

# Mobilitätskonzept für den Landkreis Aurich

Leitfaden zur Etablierung von  
Carsharing-Angeboten im ländlichen Raum



Mobilitätswerk GmbH

## Inhaltsverzeichnis

1. Einordnung, Ziel und Aufbau.....	3
1.1 Zielstellung.....	3
1.2 Aufbau des Leitfadens .....	3
2. Vorbereitungs- und Gründungsphase .....	5
2.1 Betreiberformat .....	5
2.2 Festlegung Größenordnung und Finanzierung.....	6
2.3 Fahrzeugbeschaffung.....	7
2.4 Fahrzeugvorbereitung.....	8
2.5 Buchungs- und Zugangssystem.....	8
2.6 Standortanforderungen .....	10
2.7 Vermarktung.....	11
3. Aufbau .....	12
3.1 Kooperationsaufbau.....	12
3.2 Stetige Vermarktung .....	12
3.3 Monitoring.....	13
4. Ausbau.....	13
4.1 Erhöhung der Fahrzeuganzahl.....	13
4.2 Erhöhung der Vielfalt an Fahrzeugtypen.....	13
4.3 Erschließung weiterer Standorte.....	14
5. Literaturverzeichnis .....	15

# 1. Einordnung, Ziel und Aufbau

## 1.1 Zielstellung



Der **Leitfaden stellt eine Ergänzung des Mobilitätskonzept** zur Untersuchung der Umsetzung von (E)-Carsharing Angeboten im LK Aurich dar. Ziel des Leitfadens ist es, den Kommunen ein **Vorgehen an die Hand zu geben**, auf welches zurückgegriffen werden kann, wenn eine **Umsetzung** tatsächlich angegangen wird.

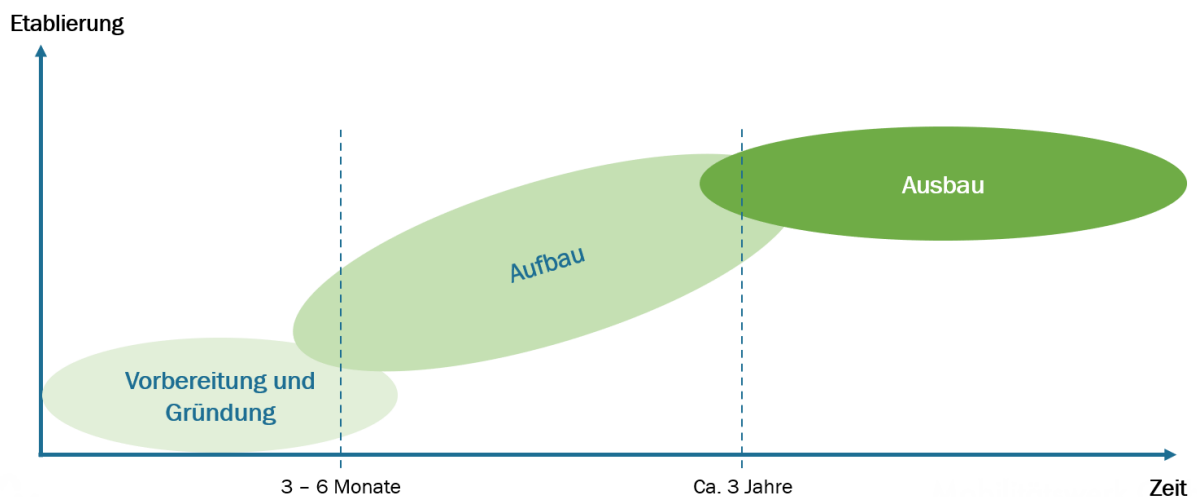
Für die Umsetzung von Carsharing-Angeboten gibt es nicht die eine richtige Lösung, welche überall funktioniert. Vor allem in ländlichen Räumen, in welchem Carsharing **schwierigen Voraussetzungen** gegenübersteht und eine Wirtschaftlichkeit nur schwer zu erreichen ist, stehen Kommunen der Frage einer sinnvollen Finanzierung und Subventionierung gegenüber.

Da eine Umsetzung auch im Landkreis Aurich vor allem aus finanziellen Gründen nicht nahtlos begonnen werden kann, dient der Leitfaden dem **Wissenstransfer**. Der Leitfaden soll Kommunen eine Orientierung geben, in welchen Phasen was zu entscheiden ist. Dabei werden strategische Empfehlungen und Rahmenbedingungen für die Umsetzung ausgesprochen.

## 1.2 Aufbau des Leitfadens



Der Leitfaden ist nach **den verschiedenen Implementierungsphasen** (vgl. Abbildung 1) gegliedert, sodass für jede Stufe begleitend individuelle Handlungsempfehlungen ausgesprochen werden. Es ist dabei zu betonen, dass die Phasen **fließend ineinander übergreifen**.



**Abbildung 1: Phasen bei der Etablierung eines Carsharing-Systems**

Für den Aufbau eines Carsharing-Systems stellen die ersten beiden Fahrzeuge jeweils individuelle Hürden dar. Ab einem dritten Fahrzeug sind einige Teile der Ausbaustruktur dynamisch skalierbar und ermöglichen somit ein dynamischeres Wachstum<sup>1</sup>. Voraussetzung hierfür stellen skalierbare

<sup>1</sup> [https://carsharing.de/sites/default/files/uploads/arbeitsschwerpunkte/leitfaden\\_neue\\_cs-angebote\\_ersandversion.pdf](https://carsharing.de/sites/default/files/uploads/arbeitsschwerpunkte/leitfaden_neue_cs-angebote_ersandversion.pdf)

Buchungs- und Zugangssysteme dar, die ortsungebunden funktionieren und nicht für jeden Standort separat aufzubauen sind.

Zu Beginn steht die **Vorbereitungs- und Gründungsphase**, welche neben der **Beschaffung und Ausrüstung erster Fahrzeuge** auch die konkrete **Auswahl** der ersten 1 - 2 **Standorte** sowie die Klärung rechtlicher und technischer Fragen beinhaltet. Aufgrund der aktuellen Bedarfssituation des Landkreises Aurich sind allerdings auch vorbereitende Vermarktungsaktionen in dieser Phase zentral, um eine grundlegende Nachfrage nach dem Carsharing-Angebot sicherzustellen.

Fließend an die Vorbereitungs- und Gründungsphase knüpft die **Aufbauphase** an. Während dieser gilt es, den Schwung nach der Einführung aufrechtzuerhalten und die Nutzerzahlen kontinuierlich auszubauen, sodass das Ziel einer wirtschaftlichen Tragbarkeit auf absehbare Zeit (in ländlichen Gebieten durchschnittlich erst nach 3 - 4 Jahren) erreicht werden kann. Sobald die ersten Fahrzeuge in Betrieb genommen worden sind, ist darüber hinaus die Implementierung eines Monitoringsystems notwendig, um Informationen über die Nutzungsentwicklung zu sammeln, die wertvolle Erkenntnisse für den weiteren Verlauf des Carsharings bieten können.

Sollte sich eine gute Annahme des ersten/der ersten Fahrzeuge/s abzeichnen oder die Forderung nach weiteren Standorten, beispielsweise durch potentielle Ankernutzende, bestehen, kann die dritte Phase, die **Ausbauphase** eingeleitet werden. Das Ziel dieser Phase besteht darin, weitere Standorte zu erschließen und/oder über zusätzliche Fahrzeuge verschiedener Fahrzeugklassen weitere Nutzende für das System zu gewinnen.



**Abbildung 2: Exemplarische Visualisierung eines Carsharing-Angebotes (Quelle: Midjourney, Inc.)**

## 2. Vorbereitungs- und Gründungsphase

Steht für eine Kommune die Entscheidung fest, dass ein (E-)Carsharing Angebot geschaffen werden soll, müssen Rahmenbedingungen festgelegt werden. Dies geht der Gründung und dem Start eines Angebotes voraus. Die relevanten zu treffenden Entscheidungen und zu wählenden Parameter sind im Folgenden dargelegt.

### 2.1 Betreiberformat



*Zu Beginn gilt es, sich für ein Betreiberformat zu entscheiden. Mit dem gewählten Betreiberformat gehen unterschiedliche Aufgaben der Kommune einher. Für die Kommunen im Landkreis Aurich wird empfohlen, dass entweder eine vereins-/genossenschaftliche Initiierung oder ein (gemeindegestützter) Betrieb durch einen externen, kommerziellen Anbieter sinnvolle Varianten darstellen.*

#### VEREINS-/GENOSSENSCHAFTLICHER BETRIEB

Carsharing Angebote, welche aus einer vereins-/genossenschaftlichen Initiative entstehen, sind in ländlichen Räumen oft erfolgreich. Allerdings ist grundlegende Voraussetzung, dass es zentrale und **aktive Kümmerer** gibt, welche die **Initiative und weiteren Prozessschritte federführend übernehmen**. Es braucht dabei mehrere Personen, die sich kontinuierlich ehrenamtlich oder durch die Gemeinde unterstützt für den **Erhalt und die Weiterentwicklung des Modells einsetzen**. Zum Zeitpunkt der Konzeptstudie war dies **nicht der Fall**.

Die Vereinslösung stellt die in Betrieb und Unterhalt kostengünstigere Variante dar. Über die Mitglieder wird der Unterhalt des/der Fahrzeuge/s organisiert und diese stellen gleichzeitig die Nutzenden des Modells dar. Als Projektträger werden alle Geschäfte des Carsharings über den Verein abgewickelt und in der Satzung festgehalten. Eine geeignete **Vorlage für die Satzung** ist bei Dörpsmobil zu finden<sup>2</sup>.

Für die Gründung eines Vereins ist ein Zusammenschluss von mindestens 7 Personen notwendig, welcher einem gemeinschaftlichen ideellen Zweck verfolgt und durch einen Vorstand nach außen hin vertreten wird. Dies kann sowohl über die Gründung eines neuen Vereins als auch über die **Erweiterung der Tätigkeitsfelder bestehender Vereine** erfolgen.

#### (GEMEINDEGESTÜTZTER) BETRIEB DURCH EINEN KOMMERZIELLEN ANBIETER

Wird sich für den Betrieb durch einen kommerziellen Anbieter entschieden, ist aus rechtlicher Sicht zu beachten, dass ab einem Volumen von 1.000 € eine öffentliche Ausschreibung für die Carsharing-Dienstleistung aufzusetzen ist. Es ist davon abzusehen, den Preis als primäres Zuschlagskriterium zu definieren, da zugunsten reduzierter Kosten meist an Geld für Betreuung und Marketing gespart wird, welche beide zwei zentrale Bausteine für eine nachhaltige Etablierung darstellen.

Da im ländlichen Raum kein hohes Interesse Seitens der Anbieterlandschaft besteht, müssen diese aktiv auf die potentielle Leitungsausschreibung aufmerksam gemacht werden. Es ist sehr zu empfehlen, vorab Gespräche mit potentiellen Anbietern zu führen und geeignete Möglichkeiten abzustecken. Es ist zielführend mit den Anbietern zu besprechen, welche Rahmenbedingung in der Ausschreibung festgelegt werden müssten, um überhaupt eine Markterschließung zu erreichen. Hierzu

<sup>2</sup> [https://www.doerpsmobil-sh.de/fileadmin/user\\_upload/Satzungentwurf\\_Doerpsmobil\\_Beiispiel\\_Kaaks.docx](https://www.doerpsmobil-sh.de/fileadmin/user_upload/Satzungentwurf_Doerpsmobil_Beiispiel_Kaaks.docx)

gibt es auch die Möglichkeit eines kommerziellen Sponsorings, wobei die Fahrzeuge als Werbefläche dienen können. Des Weiteren sind Partnerschaften in Form von gemeinsamen Marketingaktionen oder Veranstaltungen möglich.

Je nach Anbieter unterscheiden sich die **Art und Höhe der nötigen Eigenleistungen der Kommunen**.

Einige Vertragsmodelle enthalten eine **Absicherung der entstehenden Kosten durch die Kommune** (den Besteller). Dies dient dazu, dass der Anbieter keine Verluste mit der Markterschließung einfährt und zumindest die entstehenden Kosten gedeckt werden. Dies dient auch dazu, die Kosten nicht vollständig auf den Endkunden übertragen zu müssen, was zu hohen Ausleihkosten führen und somit eine zusätzliche Nutzungsbarriere herbeiführen und eine Etablierung erschweren würde. Die erhöhten Kosten (ggü. einem vereinsbasierten Modell) begründen sich dabei weniger in Gewinnabsichten des Anbieters, sondern primär in den Personalkosten für die Wartung und den Betrieb des Systems, welche anders als im Vereinsfall nicht ehrenamtlich bearbeitet werden.

Bei anderen Anbietern muss die **Kommune neben dem Stellplatz auch die Ladeinfrastruktur selbst finanzieren und bereitstellen**, der Sharing-Anbieter stellt dann die Fahrzeuge für die Kommune unentgeltlich bereit. Die Anbieter wirtschaften in dem Fall je Standort auf eigenes Risiko und erzielen Erlöse über die Fahrzeugausleihen und den Verkauf von Strom an der Ladesäule.

Viele Anbieter möchten zudem in einem Zeitraum von 4 – 10 Jahren eine **Eigenwirtschaftlichkeit absehen können** und machen das zur weiteren indirekten Bedingung der Markterschließung. Entsprechend muss **Engagement und (Vor-)Arbeit in die Aktivierung potentieller Nachfragenden** gesteckt werden. Vor allem Ankernutzende, wie Verwaltungen und Unternehmen, können dabei eine wichtige Rolle spielen. Durch eine festgelegte monatliche Nutzung der Fahrzeuge mehrerer Akteure kann die Wirtschaftlichkeit schneller erreicht werden.

## 2.2 Festlegung Größenordnung und Finanzierung

Für die Gründung eines Carsharing-Angebotes muss entschieden werden, mit **wie vielen Standorten und Fahrzeugen** begonnen werden soll. Dies sollte vor allem anhand der folgenden zwei Faktoren festgelegt werden:

- Die **zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel** unter Berücksichtigung von Förderungen und ehrenamtlichen Engagement
- **Objektives Nutzungspotential** des Angebotes

Allgemein empfiehlt sich der Start eines Carsharing-Angebots in einer Region mit mindestens zwei Fahrzeugen, um die Systemkosten für das Buchungssystem und den Pflegeaufwand auf mehrere Fahrzeuge verteilen zu können und eine einfachere Erweiterung zu ermöglichen. Die Auswahl zweier Standorte lässt darüber hinaus die Generierung von Vergleichswerten zu und führt zu einer höheren räumlichen Präsenz.

Insbesondere in der **Gründungs- und Aufbauphase sind Carsharing-Systeme nicht kostendeckend**. Auch wenn eine langfristige Kostendeckung als Ziel von Carsharing angestrebt wird, ist dies erst mit einem etablierten Kundenstamm und der Umlegung von Anfangsinvestitionen auf genügend Nutzungen möglich. Für eine erfolgreiche langfristige Umsetzung kann es daher nötig sein, in der Anfangsphase **Kosten, die nicht über die Ausleihen gedeckt werden können**, über **andere finanzielle Mittel** zu unterstützen. Erfolgt der Carsharing Betrieb über einen etablierten Anbieter, unterstützt die Kommune entweder von vornherein durch die Absicherung der Kosten (siehe 2.1) oder der Anbieter wirtschaftet für sich. Dabei findet in Summe eine Querfinanzierung der nicht kostendeckend laufenden durch wirtschaftlich sehr gut laufende Standorte statt.

Allgemein kommen verschiedene Unterstützungsmodelle, je nach Konstellation der Betreiberform, für die entstehenden Kosten infrage, wobei diese nicht nur durch die Gemeinden, sondern auch durch ansässige Unternehmen oder Förderprogramme des Bundes erbracht werden können:

- Übernahme der Fahrzeugbeschaffungskosten
- Übernahme eines Kostenprozentsatzes
- Übernahme der Ladeinfrastrukturkosten
- Übernahme der Stromkosten

Die entsprechenden Kosten werden vorzugsweise anteilig übernommen, um über den Eigenanteil des Anbieters weiterhin eine Anreizsetzung zu integrieren.

Im Gegenzug für die dargebotene finanzielle Unterstützung kann eine werbewirksame Platzierung der Förderer oder eine langfristige Kooperation, beispielsweise für die Fahrzeugbeschaffung über ein kooperierendes Autohaus, angeboten werden.

## 2.3 Fahrzeugbeschaffung



*Bei einem Betrieb durch einen kommerziellen Anbieter bestehen in der Regel etablierte Beschaffungs- und Austauschstrukturen für die Fahrzeuge. Als Kommune oder Landkreis muss sich in dem Fall lediglich um die Fahrzeugauswahl (Fahrzeugtyp, Antrieb, etc.) gekümmert werden.*

*Im Fall einer vereinsbasierten Lösung müssen Strukturen zur Fahrzeugbeschaffung zunächst entwickelt werden. Dabei sollten bestehende örtliche Möglichkeiten (z. B. Angebote lokaler Autohäuser für die Wartung der Fahrzeuge oder bereits vorhandene Fahrzeuge in der Gemeinschaft) evaluiert werden.*

### FAHRZEUGAUSWAHL

Die Auswahl eines geeigneten Fahrzeugs stellt einen zentralen Baustein für die Annahme des Car-sharing dar. Folgende Kriterien sind für die Auswahl entscheidend:

- Fahrzeuggröße
- Fahrzeugtyp
- Antriebsart

Aus Beobachtungen anderer E-Carsharing-Systeme geht hervor, dass das Modell Renault Zoe eine gute Balance zwischen Reichweite, Ladeoptionen, Raumangebot, Qualität und Preis darstellt und entsprechend oft als E-Fahrzeug gewählt wird.

Gerade zu Beginn eines neuen Carsharing-Systems mit Unsicherheiten bei der Akzeptanz und den gewählten Standorten kann ein Fahrzeug mit Verbrennungsmotor zunächst sinnvoll sein. Dies reduziert die anfänglichen Investitionen in die Ladeinfrastruktur und den Beschaffungspreis des Fahrzeugs. Darüber hinaus kann der Standort flexibler gewechselt werden, da weniger örtliche Infrastruktur aufgebaut werden muss. Ein Wechsel hin zu E-Fahrzeugen nach einer erfolgreichen Aufbauphase (bzw. nach Ablauf des Leasingvertrags) ist problemlos abzuwickeln.

### LEASING

In den meisten Fällen stellt das Leasing der Fahrzeuge das sinnvollere Modell dar, da hier eine deutlich geringere Kapitalbindung vorhanden ist und der Aufwand beim Wechsel der Fahrzeuge geringer ausfällt. Außerdem wird so sichergestellt, dass in regelmäßigen Zyklen ein neues Fahrzeug zur Verfügung steht. Damit stellt das Carsharing-Fahrzeug immer ein modernes, dem Stand der

Technik entsprechendes Modell dar. Dies ist vor allem bei der Wahl eines E-Carsharings ein deutlicher Vorteil, da sich die Technologie in dem Markt stets verbessert. Ein Fahrzeugwechsel alle 2 – 3 Jahre stellt jeweils einen deutlichen Fortschritt dar.

## FAHRZEUGKAUF

Der Kauf von Fahrzeugen kann sinnvoll sein, wenn zu Beginn der Einführung eine hohe Kapitalverfügbarkeit gegeben ist und hierfür keine Kredite aufgenommen werden müssen. Dies ist beispielsweise bei einer Förderung der Anschaffung durch externe Stellen (Landkreis, Land, Bund, Unternehmen etc.) gegeben. Dann kann der Fahrzeugkauf seinen Vorteil ausspielen, günstiger im Unterhalt zu sein und eventuelle Probleme mit der Leasinggesellschaft bei der Rückgabe ausschließen zu können. Darüber hinaus entsteht der Vorteil, an keine feste Vertragslaufzeit für die Nutzung gebunden zu sein.

## 2.4 Fahrzeugvorbereitung



*Die Fahrzeugvorbereitung ist nur bei vereinsbasierten Lösungen relevant. Entscheidet man sich für einen externen Anbieter, übernimmt dieser die Fahrzeugvorbereitung.*

Nach erzeugter Fahrzeugbeschaffung müssen die Fahrzeuge mit geeigneter Hard- und Software ausgestattet werden. Dies dient folgenden Funktionen:

- Öffnen und Schließen der Fahrzeuge von außen und aus der Ferne
- Erfassung der gefahrenen Kilometer für die Abrechnung sowie
- Aufzeichnung des Fahrzeugstandortes aus Sicherheitsgründen

Hierzu gibt es Anbieter, die die entsprechenden Produkte offerieren<sup>3</sup>. Dabei sind Hard- und Software bereits bestens aufeinander abgestimmt und erprobt. Im Set mit einer Buchungsplattform (App und Web) ist es sehr sinnvoll, eine solche Komplettlösung einzukaufen. Dies stellt dann monatliche Betriebskosten dar. Im Fall von Flinkster wird neben dem Buchungssystem auch direkt eine Integration in das Flinkster-Netzwerk vorgenommen<sup>4</sup>.

Für die Nachvollziehbarkeit von Fahrten, Schäden und Wartungen der Fahrzeuge verwenden viele Anbieter von Carsharing Fahrtenbücher. Diese können digital verwaltet werden.

## 2.5 Buchungs- und Zugangssystem



*Buchungs- und Zugangssystem ist bei externen Anbietern Leistungsbestandteil und wird automatisch mitgebracht. Entscheidet man sich für eine vereinsbasierte Lösung, muss ein geeignetes System gefunden und organisiert/eingekauft werden.*

Die Registrierung neuer Nutzenden kann über schriftliche Anträge oder eine Onlineregistrierung erfolgen. Um (räumliche) Barrieren für die Registrierung abzubauen, wird eine **Onlineregistrierung** in jedem Fall **empfohlen**. Eine Registrierung über einen schriftlichen Antrag kann als ergänzender

---

<sup>3</sup> Bsp. MOQO (ab 5 Fahrzeugen): <https://moqo.de/shared-mobility>, Fleetster (ab 3 Fahrzeugen): <https://www.fleetster.de/flotten-software/oeffentliches-carsharing> oder Flinkster: <https://anmeldung.flinkster.de/de/kooperationspartner?>

<sup>4</sup> Bsp. meiaudo CarSharing Bamberg: <https://www.meiaudo.de/funktionieren.html>

Service bereitgestellt werden, falls Interessierte die Möglichkeit der Onlineregistrierung nicht wahrnehmen können. Es sind allerdings personelle Mehrkosten zu beachten.

Die Durchführung einer SCHUFA-Prüfung neuer Mitglieder im Rahmen des Registrierungsprozesses wird empfohlen, um Zahlungsausfälle zu vermeiden. Es ist allerdings zu beachten, dass dies zu verlängerten Registrierungszeiten führen kann, was einer spontanen Nutzung entgegensteht. Alternativ kann die Gewährleistung auch, wie bei Mietwagen üblich, über das Hinterlegen einer Kaution hergestellt werden.

Für die **Buchungen des Fahrzeuges** werden moderne und nutzerfreundliche **app- und webgestützte Systeme** empfohlen. Für eine erhöhte Inklusion von Menschen mit weniger Zugang zu digitalen Medien kann auch eine telefonische Buchung angeboten werden, die allerdings mit einem erhöhten Personal- und Kostenaufwand je Buchung einhergeht. Eine Buchung vor Ort wird nicht empfohlen, da personelle Verfügbarkeiten, z. B. in den Kommunen i. d. R. sowieso schon sehr begrenzt sind und zusätzliche Aufgaben neben den Hauptaufgaben nicht zielführend sind.

Der **Zugang zu den Fahrzeugen** kann **gleichberechtigt über eine App und eine NFC-Chipkarte** bereitgestellt werden, sodass sowohl für telefonische als auch digitale Buchungen effiziente Umsetzungsmöglichkeiten vorliegen. Der Zugang über einen Schlüssel in einem Tresor wird aufgrund von Sicherheitsrisiken und erhöhten infrastrukturellen Aufwands nicht empfohlen. In Abbildung 3 ist eine Übersicht verschiedener Registrierungs-, Buchungs- und Zugangssysteme zu sehen.



Abbildung 3: Übersicht verschiedener Registrierungs-, Buchungs- und Zugangssystem

Insgesamt wird die Schaffung eines **modernen und skalierungsfähigen Systems** empfohlen, um den angestrebten **Ausbau des Systems einfach zu gestalten**. Analoge Lösungen können unterstützend hinzugezogen werden, um auch Nutzende ohne digitale Medien Zugang gewährleisten zu können. Diese sind allerdings je Nutzenden mit erhöhten Aufwänden und Fixkosten verbunden.

Sollten sich spezifische Anforderungen seitens der Kund\*innen, wie z. B. Blockbuchungen oder Langzeitmieten, abzeichnen, ist dies bei der Ausschreibung für ein Buchungssystem zu berücksichtigen.

## 2.6 Standortanforderungen



*Unabhängig von der gewählten Betreiberform des Carsharings ist die Wahl der Standorte eine wichtige Entscheidung. Dabei gibt es einige Parameter, die den Erfolg eines Carsharing-Angebotes positiv unterstützen können. Im Folgenden wird dies im Allgemeinen dargelegt und spezifisch auf den LK Aurich eingegangen. Um die individuellen Fahrzeugkosten geringer zu halten, ist eine Bereitstellung von mindestens zwei Fahrzeugen ab Start empfehlenswert.*

**Attraktive Standortvoraussetzungen** für ein potenziell erfolgreiches Carsharing-Angebot sind:

- Gute Sichtbarkeit
- Möglichst hohe Einwohnerdichte (im 500m Radius)
- Gute ÖPNV-Versorgung/Starker Umweltverbund
- Möglichst Parkdruck in der Umgebung
- Unternehmen/Verwaltung im Umkreis

Weitere hilfreiche Standortvoraussetzungen:

- Verfügbarkeit kommunaler Stellfläche
- Stromversorgung möglich (bzgl. Ladeinfrastruktur für E-Fahrzeuge)

Gerade im ländlichen Raum, wie auch im Landkreis Aurich, sind diese Kriterien nur schwer erfüllbar. Vor allem in kleineren Gemeinden gibt es selten Standorte, die die Kriterien in der Verknüpfung erfüllen. Mit viel Engagement der Initiatoren vor Ort kann ein Carsharing trotzdem erfolgreich werden (vgl. nachfolgendes Kapitel Vermarktung).

### ANFORDERUNGEN AN UND VORBEREITUNG DER KONKRETEN STELLPLÄTZE

Auch innerhalb der ausgearbeiteten Pilotgebiete für die Carsharing-Nutzung ist die Wahl eines **passenden Stellplatzes** von zentraler Bedeutung, um die Vorteile des Standortes auch in eine tatsächliche Nutzungsbereitschaft zu konvertieren.

Hierfür ist es notwendig, einen öffentlichen Zugang zum Stellplatz zu gewährleisten, der nicht an bestimmte Zeiten oder eine Anmeldung gebunden ist. Am besten eignen sich hierfür öffentliche Stellplätze, welche für die Carsharing-Nutzung reserviert werden. Darüber hinaus sollte der Stellplatz gut einsehbar und nicht zu eng sein, was sowohl das Auffinden des Fahrzeuges als auch das Wohlbefinden bei Abholung/Abstellung der Fahrzeuge vergrößert.

Für die ausgewählten Carsharing Stellplätze ist eine **gute Beschilderung sowie das Anbringen von Bodenmarkierungen** zu empfehlen, um ein korrektes Abstellen der Fahrzeuge zu unterstützen. Eine nächtliche **Beleuchtung** des Stellplatzes (ggf. mit Bewegungsmelder) kann das Wohlbefinden in Bezug auf die soziale Sicherheit, aber auch den Ausleihprozess verbessern. Findet dieser App-gestützt statt, ist eine stabile Netzabdeckung des Standortes durch alle Mobilfunknetze zu beachten.

Sollten Elektrofahrzeuge genutzt werden, ist der Standort darüber hinaus so zu wählen, dass die **Bereitstellung von Ladeinfrastruktur** über einen Stromanschluss mit geringem Aufwand möglich ist. Meist sind daher Stellplätze angrenzend an die umliegenden Gebäude sinnvoll.

Um einen späteren Ausbau des Carsharing-Angebotes am Standort leicht zu ermöglichen, sollte der Standort die Möglichkeit bieten, weitere Stellplätze zu einem späteren Zeitpunkt für Carsharing umzuwidmen.

## 2.7 Vermarktung



*Unabhängig von der gewählten Betreiberform des Carsharings ist eine gezielte und fortwährende Vermarktung, das Betreiben von Kommunikationsmaßnahmen und stetige Werbung essenziell, um eine ausreichende Nutzerschaft für das Carsharing-Angebot vor allem im ländlichen Raum zu generieren.*

Im Rahmen der Gründungsphase sollte ein neues Mobilitätsangebot möglichst umfangreich beworben werden. Wichtig ist es, dass alle Zielgruppen erreicht werden. Das bedeutet, dass zielgruppenspezifische Botschaften und Kanäle genutzt werden müssen.

Um die **Bevölkerung zu aktivieren**, sind öffentliche und regionale Medien in Print und digitaler Form zu nutzen. Soziale Medien und auch die Mund-zu-Mund-Werbung nehmen dabei den größten Stellenwert ein. Eine umfangreiche Beschreibung von Kommunikationsmaßnahmen findet sich in der Konzeptstudie.

Um die **Zielgruppe von Unternehmen und Verwaltungen als Ankernutzende** zu erreichen, müssen landkreisinterne Kommunikationswege und Termine genutzt werden, um das Angebot zu vermarkten. Hilfreich ist eine Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung und Multiplikatoren wie der IHK/HWK. Außerdem sollten in der Gründungsphase politische Termine genutzt werden, um alle Vertreter der Kommunen zu informieren.

Für eine **erfolgreiche Vermarktung** sind die fünf zentralen Kriterien einer gelungenen Öffentlichkeitsarbeit zu beachten:

1. **Systematik:** Die Anzeigen sollten aufeinander abgestimmt und in einem logischen Zusammenhang eingebettet sein. Eine langfristige Planung kann hierfür hilfreich sein.
2. **Vielseitigkeit:** Eine Auswahl unterschiedlicher Designs und Inhalte sollte über verschiedene Wege und Plattformen gestreut werden. Ziel ist es, einen Gewöhnungseffekt und dadurch schwindende Aufmerksamkeit für die Anzeigen zu vermeiden und möglichst viele Interessent\*innen zu gewinnen. Gleichzeitig sind zentrale Merkmale für einen Wiedererkennungseffekt beizubehalten.
3. **Kontinuität:** Durch die Vielzahl von Anzeigen, die uns täglich erreichen, werden einzelne nicht immer wahrgenommen. Durch eine Kontinuität, die sowohl Verlässlichkeit als auch eine langfristige Umsetzung vermittelt, können potentielle Unterstützer\*innen aktiviert werden.
4. **Glaubwürdigkeit:** Die dargestellten Informationen sollten belegbar und nachvollziehbar sein. Neben einer einfachen Zugänglichkeit der Aussagen ist auch eine Transparenz über aktuelle Hürden anzustreben, um keine unrealistischen Erwartungen zu wecken.
5. **Integration:** Die Vermarktung sollte in Abstimmung mit weiteren Projekten des Landkreises erfolgen (z.B. Smart City), um Synergieeffekte zu nutzen.

### 3. Aufbau



*Nach der Gründung eines Carsharing-Angebotes gilt es, das System durch die stetige Gewinnung weiterer Nutzenden zu stärken. Ein langfristiger Ausbau ist nur möglich, wenn eine Wirtschaftlichkeit erzielt wird. Um dieses Ziel in der Aufbauphase zu fokussieren, ist stetiges Marketing und Monitoring relevant. Auch Kooperationen mit weiteren Mobilitätsanbietern können unterstützend wirken.*

#### 3.1 Kooperationsaufbau

Der Aufbau von **Kooperationen**, bspw. mit **anderen Carsharing-Anbietern**, stellt eine wichtige Möglichkeit dar, den Nutzenden nicht nur eine geteilte Autonutzung vor Ort, sondern darüber hinaus weitere Leistungen anzubieten. Ein weit verbreitetes Beispiel stellt die Einbindung in ein größeres Carsharing-Netzwerk dar, sodass eine sogenannte Quernutzung ermöglicht wird. Dies bedeutet, dass Nutzende des Carsharings im LK Aurich auch deutschlandweit ohne weitere Registrierungen und über die gewohnte Abrechnungsmethode Fahrzeuge von Kooperationspartnern verwenden können. Umgekehrt ermöglicht dies eine touristische Erschließung des Carsharings im LK Aurich, wenn Bestandskund\*innen von Kooperationspartnern ohne weitere Registrierung das örtliche Carsharing-Fahrzeug nutzen können.

Dies ist ein relevanter Aspekt, wenn eine eigene Vereinsbasierte Carsharing-Etablierung stattgefunden hat. Wurde ein etablierter Anbieter gewählt, ist eine Nutzung weiterer Fahrzeuge an anderen Standorten des Anbieters generell möglich.

Auch eine **Verknüpfung mit ÖPNV-** oder (Lasten)Bikesharing-Angeboten sind an vielen Orten verbreitet. Hinsichtlich des ÖPNV ist ein gängiges Angebot, für Inhaber von ÖPNV-Abos die Gebühren der Carsharing Nutzung zu rabattieren. Nutzen die Bürger\*innen die Verkehrsangebote des Umweltverbundes inter- und multimodal entstehen Synergien zwischen ÖPNV und Carsharing. Die Potentiale können auf diesem Weg genutzt werden und langfristig wird ein Umsteigen vom eigenen Pkw besser unterstützt. Sollten weitere Sharing-Angebote im Landkreis Aurich geplant werden, sollten diese zusammen mit dem Carsharing gedacht werden.

Kooperationen können allerdings auch mit einem örtlichen Autohaus für die Beschaffung und den Service der Fahrzeuge geschlossen werden. Mit anderen örtlichen Unternehmen kann beispielsweise eine gemeinsame Vermarktung oder ein Sponsoring angestrebt werden.

#### 3.2 Stetige Vermarktung

An den generellen Kriterien für eine erfolgreiche Vermarktung ändert sich auch nach der Gründung nichts. Wichtig ist, im Laufe der Zeit durch neue Kampagnen weitere Vorteile des Carsharings zu kommunizieren und eine **dauerhafte Präsenz** zu zeigen.

Besondere Marketing-Aktionen, wie Rabattwochen, können darüber hinaus auch Bestandskund\*innen aktiv halten. Es ist denkbar, für diese Aktionen Kooperationen zu nutzen. Beispielsweise könnte in Kooperation mit der örtlichen Sparkasse für deren Kund\*innen die Registrierungsgebühr geschenkt werden, wenn innerhalb eines Monats drei Fahrten absolviert werden, oder es kann eine Lebensmittelbox über einen örtlichen Supermarkt bereitgestellt werden.

Neben der professionellen Vermarktung erhält insbesondere in ländlich geprägten Regionen aber auch die **Vermarktung** durch aktive Nutzende („**Mund-zu-Mund-Propaganda**“) eine besondere Bedeutung. Insofern ist es wichtig, diese Kommunikation über Bestandskunden durch positive Nut-

zungserlebnisse, aber auch über gelegentliche Aktionen, wie Rabatte bei Empfehlung neuer Nutzenden, zu stärken. Hierzu ist auch eine gemeinsame Austauschplattform hilfreich, auf der Bestandskund\*innen ihre Erfahrungen und Hinweise teilen können.

Die Einbettung des Mobilitätsangebotes in Aktionen der Gemeinde, wie Dorffeste und ähnliches, ist empfehlenswert. Ein **niederschwelliges Ausprobieren und Erlebarmachen** der Fahrzeuge senken erfahrungsgemäß die Berührungspunkte und Hemmschwellen zur Nutzung.

### 3.3 Monitoring

Für eine zielgerichtete Weiterentwicklung des Systems ist es nötig, **Nutzungskennzahlen systematisch aufzunehmen und auszuwerten**. Hierzu gehören Auslastungen der Fahrzeuge, Standorte, Schäden, Kostenkalkulationen und Hinweise der Nutzenden. Zahlreiche Anbieter von appbasierten Buchungsplattformen bieten eine automatische Auswertung zur Fahrzeugnutzung an, die dann lediglich um weitere Informationen wie Unterhaltskosten zu ergänzen ist.

## 4. Ausbau

*Für den Ausbau des Carsharings-Systems kommen drei verschiedene Ansätze infrage:*



- *Erhöhung der Anzahl an Fahrzeugen*
- *Erhöhung der Fahrzeugtypen im System*
- *Erschließung weiterer Standorte*

*Auch eine Kombination der Ausbauvarianten kann bei guter Annahme des Angebotes sinnvoll*

### 4.1 Erhöhung der Fahrzeuganzahl

Werden die bestehenden Fahrzeuge an den Standorten sehr gut ausgelastet und zeichnet sich der Bedarf nach weiteren Fahrzeugen an diesen Standorten ab, kann das Bereitstellen weiterer Fahrzeuge an diesen Standorten sinnvoll sein. Die Frage, ab wann sich ein zweites Fahrzeug je Standort wirtschaftlich lohnt, kann nicht pauschal beantwortet werden. Die Rentabilität eines Fahrzeuges hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie z. B.:

- Standort: dichte Besiedelung, Verkehrsaufkommen, Parkdruck
- Nutzungsverhalten: Häufigkeit, Dauer
- Kosten: Verhältnis der Kosten für Anschaffung, Wartung, Versicherung, Steuern und zur Verfügung stehende Stellplatzangebot im Verhältnis zu erwarteter Nachfrage

Verschiedene Quellen und Anbieter nennen dabei eine Auslastung von mindestens 8 – 10 Stunden am Tag des ersten Fahrzeuges, bevor sich ein weiteres lohnen kann.

Weiterhin ist zu prüfen, ob weitere Stellplätze für Carsharing umgewidmet und, für die Benutzung von E-Fahrzeugen, weitere Lademöglichkeiten bereitgestellt werden können. Dies stellt sich in ländlichen Regionen i.d.R. als unkritisch dar.

### 4.2 Erhöhung der Vielfalt an Fahrzeugtypen

Eine weitere Möglichkeit des Ausbaus besteht in der Erweiterung verschiedener Fahrzeugtypen an den Standorten. Sollten in der Anfangsphase primär Kleinwagen gewählt worden sein, um einen kostengünstigen Einstieg zu ermöglichen, kann es in der Folge sinnvoll sein, durch die Bereitstellung größerer Fahrzeuge auch andere Nutzergruppen anzusprechen. Hierzu ist es empfehlenswert,

Abfragen bei den Nutzenden und einem weiteren potentiellen Nutzerkreis durchzuführen. Die Bereitstellung eines Transporters kann beispielsweise in der Ergänzung zu Kleinfahrzeugen gewünscht sein. Aufgrund der spezifischen Anwendungsfälle für ein Fahrzeug dieser Größenklasse, kann eine hohe Auslastung jedoch schwierig werden. Auch hier ist es wieder wichtig, dass eine Mischung aus verschiedenen Nutzergruppen und Nutzungszeiten (werktags und Wochenenden) absehbar ist, um eine sinnvolle Auslastung des Fahrzeuges erzielen zu können.

#### 4.3 Erschließung weiterer Standorte

Üblicherweise wird der Impuls für weitere Standorte durch bestehende Kund\*innen oder Interessent\*innen gesendet. Somit kann von einer standortoffenen auch auf eine standortspezifische Umfrage gewechselt werden, die für bereits angeregte Stellplätze ein geplantes Nutzungsinteresse (Zeiten, Umfang, Fahrzeugtyp) abfragt.



**Abbildung 4: Exemplarische Visualisierung Carsharing auf dem Land (Quelle: Midjourney, Inc.)**

## 5. Literaturverzeichnis

- [1] M. Perschl und A. Posch, „Carsharing – ein Mobilitätsansatz auch für den ländlichen Raum?“, in *Lebensentwürfe im ländlichen Raum: Ein prekärer Zusammenhang?*, R. Egger und A. Posch, Hrsg. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016, S. 243–268. doi: 10.1007/978-3-658-10524-2\_12.
- [2] Bundesverband Carsharing e. V., „Factsheet Carsharing in Deutschland“, *Carsharing in Deutschland*, 1. Januar 2023. [https://carsharing.de/sites/default/files/uploads/factsheet\\_carsharing\\_in\\_deutschland\\_2023.pdf](https://carsharing.de/sites/default/files/uploads/factsheet_carsharing_in_deutschland_2023.pdf) (zugegriffen 1. März 2023).
- [3] C. Hille, „Handlungsmotive für die Nutzung von Carsharing mit Elektrofahrzeugen: Ergebnisse einer qualitativen Untersuchung“, in *Verkehr und Mobilität zwischen Alltagspraxis und Planungstheorie: Ökologische und soziale Perspektiven*, M. Wilde, M. Gather, C. Neiberger, und J. Scheiner, Hrsg. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2017, S. 65–76. doi: 10.1007/978-3-658-13701-4\_5.
- [4] G. Sunderer, K. Götz, und W. Zimmer, „Attraktivität und Akzeptanz des stationsunabhängigen Carsharing“, in *Soziale Innovationen lokal gestalten*, H.-W. Franz und C. Kaletka, Hrsg. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2018, S. 99–118. doi: 10.1007/978-3-658-18532-9\_6.
- [5] S. Riegler u. a., „Carsharing 2025 - Nische oder Mainstream?“, 2016. Zugegriffen: 1. März 2023. [Online]. Verfügbar unter: [https://www.ifmo.de/files/publications\\_content/2016/ifmo\\_2016\\_Carsharing\\_2025\\_de.pdf](https://www.ifmo.de/files/publications_content/2016/ifmo_2016_Carsharing_2025_de.pdf)
- [6] M. Stutzbach, T. Raabe, R. Pfriem, und U. J. Becker, „Carsharing on the country. Feasibility study. Final report; Carsharing in der Flaeche (CIF). Machbarkeitsstudie. Abschlussbericht“, Germany, Juli 2001. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.osti.gov/etdeweb/servlets/purl/20334851>
- [7] F. Meister, „Dorfmobil Barsikow - Kosten“, *Dorfmobil Barsikow*, 1. März 2023. <http://dorfmobil.barsikow.de/kosten/>
- [8] K. Joho, „Die Neuerfindung des Carsharings gibt es nicht“, *Oplys Carsharing kommt in einer schwierigen Zeit*, 27. März 2018. <https://www.wiwo.de/unternehmen/auto/oply-oplys-carsharing-kommt-in-einer-schwierigen-zeit/21118370-2.html>
- [9] L. Amatuni, J. Ottelin, B. Steubing, und J. M. Mogollón, „Does car sharing reduce greenhouse gas emissions? Assessing the modal shift and lifetime shift rebound effects from a life cycle perspective“, *J. Clean. Prod.*, Bd. 266, S. 121869, Sep. 2020, doi: 10.1016/j.jclepro.2020.121869.