft, als auch die Organisation ihrer Fahrten.

Dieser Bericht untersucht, wie sich die Mobilitätslandschaft verändert, wie sie wahrscheinlich in Zukunft aussehen wird und vor allem, wie die Menschen in verschiedenen Ländern zu diesen Veränderungen stehen. Wir haben in 16 Ländern Europas und Asiens Untersuchungen durchgeführt. Dabei wollten wir sehen, wie die Menschen sich momentan von Punkt A zu Punkt B fortbewegen und was ihre diesbezüglichen Einstellungen und Neigungen sind. Außerdem wollten wir wissen, wie sie die neuen Technologien beurteilen, die ihre Mobilität in der nahen Zukunft beeinflussen werden.

Eine grundlegende Veränderung unserer Mobilität

Die Art und Weise, wie die jüngeren Generationen leben und sich fortbewegen, unterscheidet sich oft sehr stark von der Generation ihrer Eltern. Denn Aspekte wie die Umwelt und eine kluge Infrastruktur gewinnen immer mehr an Bedeutung. Veränderungen, die früher ein Jahrzehnt gedauert haben, passieren nun innerhalb von wenigen Jahren. Vielleicht brauchen sie bald nur noch Monate. Die Zukunft entwickelt sich jedes Jahr schneller.

Trotzdem ist die Mobilität ein Feld, das mit einem schweren Erbe belastet ist. Wenn wir nur ein paar signifikante Zahlen aus unseren neuen Untersuchungen nehmen, dann erzählen diese eine interessante Geschichte. Wir fanden heraus, dass 75 Prozent der Befragten ein Auto besitzen und dass 80 Prozent der Menschen es wichtig finden, ein Auto zu besitzen. Diese Ergebnisse entsprechen den Erwartungen.

Jedoch gaben 54 Prozent der Befragten an, dass sie überlegen würden, ihr Auto aufzugeben, wenn sich das praktisch und leicht gestalten würde. Das ist unerwartet und sogar erstaunlich. Es bedeutet nämlich, dass mehr als die Hälfte der Befragten bereit wäre, mindestens auf nicht-traditionelle Nutzungsweisen des Autos umzusteigen.



Nimmt der Autobesitz ab?

Mehr noch, nur 31 Prozent der Menschen glauben, dass das Besitzen eines Autos im nächsten Jahrzehnt die beliebteste Art bleiben wird, um ein Auto zu nutzen.

Das ist ziemlich erstaunlich. Es bedeutet nämlich, dass mehr als zwei Drittel der Menschen glauben, dass dies passieren wird – unabhängig davon, ob sie selbst ihr Auto aufgeben möchten oder nicht. Sie gehen davon aus, dass die Zukunft der Autonutzung kein Eigentumsmodell sein wird.

Hinter diesen Kernzahlen verbirgt sich eine Fülle an Komplexität und ein Ökosystem, zu dem von Fahrradwegen über staatliche Regulierungen bis hin zu großen Datenmengen und langfristigen demographischen Veränderungen alles gehört. Es handelt sich um ein komplexes, vielschichtiges Feld. Wir nehmen an, dass das einer der Gründe ist, warum die Menschen sich auf langfristige Trends konzentrieren, wenn es um die Zukunft der Mobilität geht – eine Zukunft, in der elektrische, fahrerlose Autos die Konsumenten herumfahren und der Verkehr frei fließt, weil er von einer künstlichen Intelligenz gelenkt wird.

Uns aber interessiert sehr viel mehr, was die nahe Zukunft bringt und was als nächstes passieren wird. Wir glauben, dass wir vor einem Wendepunkt stehen, an dem sich in vergleichsweise kurzer Zeit große Veränderungen in der Mobilität vollziehen werden. Dennoch dürfte die perfekte fahrerlose Utopie noch in ziemlich weiter Ferne liegen. In diesem Bericht werden wir uns die Veränderungen ansehen, die bereits jetzt passieren und die in den nächsten paar Jahren stattfinden werden. Wir werden dann untersuchen, wie Unternehmen wie die Avis Budget Group und andere Akteure im weiteren Mobilitäts-Ökosystem die Kunden in den Mittelpunkt ihrer Pläne stellen können – und wie wir alle zusammenarbeiten können, um die Mobilitätsdienstleistungen zu erbringen, die sich die Kunden morgen wünschen.

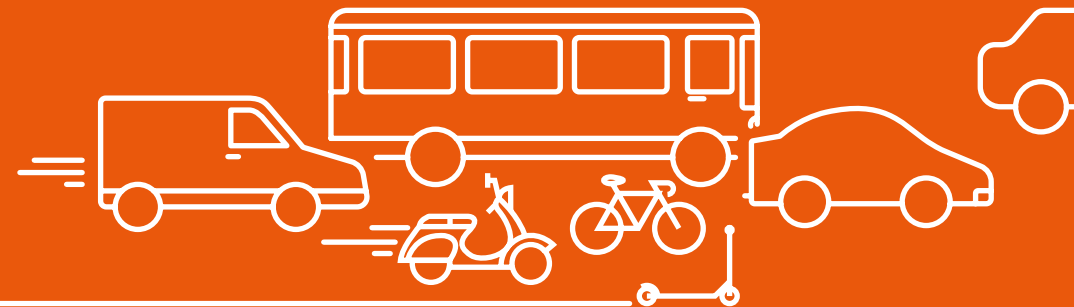
Keith Rankin, President International
Avis Budget Group



Wie sieht Mobilität momentan aus?

Für den Großteil der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts war das Verhältnis zwischen Verbraucher und Auto recht einfach. Kraftfahrzeuge wurden zum wichtigsten Verkehrsmittel der meisten Menschen und übernahmen unsere Städte und Gemeinden. Wenn mehr Infrastruktur für Autos benötigt wurde, dann wurde sie gebaut – oft mit wenig Rücksicht auf den Rest der Umwelt.

Aber vor circa 30 Jahren begann sich das in den Städten zu ändern. London ist hier ein offenkundiges Beispiel. Im Jahr 1990 fanden ungefähr 50 Prozent aller Transportwege in London mit dem Auto statt (7). Das war der Höhepunkt – seitdem ist der Anteil stetig zurückgegangen. Inzwischen liegt die Zahl nahezu bei einem Drittel. Während dieses Zeitraums hat das Fahrradfahren eine Renaissance erlebt, es wurde einiges in das öffentliche Verkehrsnetz investiert, eine Niedrigemissionszone wurde eingerichtet und neue Fahrdienstleister sowie Car-Sharing-Dienste kamen auf.





Die Städte sind zukunftsweisend

Es ist wahrscheinlich, dass diese Veränderungen nur der Anfang sind und europäische Städte vorzeigen, in welche Richtung es gehen wird. Uns steht eine Revolution bevor, was unsere Beziehung zum Auto betrifft. Was verursacht diese Veränderungen?

Es gibt eine Reihe von Faktoren, die dazu beitragen. Manche davon sind sozial – zum Beispiel haben wir weltweit einen Zuzug in die Städte erlebt, der sowohl in den Industrieländern als auch in den Schwellenländern stattfindet. Das Leben wird auf der ganzen Welt städtischer.

Fast 75 Prozent unserer Befragten (die hauptsächlich aus entwickelten Ländern stammen) leben in Städten. Das passt zum derzeitigen globalen Trend der Urbanisierung. Laut Angaben der Vereinten Nationen leben derzeit 54 Prozent der Weltbevölkerung in städtischen Gebieten – bis 2050 werden es zwei Drittel sein (1). In den meisten Industrieländern sind diese Werte bereits deutlich höher, typischerweise um die 80 Prozent. Städtische Gebiete verfügen weltweit tendenziell über eine weitaus bessere öffentliche Verkehrsinfrastruktur als ländliche Gebiete. Daher bedeutet die zunehmende Urbanisierung, dass immer mehr Menschen – insbesondere jüngere Menschen – daran gewöhnt sind, das öffentliche Verkehrsnetz zu nutzen, anstatt selbst zu fahren. Für sie ist die Nutzung des öffentlichen Verkehrs eine pragmatische und normale Lösung und nicht die letzte Wahl.

Stadtbewohner sind auch anderweitig interessant. Sie legen tendenziell kürzere Entfernungen zurück und nutzen dabei oft verschiedene Transportmittel, wie zum Beispiel Fahrrad und Taxi, oder U-Bahn und Car-Sharing. Sie nehmen das, was am besten funktioniert, um von einem bestimmten Punkt A zu einem bestimmten Punkt B zu gelangen. Autos sind nicht unbedingt die erste Wahl für solche Fahrten, so wie sie es vielleicht für eine 20-Kilometer-Fahrt von einer Kleinstadt zu einem Büropark wäre, oder innerhalb der Vorstädte.

A person is holding a smartphone in their hand, looking at the screen. The background is a blurred city street at night with colorful bokeh lights from traffic and buildings. The person is wearing a dark jacket.

Von der Technologie angetrieben

Von der Technologie angetrieben. Der vielleicht wichtigste Faktor, der zu der Verkehrsrevolution geführt hat, ist die Technologie. Es muss kaum erwähnt werden, wie sehr sich die Mobilitätslandschaft in den letzten zehn Jahren durch app-gesteuerte Fahrdienste verändert hat. Und diese Veränderungen sind noch nicht abgeschlossen. In manchen Städten stellen Car-Sharing-Dienste für die Stadtbewohner bereits eine ernsthafte Alternative zum Besitz eines Autos dar. Laut einem ING-Bericht aus dem Jahr 2018 mit dem Titel "Car Sharing Unlocked" geben fast sieben Prozent der Europäer mit Führerschein an, dass sie Car-Sharing nutzen, während fast ein Viertel die Nutzung erwägen würde. (2)

Autonome Fahrzeuge – aber noch nicht jetzt

In den frühen 2000er Jahren begann Google mit der Kartierung unserer Städte – und der Technologieriese bietet uns nun detaillierte Wegbeschreibungen für so weit voneinander entfernte Städte wie Köln und Kuala Lumpur. Ein Blick in die Zukunft zeigt, dass Technologien wie Google Maps zweifellos Teil der technologischen Plattform sein werden, die teilautonome (und schließlich völlig autonome) Fahrzeuge unterstützt.

Selbstfahrende Autos existieren derzeit als hochkarätige, schlagzeilenträchtige Prototypen von Tesla. Als Mainstream-Lösung sind sie wahrscheinlich noch Jahre entfernt. Viele der größten Akteure in der Mobilitätsbranche setzen jedoch auf eine autonome Zukunft – das geht soweit, dass ihre langfristigen Geschäftspläne von einer großflächigen Reduzierung menschlicher Fahrer abhängen.

Die nationale Verbraucherumfrage der Avis Budget Group in den USA hat gezeigt, dass die Verwendung autonomer Fahrzeuge vor allem bei Geschäftsreisenden in Frage kommt. Mehr als 70 Prozent der Geschäftsreisenden würden ein selbstfahrendes Fahrzeug sowohl für die Reise zu ihrem Ziel als auch vor Ort verwenden. Auch mehr als 60 Prozent der Freizeitreisenden würden das selbstfahrende Fahrzeug zu und an ihrem Ziel nutzen. Diese Bereitschaft, autonome Fahrzeuge zu testen, beruht in erster Linie auf der Überzeugung, dass autonome Fahrzeuge das Reisen angenehmer und entspannter machen.

Trotz des Hypes und der Begeisterung über autonome Fahrzeuge gibt es jedoch einige Hinweise darauf, dass die Verbraucher nicht unbedingt so gut über neue Fahrzeugtypen

informiert sind, wie einige der Schlagzeilen es vermuten lassen. Im Jahr 2018 befragte die Avis Budget Group 14.000 Erwachsene in 14 europäischen Ländern und stellte fest, dass fast die Hälfte die Definitionen von „vernetzten“ oder „autonomen“ Fahrzeugen nicht verstand. Möglicherweise bedarf es einer weiteren Verbraucheraufklärung, um die bis jetzt erreichten Innovationen und technologischen Fortschritte hervorzuheben, wenn wir alle in vollem Umfang von diesen profitieren wollen.

Obwohl dies vielleicht noch in weiter Ferne liegt und es Anstrengungen bedarf, um deren Hauptvorteile zu beleuchten – eine Zukunft mit mehr autonomen Fahrzeugen beinhaltet die verlockende Aussicht auf Straßen mit einer viel höheren Kapazität (autonome Fahrzeuge können viel dichter beieinander fahren) und viel weniger geparkten Fahrzeugen. Laut dem Bericht der RAC Foundation Spaced out: “Perspectives On Parking Policy” verbringen die britischen Autos über 95 Prozent der Zeit in geparktem Zustand (4).



An aerial, long-exposure photograph of a complex highway interchange at night. The image is filled with vibrant light trails from cars, creating a sense of motion and energy. Overlaid on the scene is a network of glowing yellow lines and nodes, representing a data or communication network. Three semi-transparent colored boxes (grey, blue, and red) are positioned in the upper left quadrant, each containing text. The overall aesthetic is futuristic and technological.

Cleverer Autos

Cleverer Straßen

Cleverer Städte

Eine Smart City ist eine Stadt, die Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) einsetzt, um die Qualität und Leistung städtischer Dienstleistungen wie Strom, Verkehr und Versorgungsdienste zu verbessern, um damit wiederum Ressourcenverbrauch, Verschwendung und Gesamtkosten zu reduzieren. Das übergeordnete Ziel einer Smart City ist es, die Lebensqualität ihrer Bürger durch intelligente Technologien zu verbessern.

Daten- und Kommunikationstechnologien erleichtern auch komplizierte Fahrten mit unterschiedlichen Transportmitteln, deren Planung bisher eine echte Herausforderung gewesen wäre. Unseren Untersuchungen zufolge legten etwa 35 Prozent der Menschen "typische Alltagsstrecken" mit zwei oder mehr Transportmitteln zurück. Es wird interessant sein zu sehen, ob die Verbreitung von Apps, die mehrere Verkehrsträger abdecken, zu einem Boom an multimodalem Verkehr führt.

Viele der Technologien, die die Zukunft der Mobilität vorantreiben, stehen in Verbindung mit dem Trend zur Urbanisierung sowie mit "Smart Cities"-Initiativen, die unsere städtischen Gebiete trotz immer mehr Menschen lebenswerter machen möchten. Das ist etwas, das unsere Befragten sehr positiv sehen: Fast 60 Prozent hielten intelligente Infrastrukturen für eine gute Idee und glaubten, dass diese das Leben in der Stadt verbessern würden. Nur 16 Prozent der Befragten glaubten nicht, dass diese das urbane Leben wahrscheinlich verbessern würden.

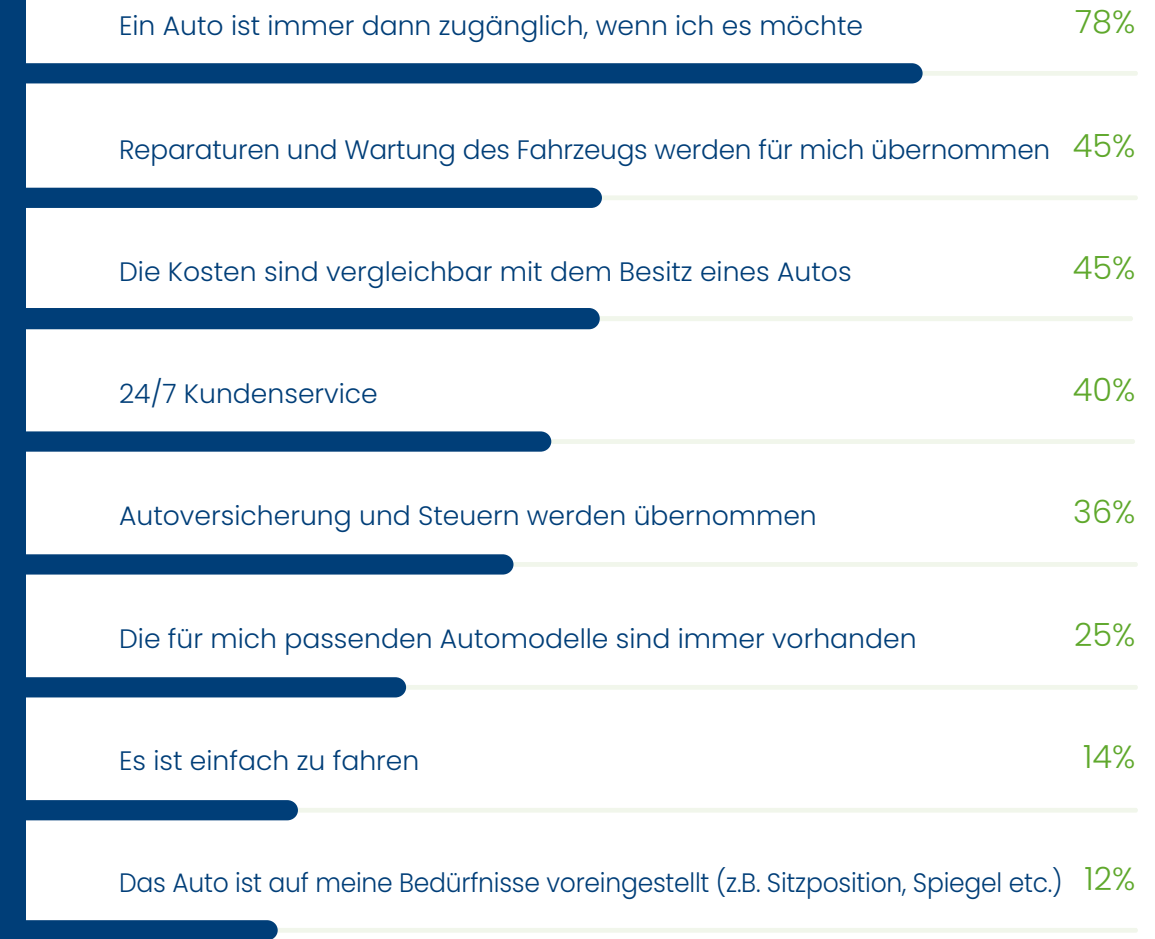


Andere Faktoren hinter dem Wandel

Es gibt viele andere Faktoren hinter der sich verändernden Mobilität. Einer davon ist, dass die Menschen immer umweltbewusster werden. Ein anderer ist die sich verändernde Einstellung der Stadtplaner – sie wissen, dass die Mobilität zwar unglaublich wichtig ist, aber dass mehr Wachstum nur möglich ist, wenn sie eine intelligente Infrastruktur schaffen, anstatt einfach immer mehr Straßen und Parkplätze zu bauen.

Auch die hohen Kosten des Autobesitzes fallen ins Gewicht. Überraschenderweise schienen die befragten Menschen im Moment darüber allerdings nicht allzu besorgt zu sein. Das rührt vielleicht daher, dass die Kosten bereits im Lebensstil vieler Menschen miteinberechnet sind – aber es besteht das Potenzial für ein erhöhtes Bewusstsein, das diesen Punkt in Bezug auf die Autonutzung der Zukunft sehr viel wichtiger machen würde. Wenn Car-Sharing zum Beispiel so verbreitet wäre, dass es die Norm darstellt, dann würde der Besitz eines Autos vielleicht zunehmend als ein teurer Luxus angesehen werden.

Was müsste vorhanden sein, damit der langfristige Miet-/Abonnementservice von Fahrzeugen für Sie angenehm und einfach ist?





Die größte Revolution seit der Erfindung des Autos

Wenn wir all dies zusammennehmen, dann könnten die nächsten Jahre der Mobilität die größten Veränderungen seit der Erfindung des Autos mit sich bringen. Offensichtlich bedeutet dies große Herausforderungen (und große Chancen) für diejenigen, die innerhalb dieses Bereichs tätig sind. Wer in der schönen neuen Welt der Mobilität Erfolg haben will, muss sich schnell bewegen und die eigenen Strategien ändern. Nur so ist es möglich, sich an die neuen Märkte und die neuen Verbraucherbedürfnisse anzupassen.

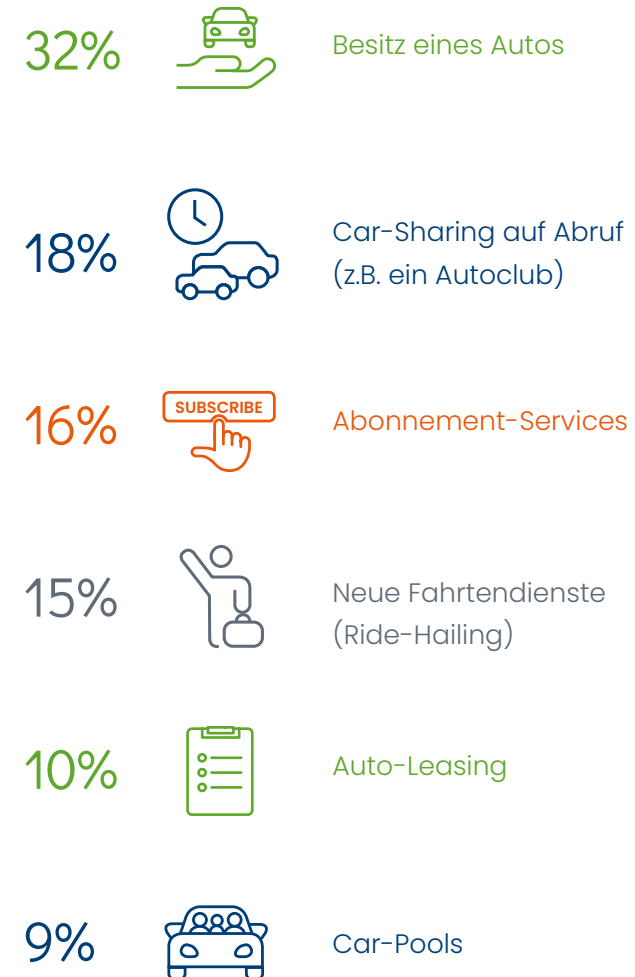
Was wollen die Verbraucher?

Wie bereits zuvor erwähnt, ist eines der interessantesten Ergebnisse unserer Untersuchung, dass eine Mehrheit der Befragten den Autobesitz als abnehmend einstuft. Fast 70 Prozent der Menschen glauben, dass der Besitz eines eigenen Autos in zehn Jahren nicht mehr die beliebteste Art der Autonutzung sein wird. Die Verbraucher wissen, dass die Zukunft anders aussehen wird, und die Herausforderung für Mobilitätsdienstleister ist es, diese Zukunft auch zu liefern.



Auch wenn sie eine andere Zukunft erwarten – wenn es um Mobilität geht, wünschen die Konsumenten immer noch das, was sie schon immer wollten – Komfort zu einem vernünftigen Preis. Drei Beispiele dafür stechen in der Mobilitätssphäre auf der ganzen Welt heraus: Diese sind Kurzstrecken-Fahrdienste via App, kontaktlose Bezahlssysteme bei öffentlichen Verkehrsmitteln, sowie Fahrradvermietungssysteme auf der ganzen Welt.

Was ist Ihrer Meinung nach die beliebteste Art, in den nächsten zehn Jahren auf ein Auto zuzugreifen?

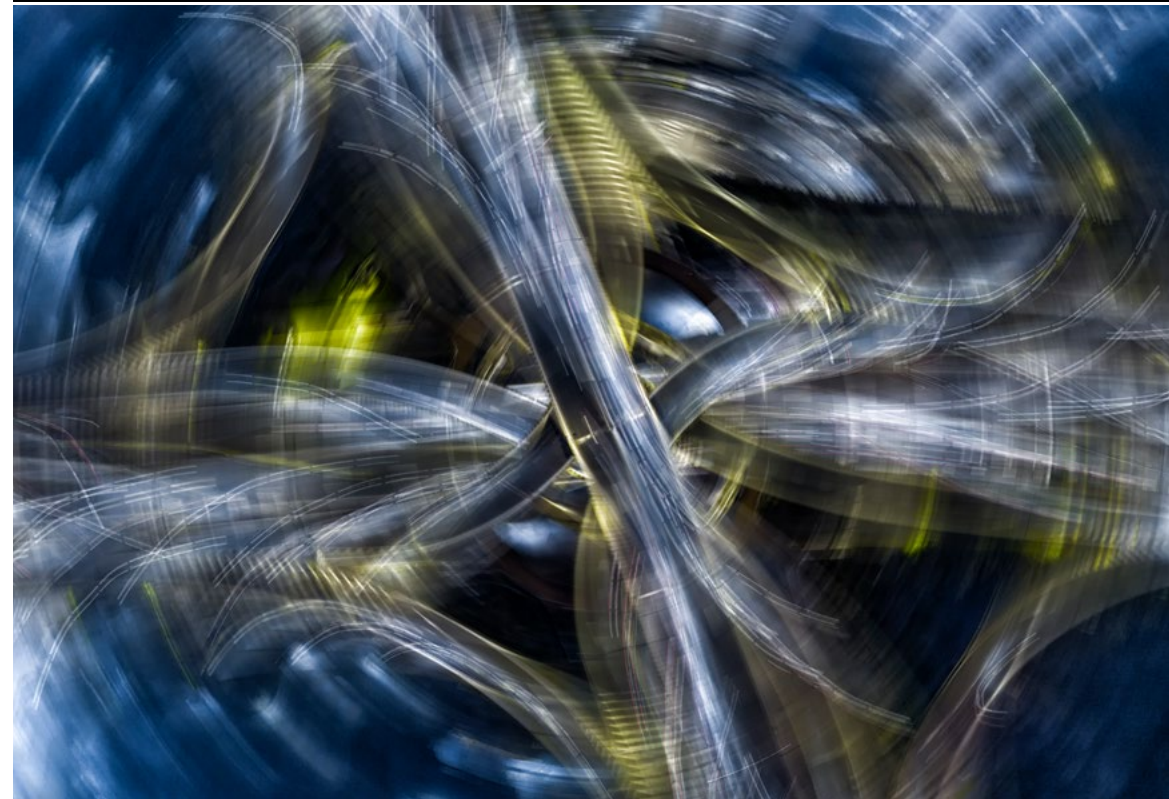


Komfort ist König

Bei allen drei Innovationen hat die Benutzerfreundlichkeit zur Verbreitung beigetragen. Laut einem Bericht der Group UK Finance gab es zwischen 2017 und 2018 einen 31-prozentigen Anstieg von kontaktlosen Transaktionen. Stephen Jones, Geschäftsführer von UK Finance, sagte dazu: "Immer mehr Kunden entscheiden sich für die Schnelligkeit und den Komfort des Bezahls mit ihren kontaktlosen Karten... während sie unterwegs sind." (3)

Wenn wir uns das klassische Modell zur Verbreitung von Technologie (wie von Everett Rogers in seinem Buch "Diffusion of Innovations" von 1962 definiert) in der Mobilität ansehen, sind wir über die frühen Anwender und Innovatoren hinaus und nun weit in die Phase der allgemeinen Akzeptanz angekommen. Technologie-basierte Mobilität ist nun Normalität.

Mehr noch: Wenn es sich so anfühlt, als ob der technologische Wandel immer schneller voranschreitet, dann deshalb, weil das der Fall ist. Wie Ray Kurzweil in "The Singularity Is Near" erklärt, wird jede Generation von Technologie benutzt, um ihren Nachfolger zu entwickeln, was den Wandel beschleunigt. Computer, die früher einmal von Menschen entworfen wurden, werden nun größtenteils von anderen Computern entworfen.





Verbraucher sind offen für Veränderungen

Bill Gates sagte 1980 bekanntlich voraus, dass es in jedem Haushalt einen Computer geben würde. Aber das Smartphone hat uns nun einen Computer in jeder Tasche beschert. Da die Smartphone-Verbreitung in vielen Industrieländern bei über 60 Prozent liegt, benutzen wir alle ständig Computer.

Die Verbreitung benutzerfreundlicher Technologien – insbesondere des Smartphones – hat den Menschen Lust gemacht, neue Dinge auszuprobieren. Das gilt vor allem, wenn diese via App zugänglich sind – was heutzutage so ziemlich alles ist. Wenn man über frühere Veränderungen nachdenkt – wie die Änderung von Papiertickets zu kontaktlosen Karten – dann haben diese oft eine echte Anstrengung vom Verbraucher verlangt. Eine neue App herunterzuladen, ist viel weniger mühsam – und die Nutzer sind bereits an die App-Funktion gewöhnt.

Unsere Untersuchungen bestätigen diesen Gedanken: Die Menschen sind offen für Veränderungen in der Art und Weise wie sie auf Autos zugreifen und diese nutzen. Das zeigt, dass die Menschen ihre Autos immer noch mögen und den Besitz eines Autos als wichtig erachten (80 Prozent). Jedoch sagte über die Hälfte der Befragten (55 Prozent), dass sie definitiv oder wahrscheinlich überlegen würden, ihr Auto aufzugeben, wenn das einfach und bequem wäre.

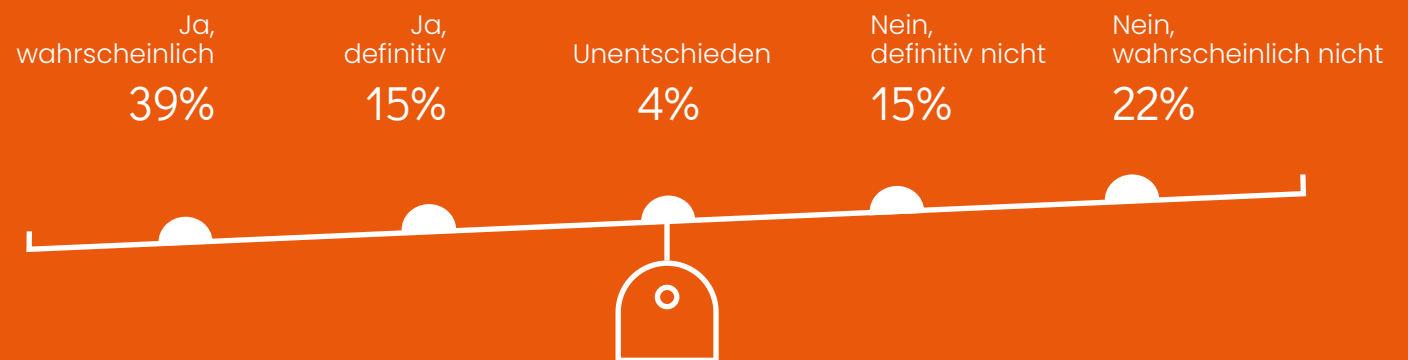
Diesbezüglich gibt es einige interessante Unterschiede zwischen den Märkten. Die Bewohner von Singapur stehen an zweiter Stelle, wenn es um die Wahrscheinlichkeit geht, dass sie ihre Autos aufgeben würden (22 Prozent der Befragten würden es in Betracht ziehen, ihr Auto aufzugeben). Das ist keine große Überraschung – es handelt sich um ein kleines Land, das über ein hervorragendes öffentliches Verkehrsnetz verfügt, während die Autonutzung teuer und eingeschränkt ist.

Aber das Land, in dem die Menschen am ehesten bereit wären, ihren Autobesitz gegen ein alternatives Zugangsmodell einzutauschen, ist Italien (25 Prozent). Im Gegensatz dazu liegen Deutschland (10 Prozent) und Österreich (9 Prozent) im internationalen Ranking ganz weit hinten. Das deutet darauf hin, dass es weniger offensichtliche Faktoren gibt, die eine Rolle spielen, wenn es darum geht, den Besitz eines eigenen Autos aufzugeben.

Obwohl zwischen den Märkten deutliche Unterschiede bestehen, gibt es auch Ähnlichkeiten. In allen untersuchten Märkten war die größte Sorge die Verfügbarkeit von zugänglichen Fahrzeugen (78 Prozent). In einem damit zusammenhängenden Untersuchungsergebnis nannte knapp die Hälfte der Befragten (46 Prozent), dass die Erledigung von Reparatur- und Wartungsarbeiten als Komfortfaktor angesehen werden könnte.

Die Deutschen verfügen zum Beispiel über eine weltberühmte Autoindustrie, eine starke Autokultur und eine Wertschätzung guter Technik.

Würden Sie in Betracht ziehen, Ihren Autobesitz aufzugeben und stattdessen eine Langzeitvermietung / einen Abo-Services in Anspruch zu nehmen, wenn das für Sie einfach und bequem wäre?



Vertrauen und ein guter Ruf zählen immer noch – aber die Menschen mögen Technik

Fast ein Drittel der Befragten (32 Prozent) sagte, dass sie das Auto für ihre Nutzung gerne von einer Marke oder einem Unternehmen hätten, dem sie vertrauen. Eine ähnliche Anzahl (33 Prozent der Befragten) sagte, dass sie für neue Fahrzeugvermietungsmodelle offen wäre, wenn diese in ihrer Region weit verbreitet wären.

Im Allgemeinen sind die Einstellungen zu Technologie und Mobilität jedoch sehr positiv. Zwei Drittel der Befragten erwarten, dass das Fahren wesentlich einfacher wird, während 59 Prozent davon ausgehen, dass es mehr Möglichkeiten für die Nutzung von Fahrzeugen geben wird. Und etwas weniger als die Hälfte (44 Prozent) erwartet, dass die Technologie ihr Fahrerlebnis verbessern wird. Dies ist zweifellos ein wichtiger Faktor zum Vorteil neuer Mobilitätsanbieter.

Die Kunden erwarten, dass die Technologie funktioniert und benutzerfreundlich ist, und sie sind bereit, neue Dinge auszuprobieren.

Welcher der folgenden Punkte beschreibt am besten Ihre Gefühle zu den technischen Fortschritten bei Fahrzeugen und bei der Autovermietung?

Ich fühle mich damit unwohl, dass Marken und Unternehmen Zugang zu so vielen Daten von mir haben

Ich bin mit der Situation zufrieden

Ich bin mir nicht sicher, wie Technologien mein Fahrerlebnis verbessern werden

Ich bin an den Möglichkeiten interessiert, die mein Fahrerlebnis persönlicher gestalten können

Ich denke, dass es in den nächsten Jahren mehr Abonnement- und On Demand-Angebote für Autos und Transporter geben wird

Ich denke, dass (Auto-)Fahren in den nächsten Jahren einfacher werden wird



Schließlich spielt auch Mund-zu-Mund-Propaganda eine Rolle. Wenn man etwas zum ersten Mal ausprobiert, kann es hilfreich sein, wenn dies von einer Vertrauensperson empfohlen wird.

Wären Sie bereit, eine neue Art der Nutzung eines Autos / Kleinbusses usw. auszuprobieren, wie z.B. ein Abonnementmodell... Bitte wählen Sie die untenstehende Aussage aus, die am ehesten auf Sie zutrifft.

Vertrauenswürdige

Marke
33%

Ich würde gerne einen neuen Service nutzen, wenn er von einer vertrauenswürdigen Marke oder einem vertrauenswürdigen Unternehmen angeboten wird

Allgemein
zugänglich
33%

Wenn die angebotene Lösung in meiner Gegend überall zugänglich wäre, würde ich diese gerne nutzen

Regierung
24%

Wenn das Angebot von der Regierung reguliert wäre, würde ich dieses gerne nutzen

Empfehlung
10%

Wenn mir ein Freund das Angebot empfehlen würde, würde ich es gerne ausprobieren

Ein offensichtlich sehr wichtiger Faktor ist Geld. Aber wie bereits zuvor angemerkt, ist es auch ein Faktor, der ziemlich widersprüchliche Antworten hervorruft. Nur 43 Prozent sagten, dass die Kosten eine wichtige Überlegung wären, wenn es darum ginge, ihren Autobesitz aufzugeben. Gleichzeitig meinten aber auch fast zwei Drittel (65 Prozent), dass "schonend für die Geldbörse" sehr wohl ein Motivationsfaktor sein könnte. Wie bereits erwähnt, ist eine wahrscheinliche Erklärung für diesen anscheinenden Widerspruch, dass die Autonutzung in vielen Haushaltsbudgets fix miteinberechnet ist und oft gar nicht als eigener Kostenpunkt angesehen wird.

Was würde Sie dazu motivieren, den Besitz Ihres eigenen Autos aufzugeben?



Schont meine Geldbörse – wenn es kosteneffektiver für mich wäre, keine Reparatur- und Wartungskosten für ein Auto zu haben

65%

Besseres öffentliches Verkehrsnetz – wenn es an meinem Wohnort bessere öffentliche Verkehrsanbindungen gäbe



21%



Umweltfaktoren – Die Umweltverschmutzung und was der Autobesitz mit unserem Planeten macht, macht mir große Sorgen

10%

Statussymbol – Es ist mir nicht wichtig, dass ein Auto bei meiner Familie und meinen Freunden als Statussymbol gilt

4%



Haben Sie sich jemals gewünscht, Ihr Auto zu einer der folgenden Gelegenheiten auszutauschen?

Ja, und zwar für....



Sommerurlaub
40%



Wochenendausflug
29%



Umzug
28%



Fahren in der Stadt
25%



Pendeln
18%



Winterurlaub
15%



Kinder zur Schule bringen
5%

Ein anderes Auto für die Wochenenden

Es gab auch einige andere unerwartete Antworten. In allen Märkten nutzen 30 Prozent der Befragten täglich zwei bis drei unterschiedliche Verkehrsmittel. Die Umwelt schnitt als Motivationsfaktor für das Aufgeben von Autos überraschend schlecht ab – gerade einmal 10 Prozent der Befragten gaben an, dass das für sie wichtig sei. Jedoch meinten 59 Prozent, dass eine intelligente Infrastruktur (d.h., die Nutzung von Daten- und Kommunikationstechnologie, um Fahrten zu erleichtern) eine sehr gute Idee sei, um das städtische Leben zu verbessern. Dies ist zweifellos eine sehr erfreuliche Überraschung für all jene, die weltweit an Modellen für Smart Cities arbeiten.

Eine weitere interessante Antwort deutet auf ein komplexes Bewusstsein hin, dass eine neue Herangehensweise zur Autonutzung auch Vorteile haben könnte, die über das Offensichtliche hinausgehen. Hier hat unsere Umfrage gezeigt, dass die Leute ihr Fahrzeug gerne leicht wechseln würden. Die Befragten gaben an, dass sie gerne ein anderes Auto zur Verfügung hätten, wenn sie umziehen oder auf einen Wochenendausflug fahren – und fast 40 Prozent der Befragten sagten, dass sie für den Sommerurlaub gerne ein anderes Auto hätten.

40 Prozent hätten gerne für den Sommerurlaub ein anderes Auto

Datenschutz ist ein Thema – aber kein entscheidendes

Schlussendlich ist da noch die Frage des Datenschutzes. Dazu waren die Meinungen geteilt. 54 Prozent der Befragten sagten, dass es ihnen sehr oder ziemlich recht wäre, wenn ihre Fahrdaten ausgewertet würden, um die Infrastrukturdienste zu verbessern. Im Gegensatz dazu meinten 29 Prozent und 19 Prozent, dass es ihnen ziemlich oder sehr unrecht wäre. Auch das spiegeln sehr viele andere Umfragen wider. Die Menschen machen sich zumindest theoretisch Sorgen um ihre Privatsphäre und die Nutzung ihrer Daten. Aber in der Praxis vergessen sie diese Sorgen, wenn man ihnen einen angenehmen und benutzerfreundlichen Dienst anbietet. Es spricht für sich, dass mehr als die Hälfte der Befragten bereits mindestens einmal wöchentlich Apps wie Google Maps benutzt.

Im Großen und Ganzen ergibt sich also ein Bild von Verbrauchern, die Autos immer noch gerne mögen. Jedoch sind sie auch positiv und offen gegenüber einer Zukunft, in der Autobesitz und Autonutzung anders als heute aussehen. Zusätzlich erwarten sie, dass Autos eine Art gemischtes Buffet mit Transportoptionen sind, die via App abgerufen werden können. Sie erwarten außerdem, dass Fahrten mit Hilfe von Technologie geplant werden. Sie wissen, dass die Welt sich verändert und erwarten, ein Teil dieses Wandels zu sein.

Denken Sie an eine intelligente Infrastruktur und die Notwendigkeit, Ihr Fahrerlebnis zu verbessern. Bewerten Sie dann, wie recht es Ihnen ist, wenn andere Menschen auf Ihre Daten zugreifen und diese teilen?



40 Prozent hätten gerne für den Sommerurlaub ein anderes Auto **19%**

Das ist mir ziemlich recht, wenn dies bedeutet, dass nur einige meiner persönlichen Daten für mein verbessertes Reiseerlebnis genutzt werden **33%**

Das ist mir eher nicht recht, weil ich nicht weiß, was die Unternehmen mit meinen Daten machen **29%**



Das ist mir nicht recht, weil ich nicht möchte, dass jemand Zugang zu meinen Daten hat **19%**

4

Was wollen Geschäftsreisende?

Geschäftsreisende wollen im Großen und Ganzen dasselbe wie die Verbraucher. Das Wichtigste sind Komfort, Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit, aber zusätzlich wollen sie unterwegs so produktiv wie möglich sein. Die Kosten spielen keine so große Rolle, da sie nicht selbst dafür aufkommen.



Eine Egencia (5) Umfrage aus dem Jahr 2018 hat herausgefunden, dass "Reisende am liebsten bequeme Optionen buchen, bei denen sie Zeit sparen und erholt ankommen können." Für Geschäftsreisende sind die bessere Abstimmung des Reiseerlebnisses und die Benutzerfreundlichkeit, die Apps bieten, bereits bedeutende Vorteile.

Auch die Fähigkeit, sich in fremden Städten mit Leichtigkeit zurechtzufinden, hat die Reiseerfahrung Geschäftsreisender erheblich verbessert. Auch die Tatsache, dass viele Apps Quittungen elektronisch abspeichern und somit Kostenmanagement unterwegs erlauben, reduziert Mühe und Stress. Egencia fand heraus, dass Geschäftsreisende Kontrolle wollen. Die Zunahme von mit Apps unterstützten Geschäftsreisen, sowie die Möglichkeit, aus einer Auswahl von Optionen zu wählen und diese zusammenzustellen (sowohl, was die Mobilität betrifft, als auch in anderen Bereichen), schafft sehr viel davon.



Mehr Komfort für Geschäftsreisende, weniger Papierkrieg für Unternehmen

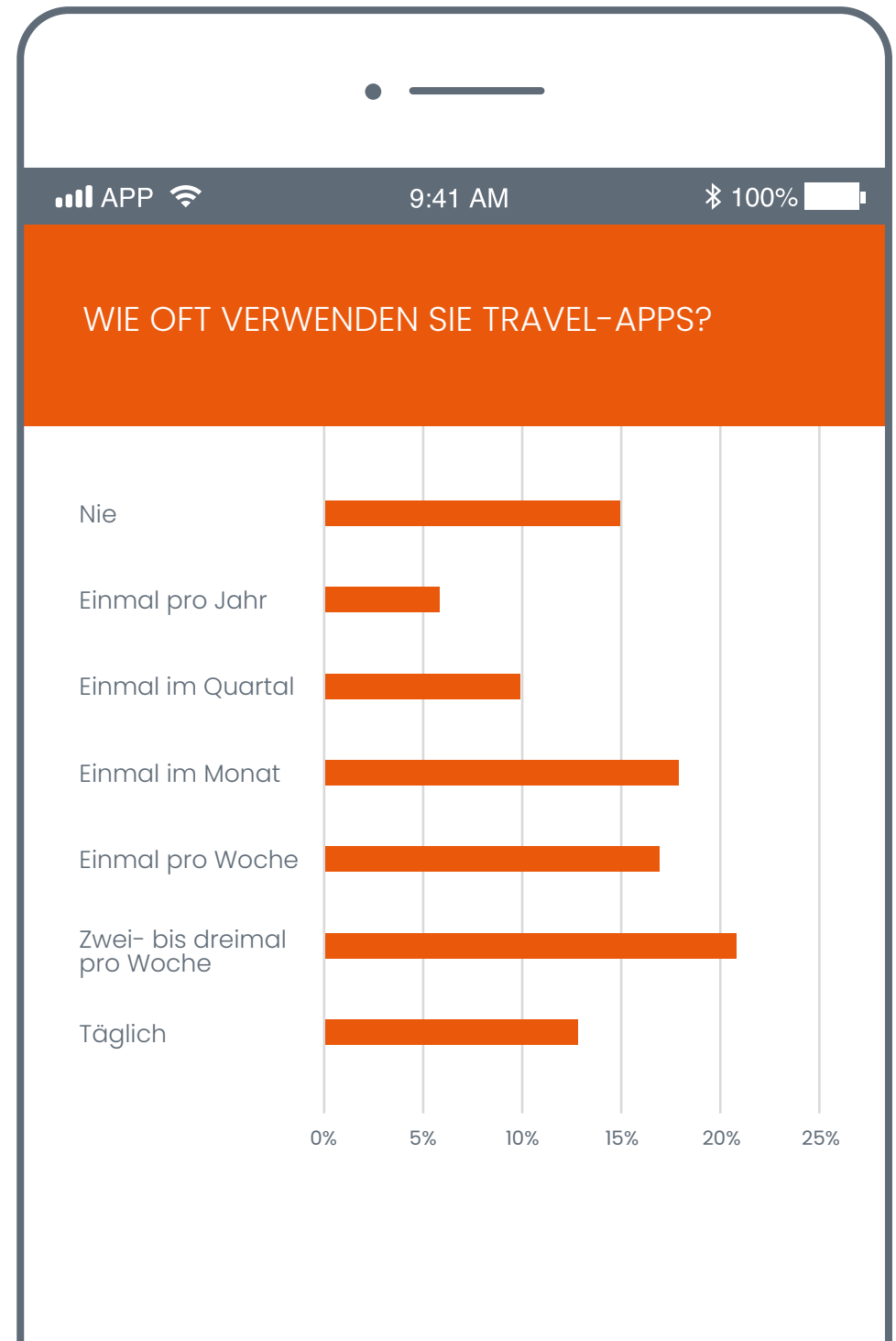
Auch diejenigen, die die Geschäftsreisen buchen, wollen das – mit niedrigeren Kosten. Glücklicherweise liefert die Zukunft der Mobilität genau das. Und zwar auf mehrere Weisen. Eine davon ist, Transportoptionen mehr auf Abruf zu gestalten, so dass man nur das bezahlt, was man benutzt. Wenn ein Geschäftsreisender zum Beispiel vom Flughafen zu einem Büro fahren muss, das weit vom Stadtzentrum entfernt liegt, dann kann er einen Car-Sharing-Dienst verwenden. Das bedeutet eine einfachere Reise und außerdem eine günstigere – da er nur dafür zahlt, was er auch nutzt. Er kann auch multimodal unterwegs sein oder auf dem Rückweg mit jemandem mitfahren, weil man Car-Sharing-Autos einfach zurücklassen kann, wenn man sie nicht mehr benötigt. Das verleiht Flexibilität und Kontrolle. Der zweite wichtige Aspekt, wie app-gesteuertes Reisen den Geschäftsbuchungsabteilungen nützen kann, ist, dass die Verwaltungskosten erheblich reduziert werden. Und zwar, indem Abläufe automatisiert werden (zum Beispiel das Einscannen von Quittungen oder das Abspeichern von Reiseverläufen) oder indem diese einfach an andere Anbieter ausgelagert werden. Anbieter arbeiten zunehmend zusammen, was bedeutet, dass die Apps mehr übernehmen und immer mehr Komfort bieten. Schließlich macht die neue Welt des Geschäftsreisens es Unternehmen viel einfacher, Daten über ihre Reisenden zu sammeln und abzurufen, was zu Effizienz und Kosteneinsparungen führt.



Neue US-Daten der Avis Budget Group zeigen, dass US-amerikanische Geschäftsreisende häufiger Mobilitätsalternativen nutzen (17 %) als Freizeitreisende (11 %). Die am häufigsten verwendete Alternative sind neue, app-gesteuerte Fahrdienste (Ride-Hailing), so die Verbraucherumfrage der Avis Budget Group USA. Die meisten Ride-Hailing-Fahrten sind vom oder zum Flughafen, längere Fahrten innerhalb einer Stadt oder aus der Stadt in die Vorstadt.

Das ist eine Zukunft, die sich aller Wahrscheinlichkeit nach beschleunigen wird. Apps funktionieren zunehmend über ganze Ökosysteme von Anbietern hinweg, die Verarbeitung von Informationen erfolgt in Echtzeit und in der Cloud, und alles, was man benötigt, ist über das eigene Telefon zugänglich.

Die Grenze zwischen Business- und Endverbraucher-Technologie ist in den letzten zehn Jahren zunehmend verschwommen. Dies ist auf einen interessanten technologischen Wandel zurückzuführen, der circa 2008 begann. Zuvor wurden Fortschritte für die Endverbraucher hauptsächlich von der Business-Technologie angetrieben. Dies kehrte sich jedoch mit dem Aufkommen des Smartphones um – und nun gibt die Endverbrauchertechnologie den Ton an.



5

Die Lücke schließen

Die große Herausforderung für alle Akteure im Mobilitätsbereich besteht darin, die Lücke zwischen dem zu schließen, was wir heute sind, und dem, was Verbraucher und Unternehmen morgen wollen. Wenn man sich Städte wie Mailand ansieht (ein weltweiter Marktführer bei Car-Sharing), dann wurde bereits ein beträchtlicher Fortschritt erzielt. Frühe Schritte wie dieser tragen wahrscheinlich maßgeblich zu dem überraschend hohen Anteil (fast 60 Prozent) unserer Befragten bei, die meinten, eine intelligente Infrastruktur sei eine gute Idee. In der Tat liegt diese Zahl in Italien bei fast 70 Prozent.





In anderen Städten auf der Welt ist die Lücke zwischen dem Status Quo und unseren Zielvorstellungen jedoch sehr viel größer. In vielen verkehrsbelasteten Metropolen sieht es so aus, als ob der Traum einer Mobilität der Zukunft nie wahr werden würde.

Sogar in den Industrieländern gibt es viele Städte und Länder, die nicht über die physische oder digitale Infrastruktur verfügen, um Mobilitätsanbietern die Dienstleistungen zu ermöglichen, die die Menschen in der Zukunft wünschen. Möglicherweise sind die Straßen bereits völlig verstopft, da sie zu einer Zeit gebaut wurden, als es noch gar keine Autos gab. Die Schaffung einer neuen digitalen Infrastruktur, kann sich sehr schwierig gestalten, ebenso wie die Nachrüstung bestehender Systeme. Es ist eine enorme Herausforderung, alte Systeme (die oft technologisch, rechtlich und administrativ isoliert sind), dazu zu bringen, zusammen und mit neuen Technologien zu funktionieren. Zukünftige Systeme wie die Ladeinfrastruktur werden ähnliche Anforderungen an die Städte stellen.


Wer zahlt für die Zukunft?

Dann ist da noch die Frage, wer bezahlt – besonders für Initiativen wie eine intelligente Infrastruktur. Die Steuerzahler sind möglicherweise nicht bereit, die Rechnung für neue Modelle zu bezahlen, besonders, wenn diese erst Jahre in der Zukunft geliefert werden. Dazu kommen kulturelle Herausforderungen. Es ist schwierig, das Verhalten der Menschen zu ändern – besonders, wenn man von ihnen verlangt, sich von einem Besitz zu trennen, der ein Jahrhundert lang ein Statussymbol in der Gesellschaft war, und mit dem viele Menschen sich identifizieren. Unterschiedliche Ausprägungen dieser Probleme bestehen in so unterschiedlichen Städten wie Lagos, Lissabon und London.

30 Prozent unserer Befragten erwarteten jedoch, dass eine intelligente Infrastruktur von einer Reihe von Interessengruppen entwickelt wird, die zusammenarbeiten und von privaten Unternehmen über Regierungen bis hin zu Umweltorganisationen reichen. Das ist ein hoffnungsvolles Zeichen in diesem Zusammenhang.

Wenn es um die Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur geht: Wer wäre Ihrer Meinung nach am besten dazu in der Lage, diese für die Bedürfnisse der Verbraucher zu entwickeln?





Es ist bereits abzuschätzen, wie die ersten Schritte aussehen könnten. Bestehende Infrastruktur, wie zum Beispiel Straßenlaternen, können verwendet werden, um eine intelligente Infrastruktur zu beherbergen. Viele Städte untersuchen auch Initiativen wie die Aufteilung der Einnahmen (eine intelligente Initiative kann entweder Gewinne generieren oder Geld sparen), die Monetarisierung von Daten und Instrumente wie Smart Bonds.

Die Cloud und die zunehmende Verlagerung der Rechenleistung in die Cloud erleichtern die Integration von Altsystemen erheblich. Dies ist bereits ein riesiger Beitrag, wenn es darum geht, die von der alten Infrastruktur rührenden technologischen Probleme zu lösen. Früher hätte man Experten gebraucht, die mit älteren Computersprachen und -technologien vertraut sind, sowie Unmengen von Menschen, die unstrukturierte Daten manuell sortieren und eingeben. Das ist zunehmend nicht mehr der Fall.

Zeichen des Wandels von London bis Kigali

Der Autoverkehr wird nicht immer weiter zunehmen. Wie bereits erwähnt, sind die mit dem Auto zurückgelegten Fahrten in London seit 1990 drastisch gefallen. Aber auch andere Städte zeigen Potenzial. Der Autobesitz in New York ist halb so hoch wie der Durchschnitt in den USA. Im Jahr 2018 hat Singapur die Anzahl der Autos auf seinen Straßen begrenzt. Und Madrid hat erst kürzlich ältere Autos aus dem Stadtzentrum verbannt.

In New York liegt
die Anzahl der
Autobesitzer bei
50 Prozent des US-
Durchschnitts

“Heute mietet man ein Auto und holt es an einem Flughafen oder in der Stadt ab. Morgen tippt man vielleicht seine App an, wenn man eine Fahrgelegenheit braucht, und das Auto kommt zu einem. Wenn das passiert, dann gibt es keinen Grund mehr, ein Auto zu besitzen, wenn man in der Stadt lebt. Denken Sie nur, wie anders eine Stadt ohne all die geparkten Autos in jeder Straße sein könnte; ohne all die großen Parkplätze oder Parkgaragen – ohne Stau.”

Arthur Orduna
CIO, Avis Budget Group

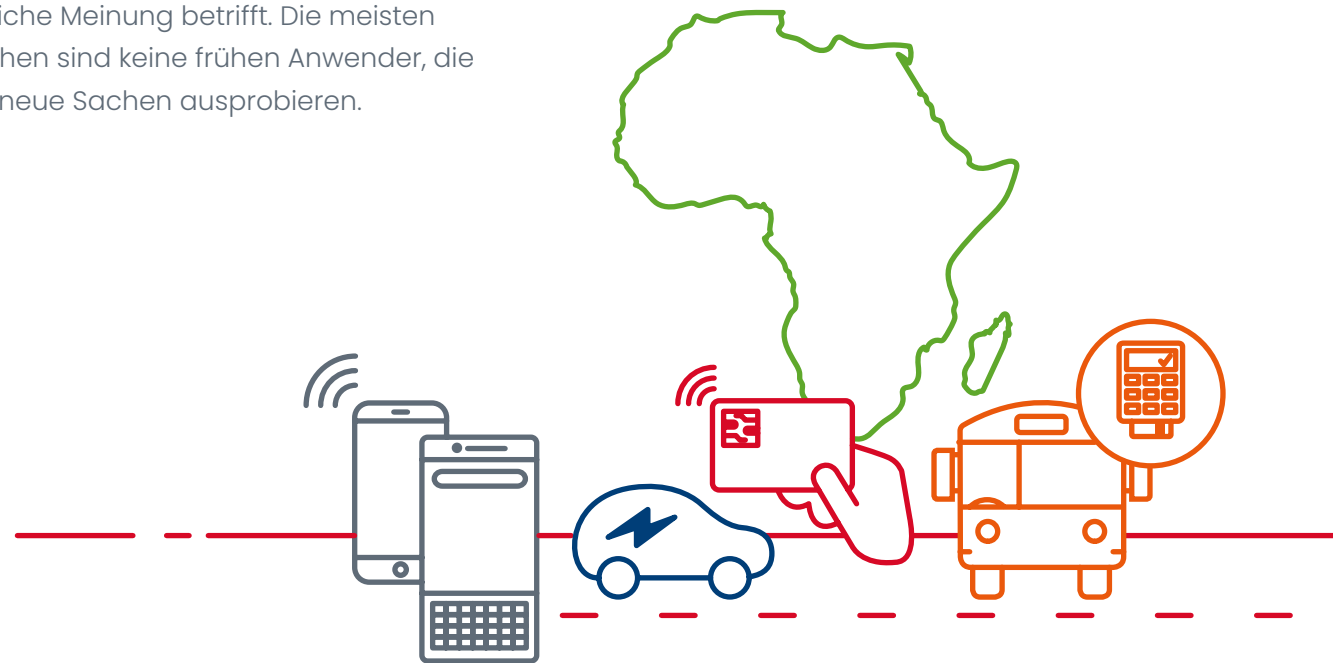



Selbst an den unwahrscheinlichsten Orten können wir langsame Schritte in die richtige Richtung beobachten. Eine der größten technologischen Erfolgsgeschichten des letzten Jahrzehnts ist die Mobiltelefon-basierte Digitalisierung Afrikas – die soweit geht, dass ein Farmer in Kenia mit größerer Wahrscheinlichkeit auf WhatsApp ist als einer in Amerika. (6) Das ist bis zum Verkehrswesen durchgedrungen – und nirgendwo wurde hierbei mehr Fortschritt erzielt als in Ruanda. Hier gibt es bargeldlose Busse, die Smartcards verwenden, sowie Safemotos – ein Uber-ähnlicher Dienstleister für Motorrad-Taxis.

Auf globaler Ebene sehen wir den langsamen Anstieg von Elektroautos. Natürlich werden diese keine Staus beseitigen, aber sie können die Umweltbelastung (und den Lärm) in den Städten selbst reduzieren. Wenn der Strom aus sauberen Quellen kommt, dann können sie auch dazu beitragen, die Umweltverschmutzung einzudämmen. Ein intelligentes Aufladen der Autos kann hierzu etwas beitragen. Autos befinden sich die meiste Zeit in Parkposition, was gut passt, um von der verfügbaren, sauberen Energie profitieren zu können.

Mit der richtigen Technologie könnten die Autobatterien sogar Teil des Stromnetzes werden.

Das liegt noch in weiter Ferne, aber wir haben bereits Car-Sharing-Modelle, bei denen eine App anzeigt, wo in der Nähe das Auto geparkt ist. Diese Modelle sind sehr beliebt gewöhnen uns an und – ebenso wichtig – sie den Gedanken, dass abrufbare Autos weitverbreitet sind. Für viele dieser Dienste ist eine kritische Masse sehr wichtig – sowohl, was deren Nutzbarkeit betrifft, als auch, was die Qualität der Dienstleistung und die öffentliche Meinung betrifft. Die meisten Menschen sind keine frühen Anwender, die gerne neue Sachen ausprobieren.





Die nahe Zukunft ist Car-Sharing, die ferne Zukunft ist fahrerlos

1.615.024
elektrische
Meilen

(seit Juli 2018)

Mit Blick auf die Zukunft ist es wahrscheinlich, dass diese Fahrzeuge bald intelligent genug sein werden, um bis zur eigenen Tür zu kommen, was den Komfort und die allgemeine Akzeptanz weiter erhöhen wird. Langfristig hat eine signifikante Verwendung von Car-Sharing-Modellen und ein Rückgang des Autobesitzes auch das Potenzial, die Straßen freier zu machen – da weniger Autos geparkt sein werden. Intelligente Car-Sharing-Autos werden tagsüber mehr in Verwendung sein und weniger unbenutzt herumstehen als eigene Autos. Dies bedeutet weniger Autos, die die Straßen verstopfen. Wenn man ein Car-Sharing-Auto abstellt oder einkaufen geht, dann wird es innerhalb von wenigen Minuten von jemand anderem abgeholt. Allein in London hat der Flex Car-Sharing-Dienst von Zipcar seit Juli 2018 bei seiner elektrischen Flotte mehr als eine Million gefahrene elektrische Meilen verzeichnet – weil die Verbraucher sich.

Kurzfristig ist wahrscheinlich eine neue Infrastruktur nötig, um die Akzeptanz von Car-Sharing-Fahrzeugen (wobei die Fahrer die Autos normalerweise über ihr Telefon für einfache Fahrten buchen) weiter zu erhöhen. Dazu könnten eigene Zonen gehören, sowie in hoch frequentierten Gegenden auch eigene Parkplätze. Dies müsste in Zusammenarbeit mit den jeweiligen örtlichen Regierungen umgesetzt werden. Car-Sharing-Flotten werden wahrscheinlich auch zu den ersten Elektroautos gehören, wozu mehr Aufladeinfrastruktur nötig ist. Wenn Elektroautos wie zu erwarten irgendwann einmal die Mehrheit stellen, dann werden signifikante Neustrukturierungen der örtlichen Stromnetze nötig sein.

Neue Technologien und Big Data, wohin man blickt

Die Technologie wird auch anderweitig hilfreich sein. 5G wird derzeit weltweit eingeführt. Es ist verlockend, 5G lediglich als Nachfolger von 4G zu betrachten – dabei ist es eigentlich sehr viel mehr. 5G ist die Technologie, die das Internet der Dinge massiv beschleunigen wird. Es wird bedeuten, dass alles miteinander verbunden ist und ständig miteinander kommuniziert – inklusive Autos, Straßen, Brücken und so weiter. 5G wird außerdem bedeuten, dass noch viel mehr Daten miteinander verknüpft sind und sehr viel mehr informierte Verkehrsentscheidungen in Echtzeit getroffen werden können.

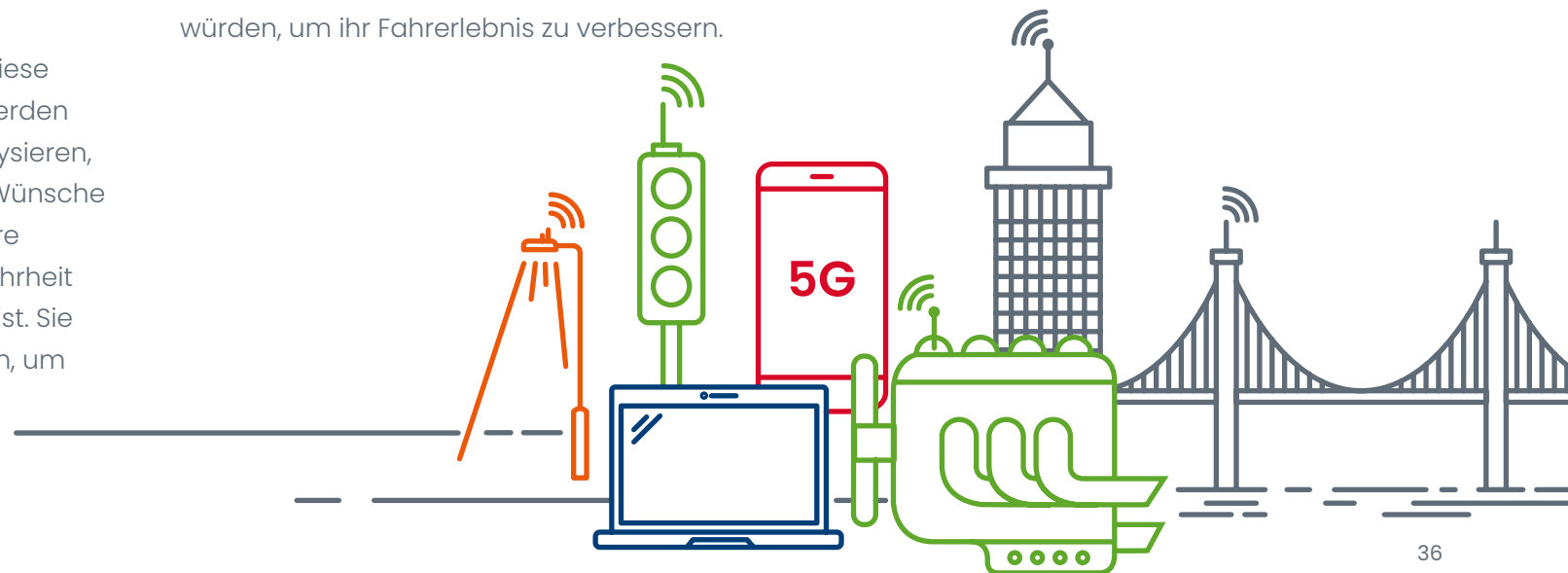
Für Mobilitätsunternehmen werden diese Daten besonders wertvoll sein. Sie werden in der Lage sein, diese Daten zu analysieren, um Einblicke in die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden zu gewinnen – und unsere Untersuchungen zeigen, dass die Mehrheit der Menschen damit einverstanden ist. Sie werden die Daten verwenden können, um

effizienter zu werden, die Dienstleistung zu verbessern und sogar die Umweltbelastung zu verringern. Die Netzwerke werden ständig dazu lernen und sich an eine wandelbare Umwelt, die Kundenbedürfnisse und Marktkräfte anpassen. Natürlich muss aber auch gewährleistet sein, dass die Sorgen der Kunden zum Thema Datenschutz ernst genommen und die Datenschutzgesetze eingehalten werden.

Allerdings haben 53 Prozent der Befragten angegeben, dass es ihnen entweder sehr oder ziemlich recht sei, wenn ihre Daten verwendet würden, um ihr Fahrerlebnis zu verbessern.

53%

der Befragten geben an, dass es ihnen entweder sehr oder ziemlich recht sei, wenn ihre Daten verwendet würden, um ihr Fahrerlebnis zu verbessern.



Zusammenarbeit, um die Zukunft zu sichern

Einer der interessantesten Aspekte zum Thema "die Lücke schließen" ist, dass dazu zahlreiche Partnerschaften in die Wege geleitet werden. Es gibt Dutzende von Akteuren im Mobilitätssektor und alle haben ihre Stärken in unterschiedlichen Bereichen. Die Unternehmen werden Mobilität als ein ganzheitliches Ökosystem betrachten müssen und sich mit denjenigen Unternehmen zusammenschließen, die sie am besten ergänzen. Dies wird wahrscheinlich ein hohes Niveau an Integration und Zusammenarbeit erfordern – man sieht, dass es möglich ist, wenn man Branchen wie die Luftfahrt betrachtet.

Da die Kunden Einfachheit lieben, wird es wahrscheinlich neue Apps und kollaborative Plattformen geben sowie Pläne zur Einnahmensegmentierung.

Die Partnerschaften werden sich nicht auf andere Unternehmen beschränken. Wer ein Teil eines Smart City Modells sein möchte, wird wahrscheinlich mit

unterschiedlichen Organisationen zu tun haben – von Eisenbahngesellschaften bis hin zu Stromanbietern (für die Aufladestationen) und lokalen sowie landesweiten Regierungen. Die Unternehmen werden sich ansehen müssen, wie sie am besten mit diesen Körperschaften umgehen und Arbeitsbeziehungen mit ihnen aufbauen können. Auch Faktoren wie Vorschriften und Versicherungen müssen miteinbezogen werden. Man muss sich nur die sozialen Netzwerke ansehen, um einen Eindruck davon zu bekommen, wie die Technologie der Gesetzgebung um Lichtjahre voraus ist.

Wie bereits festgestellt, ist es interessant, dass eine bedeutende Anzahl der Konsumenten eine Zukunft erwartet, die von unterschiedlichen Akteuren geprägt wird. Darüber hinaus kann uns der Flug- und Urlaubsreisesektor eine Lektion erteilen, wenn es darum geht, wie mehrere Akteure unterschiedliche Produkte über einen einzigen Einzelhändler verkaufen.



Wo beginnt die Reise in die Zukunft der Mobilität?

Für Unternehmen, die im Mobilitätssektor arbeiten, ist vielleicht die größte Frage, wo sie anfangen sollten – da die Mobilität solch ein komplexes Feld ist. Die Antwort ist, dass man eine Gesamtstrategie braucht, die alles umfasst: Von der Verbrauchertechnologie über regulatorische Rahmenbedingungen bis hin zu Branding und Partnerschaften.

Die neue Welt der Mobilität wird auch ein ungemeines Maß an Flexibilität erfordern. In einer sich schnell wandelnden Welt wird nicht alles so werden, wie es geplant war. Unternehmen, die in diesem Bereich arbeiten, müssen in der Lage sein, sich an eine unberechenbare Umwelt anzupassen. Die Welt ist voller Produkte und Dienstleistungen, die entweder überflüssig geworden sind oder auf eine Weise Erfolg hatten, die ihre Erfinder so nicht erwartet hätten.

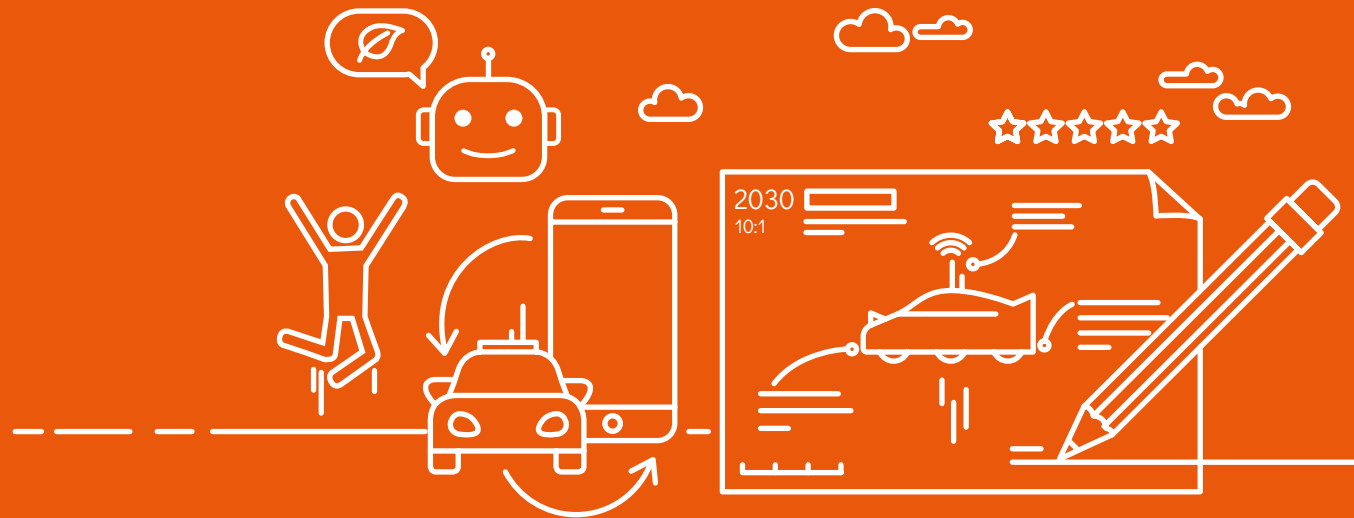
Die Herausforderungen sind zwar enorm, aber die Möglichkeiten sind es auch. Der Mobilitätsmarkt steht am Rande einer Revolution und im nächsten Jahrzehnt sind enorme Umwälzungen zu erwarten. Wir haben das in den letzten Jahrzehnten bei dutzenden anderen Märkten beobachtet – von der Fotografie über Musik bis hin zu Video.


Diejenigen Unternehmen, die zusammenarbeiten, um den Verbrauchern ein reibungsloses, multimodales Erlebnis zu bieten, sind diejenigen, die wahrscheinlich Erfolg haben werden.



Was macht die Avis Budget Group?

Es ist zwar hilfreich, sich die aktuelle Mobilitätslandschaft anzusehen – was die Menschen wollen und was die nächsten Schritte sein sollten. Aber es ist auch wichtig, einen Zusammenhang herzustellen, indem wir uns ansehen, was bereits geschieht.



A futuristic car is shown at night, with its sleek, metallic body reflecting vibrant light trails in shades of red, orange, and blue. The car is positioned on the left side of the frame, with its front end and side mirror visible. The background is a dark, starry night sky with streaks of light, suggesting a high-speed or futuristic environment. The overall mood is one of innovation and forward-looking technology.

In der Zukunft dreht sich alles um Partnerschaften

Der Gedanke, mit Partnern zusammenzuarbeiten, ist zentral – weil die Zukunft der Mobilität viel zu weitläufig ist, als dass ein Unternehmen oder selbst eine Regierung sie alleine umsetzen könnte. Ein gutes Beispiel dafür ist die Arbeit, die die Avis Budget Group gemeinsam mit dem Technologieberatungsunternehmen Slalom unternimmt. Hier bekommen wir ein echtes Gefühl dafür, wie die Zukunft aussehen wird. Es handelt sich um eine Partnerschaft, die die Cloud in der Form von Amazon Web Services sowie Machine Learning nutzen wird, um eine Optimierungsmaschine für die vernetzte Auto-Mobilitätsplattform des Unternehmens aufzubauen.

Christopher Cerruto, Vice President von Global Architecture and Analytics bei der Avis Budget Group, erklärt: „Wir haben drei Hauptziele für Innovationen: die Neugestaltung des Vermietungserlebnisses, die Digitalisierung unseres Geschäfts und die Entwicklung neuer Modelle. Wir haben gemerkt, dass wir unsere Ziele mit unserer Mainframe-Technologie nicht erreichen können, weshalb wir uns entschieden haben, zu investieren, um ein API-angetriebenes Unternehmen zu werden“, so Cerruto. „Wir begannen zu überlegen, wie wir eine Mobilitätsplattform aufbauen könnten, um unsere Vision zu erfüllen und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen.“

Das beschreibt sehr genau, wie die Zukunft aussieht. Partner, Technologie und maschinelles Lernen arbeiten alle zusammen, um alles vom Energieverbrauch bis hin zum Vermietungsablauf zu verbessern. Eine interessante Erfahrung hierbei war, dass die Plattform aufgrund der Nutzung von Amazon Web Services – ausgewiesene Experten, was Cloud Computing betrifft – zehnmal schneller als erwartet gebaut wurde. Dies unterstreicht zwei häufige Thematiken in der heutigen Technologie: Kein Unternehmen verfügt alleine über das gesamte Know-how. Die Technologie treibt den Wandel voran, indem sie sich selbst befeuert.

Andere Projekte sind weniger offensichtlich technologiegetrieben. Die Avis Budget Group arbeitet seit 2017 mit Waymo zusammen, dem selbstfahrenden Automobilunternehmen, das sich im Besitz von Alphabet befindet. Damit will es dessen wachsende autonome Fahrzeugflotte sowie das Waymo Early Rider Programm unterstützen – letzteres ist ein öffentlicher Test von Waymos selbstfahrenden Autos in Phoenix, Arizona (USA). Im Zuge dieser Partnerschaft wartet die Avis Budget Group die steigende Anzahl von Waymos Autos, die sich auf der Straße befinden und stellt sicher, dass die selbstfahrenden Fahrzeuge immer für die Fahrgäste bereit sind.

Die Vorteile reichen über eine Geschäftstransaktion hinaus, bei der die Avis Budget Group über die Einrichtungen und das Fachwissen verfügt. Es bedeutet, dass wir viel mehr über den aufkommenden Bereich selbstfahrender Fahrzeuge lernen können. So sind wir mit diesen Fahrzeugen bereits vertraut, wenn sie am freien Markt verfügbar werden. Selbstfahrende Fahrzeuge sind vielleicht so etwas wie ein letztes Bindeglied zwischen Car-Sharing und Autovermietungsmodellen.

„Es ist wichtig, dass wir weiterhin mit Partnern aus der gesamten Mobilitätslandschaft zusammenarbeiten, um zum Aufbau einer vollständig vernetzten Infrastruktur für die Verbraucher beizutragen. Durch Partnerschaften wie mit Lyft, Via, Fetch, Waymo und Otonomo bis hin zu unserer kürzlich bekannt gegebenen Kooperation mit Uber bieten wir die Möglichkeit, das Kundenerlebnis zu verbessern und unsere Effizienz zu steigern. So wollen wir unsere Position als globaler Marktführer für Mobilitätslösungen weiter festigen.“

Katie Mille
Director of Strategy & Business Transformation -
International, Avis Budget Group

Auf dem Weg zu einer Mobilitätsrevolution

Es gibt noch sehr viele andere Beispiele. Die Avis Autovermietung unterhält eine Partnerschaft mit den Luxury Retreats von AirBnB und Zipcar nimmt an einem Pilotprojekt des US-Verkehrsministeriums in New York City teil, was 228 eigene Stellplätze für Zipcars bedeutet. Der Gedanke ist, dass diese langfristig Autos im Privatbesitz ersetzen werden – besonders für Haushalte mit einer niedrigen Autonutzung. Ein ähnliches System gibt es in London (Zipcars sind auch Teil der Citymapper Transit-App), während Avis Deutschland eine Partnerschaft mit Nextbike unterhält, das multimodale Fahrten ermöglichen will.

Die Mobilität steht am Rande einer Revolution. In zehn Jahren dürfte sich die Mobilitätslandschaft sehr stark von der heutigen unterscheiden. In 20 Jahren ist sie vielleicht nicht mehr wiederzuerkennen.

Die Branche befindet sich bei den physischen Dienstleistungen heute dort, wo sie vor 20 Jahren bei den digitalen Dienstleistungen war. Zuerst das Internet, dann das Mobiltelefon und nun die vernetzte Welt. Der große Unterschied ist vielleicht, dass es beim Internet um einzelne Disruptionsunternehmen wie Google und Amazon ging, während es bei dieser Revolution mehr um Partnerschaften gehen wird. Wie Cerruto über die Partnerschaft mit Slalom und Amazon Web Services sagt: „Als wir diese Reise begannen, wussten wir, dass wir sie nicht alleine unternehmen würden.“

Das Auto als Transportmittel ist sehr beliebt



75% besitzen ein eigenes Auto

54% würden überlegen, den Besitz des eigenen Autos aufzugeben, wenn es praktisch und leicht umzusetzen wäre



80%

80% der Befragten finden, dass der Besitz eines eigenen Autos wichtig ist.**



49%

49% finden, das Auto sei das ideale Transportmittel (verglichen mit 19% für den öffentlichen Verkehr)*

Was müsste existieren, damit Sie diese Veränderung vornehmen würden?



Verfügbarkeit von Fahrzeugen (78%)



Reparaturen und es wird sich um die Wartung gekümmert (46%)



Kostenvergleich zu Autobesitz (43%)



31%

Nur 31 % denken, dass der Besitz eines eigenen Autos im nächsten Jahrzehnt die beliebteste Art sein wird, ein Auto zu nutzen.

Die größten Motivationsfaktoren, um den Besitz des eigenen Autos aufzugeben sind:

65% Spart Geld

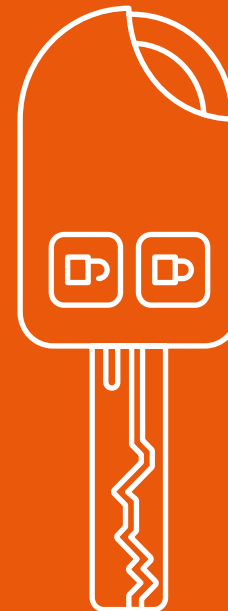


10%

Nur 10% der Befragten sagen, dass Sorgen um die Umwelt ein Faktor sind

Es macht Lust darauf, Dinge anders zu machen

Wären Sie bereit, eine neue Möglichkeit auszuprobieren, Zugang zu einem Auto oder Transporter etc. zu bekommen? Zum Beispiel ein Abonnement-Modell?



33%

sagten, sie würden es tun, wenn es flächendeckend in ihrem Gebiet verbreitet wäre

32%

sagten, wenn es von einer vertrauten Marke oder einem vertrauten Unternehmen käme

24%

sagten, sie wären vielleicht dazu bereit, wenn es von der Regierung reguliert wäre

* Die Zahl sinkt auf 53% in Singapur und 57% in Hongkong.

** Die Zahl sinkt auf 62% in Singapur und auf 70% in Hongkong.

ANHANG

Die internationale Mobilitätsrangliste

Die Avis Budget Group hat im Juli und August 2019 Untersuchungen unter 14.286 Erwachsenen in 16 internationalen Märkten in Auftrag gegeben, um die Einstellung der Verbraucher zur Mobilität zu ermitteln. Unter den Märkten waren: Österreich, Belgien, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Hongkong, Italien, Malaysia, Norwegen, Polen, Portugal, Singapur, Spanien, Schweden, die Schweiz und das Vereinigte Königreich. Nachfolgend finden Sie eine Zusammenfassung, in der die Einstellungen zur Zukunft der Mobilität in den verschiedenen Ländern verglichen und gegenübergestellt werden.

Figure 1.

Die Befragten erzählten uns, was ihrer Erwartung nach im nächsten Jahrzehnt die beliebteste Art sein wird, ein Auto zu nutzen.

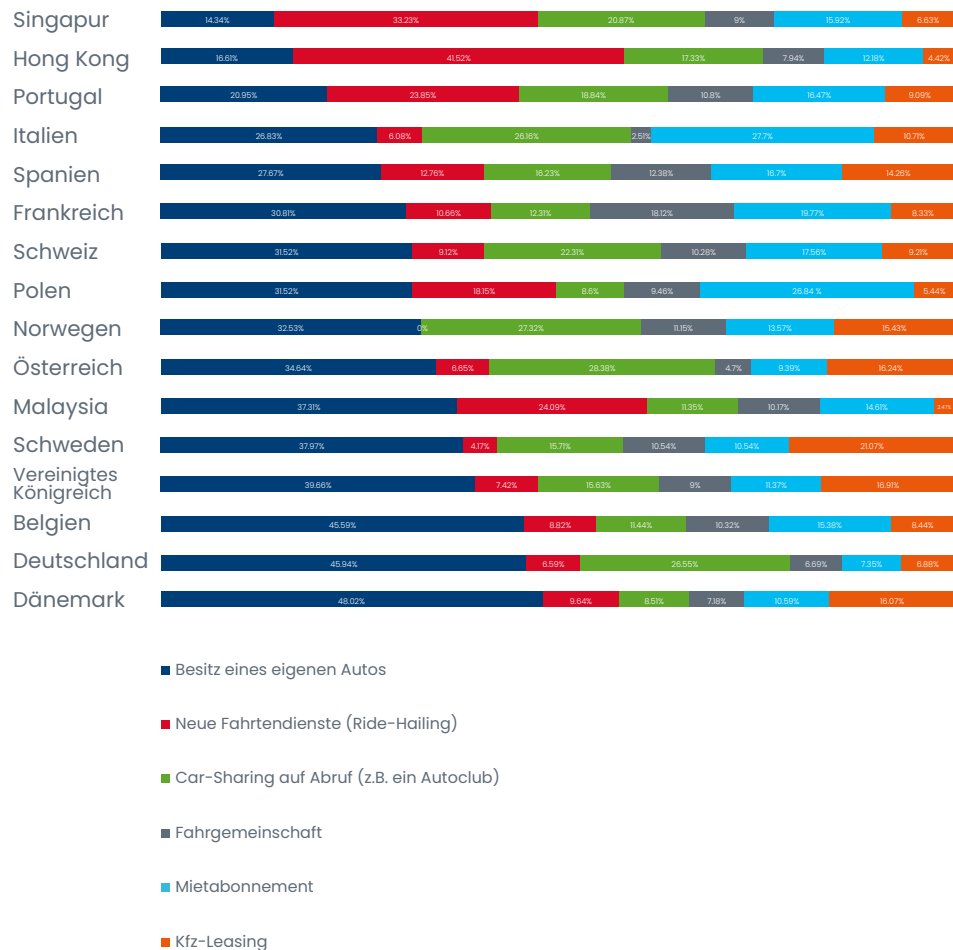


Figure 2.

Hier finden Sie die Reaktionen der Verbraucher auf die Frage, ob sie den Besitz eines eigenen Autos aufgeben und sich stattdessen auf einen langfristigen Miet-/Abonnementservice verlassen würden, wenn es bequem und einfach wäre.

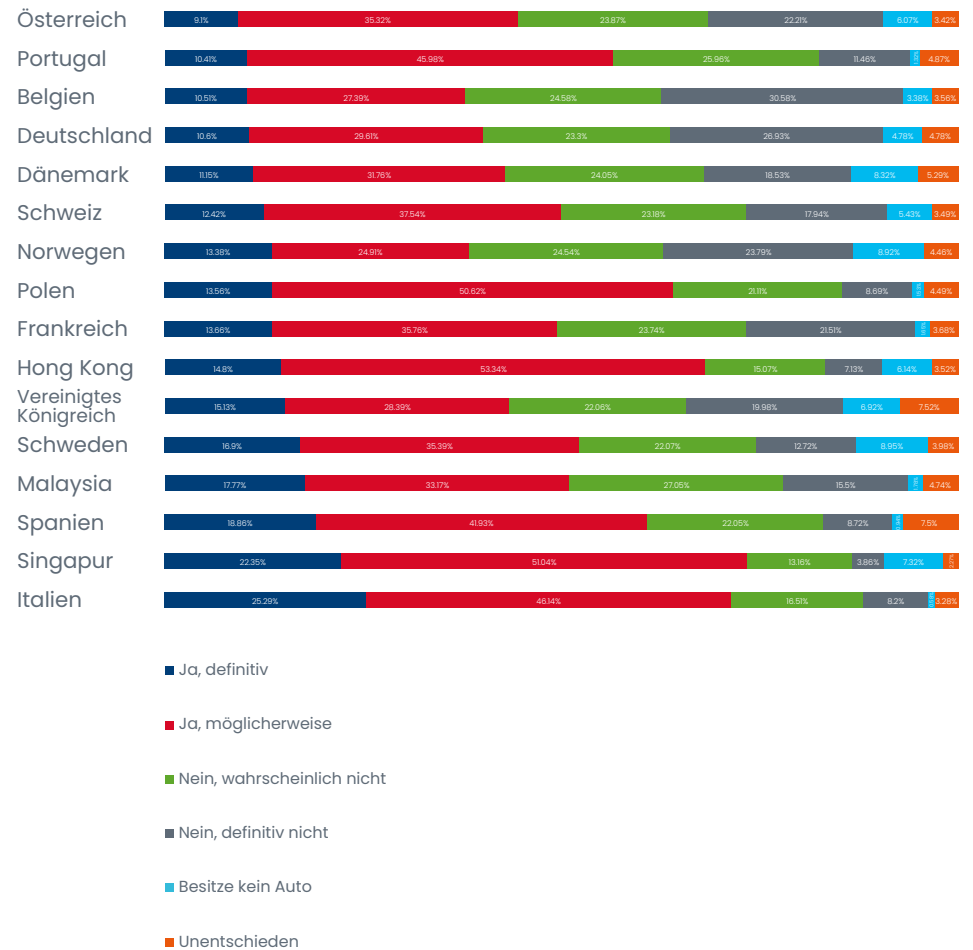
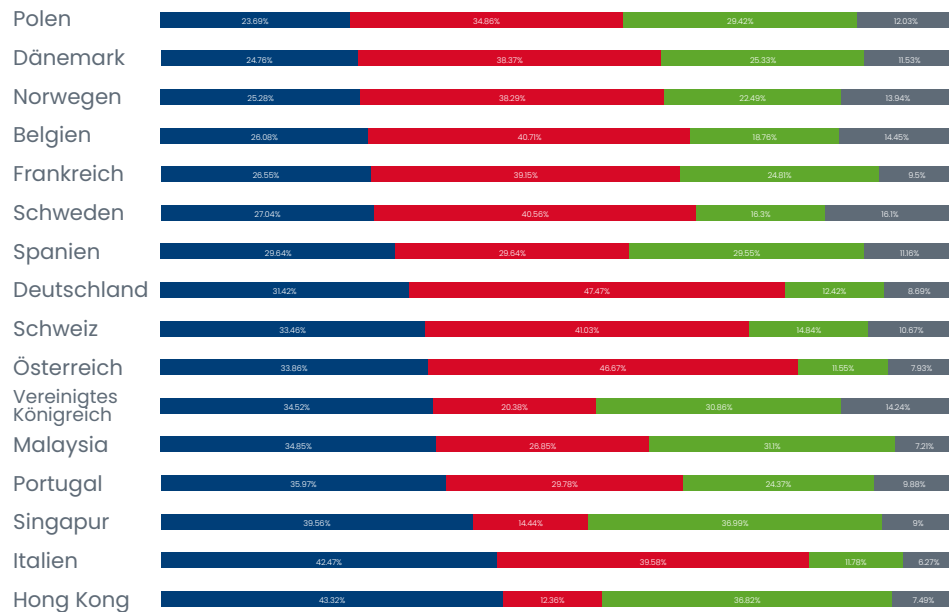


Figure 3.

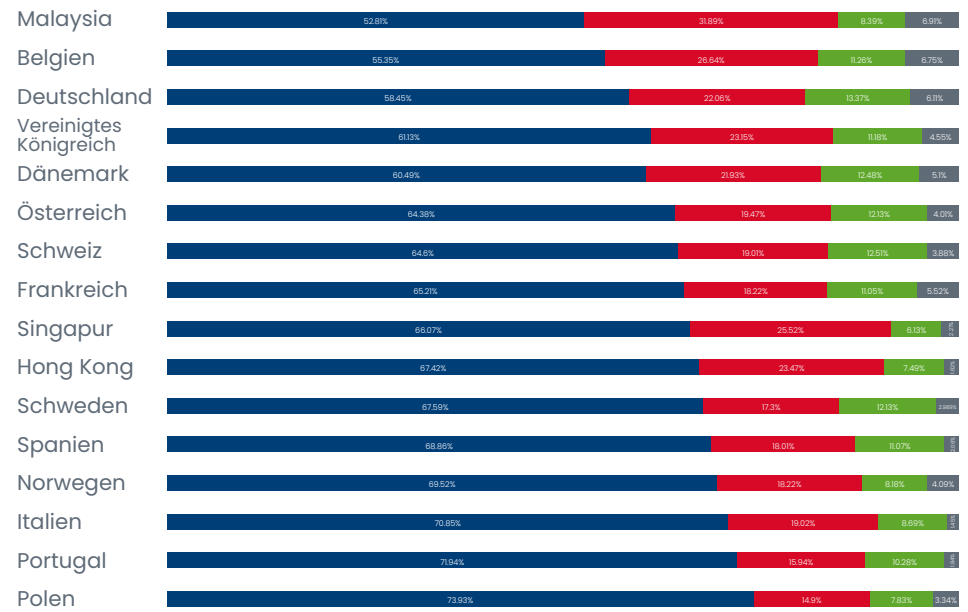
Die Verbraucher antworteten mit den folgenden Aussagen, die am meisten Anklang fanden, als sie gefragt wurden, ob sie bereit seien, eine neue Art des Zugriffs auf ein Auto/Kleinbus usw.. auszuprobieren, wie zum Beispiel ein Abonnementmodell.



- Ich würde sehr gerne eine neue Dienstleistung ausprobieren, wenn sie von einem Unternehmen oder einer Marke käme, der ich vertraue.
- Ich würde sehr gerne eine neue Dienstleistung ausprobieren, wenn es eine Lösung wäre, die in der Region weitverbreitet ist.
- Ich würde sehr gerne eine neue Dienstleistung ausprobieren, wenn sie von der Regierung reguliert würde.
- Ich würde sehr gerne eine neue Dienstleistung ausprobieren, wenn sie von einem Freund / einer Freundin empfohlen werden würde.

Figure 4.

Internationale Befragte erläutern die folgenden Beweggründe, den Besitz ihres eigenen Autos aufzugeben.



- Schont meine Geldbörse – wenn es kosteneffektiver für mich wäre, die laufenden Kosten und Wartungsarbeiten für ein Auto nicht mehr zu haben
- Besseres öffentliches Verkehrsnetz – wenn es an meinem Wohnort bessere öffentliche Verkehrsverbindungen gäbe
- Umweltfaktoren – ich mache mir große Sorgen um die Umweltverschmutzung und was der Autobesitz mit unserem Planeten macht
- Statussymbol – es ist mir nicht wichtig, dass ein Auto unter meinen Freunden und meiner Familie als Symbol für meinen Status gilt

Quellen

1. <https://www.un.org/en/development/desa/news/population/world-urbanization-prospects-2014.html>
2. https://think.ing.com/uploads/reports/ING_-_Car_sharing_unlocked.pdf
3. <https://www.ukfinance.org.uk/sites/default/files/uploads/pdf/UK-Finance-UK-Payment-Markets-Report-2019-SUMMARY.pdf>
4. <https://www.racfoundation.org/research/mobility/spaced-out-perspectives-on-parking>
5. https://www.egencia.com/public/uk/sem/business-travel-by-expedia?_bt=335498955493&_bk=%2Begencia&_bm=b&_bn=g&_bg=69218641324&gclid=EAlaIqobChMI08Dx36qb5AIVheF3Ch0CUAnzEAAYAiAAEgK9AvD_BwE
6. <https://www.jumia.co.ke/mobile-report/>
7. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/452923/future-cities-peak-car.pdf
8. <https://aws.amazon.com/partners/success/avis-budget-group-slam/>
9. <https://www.linkedin.com/company/avis-budget-group/>

avis budget group

Wollen Sie mehr erfahren?

avisbudgetgroup.com/roadahead

