DIE MOBILITÄTSDIENSTLEISTUNG CARSHARING

HAT DAS POTENZIAL ZUM WESENTLICHEN ERFOLGSFAKTOR FÜR AUTOMOTIVE-OEMS ZU WERDEN

Carsharing der OEMs in Deutschland –
Hype oder erfolgreiches Geschäftsmodell?

ERFOLGE

- ✓ Carsharing Umsatz in Deutschland 2015: 650. Mio [1]
- ✓ 1.26 Mio registrierte Kunden in Deutschland 2016 [2]
- ✓ Neukundenzuwachs in 2015: 220.000 (+21%)
- ✓ Fahrzeugzuwachs in 2015: 700 (+4,5%) [3]
- ✓ Flächendeckendes Angebot in deutschen Metropolen [4]:
  1. Ford2Go + Flinkster: 4.000 Fahrzeuge
  2. car2go: 3.740 Fahrzeuge
  3. DriveNow: 2.600 Fahrzeuge

HERAUSFORDERUNGEN

- Hohe Investitionskosten
- Geringe Auslastung der stationsbasierten und stationsunabhängigen Fahrzeuge
- Fehlende Differenzierungsmerkmale
- Wenig bis keine Kundenloyalität

3 LÖSUNGSWEGE

wie OEMs das Carsharing-Potenzial zu einem erfolgreichen Geschäftsmodell weiterentwickeln können:

1. CARSHARING 2.0

Pricing:
Intelligente Preisanpassung nach Tageszeit und Auslastung

- ✓ Auslastung der Fahrzeuge speziell zu nicht Peak-Zeiten wird erhöht
- ✓ Umsatzsteigerung

2. VALUE ADDED SERVICES

Mehrwertdienste in Zusammenarbeit mit strategischen Partnern

- ✓ Allgemeine Auslastung der Fahrzeuge wird erhöht
- ✓ Umsatzsteigerung
- ✓ Carsharing-Angebot des OEMs wird für den Kunden attraktiver
- ✓ Steigerung der Kundenloyalität durch Differenzierungsmerkmale

3. REAL TIME INDIVIDUALISIERUNG

Mehrwertdienste in Echtzeit auf Basis der individuellen Kundensituation

- ✓ Allgemeine Auslastung der Fahrzeuge wird erhöht
- ✓ Umsatzsteigerung
- ✓ Steigerung der Kundenloyalität durch Differenzierungsmerkmale
- ✓ Aufbau eines Carsharing-Ökosystems
- ✓ Zusätzliche Datengenerierung und -analyse für den OEM

Weiterentwicklung des bestehenden Geschäftsmodells

VALUE ADDED SERVICES

1. Synergieeffekte durch Nutzung von bestehenden Angeboten des OEMs
2. Schließen von Allianzen mit strategischen Partnern (z.B. IKT-Branche)
3. Entwicklung eines Portfolios aus Angeboten des OEMs und strategischer Partner
4. Akzeptanz- und Wirkungs-Analyse der einzelnen Angebote
5. Optimierung des Carsharing-Angebotes

REAL TIME INDIVIDUALISIERUNG

1. Entwicklung eines Portfolios aus Angeboten des OEMs und der strategischen Partner
2. Analyse der spezifischen Kundensituation
3. Definition des optimierten Angebotes
4. Kunde erhält ein individuelles Angebot auf seinem Smartphone oder direkt im Fahrzeug
5. Verfeinerung der personalisierten Angebote auf Basis der Kundenreaktion und Wirkung auf Auslastung und Umsatz

MEHRWERT FÜR DIE OEMS

DURCH EIN WEITERENTWICKELTES CARSHARING-GESCHÄFTSMODELL:

Die deutschen Automobilhersteller haben Carsharing als erfolgreiche Mobilitätsdienstleistung etabliert. Durch eine Weiterentwicklung des bestehenden Geschäftsmodelles können OEMs die Carsharing-Branche langfristig prägen und die folgenden Effekte erzielen:

1. Effiziente Fahrzeugauslastung
2. Erhöhung der Kundenloyalität
3. Umsatzsteigerung

Iskander Business Partner

Iskander Business Partner ist eine Unternehmensberatung mit dem Fokus auf Konzeption und Implementierung von Wachstumsprojekten in den Bereichen Marketing, Sales und Service.

Sind Sie interessiert an weiteren Informationen zum Geschäftsmodell Carsharing? Dann schreiben Sie uns.

office@i-b-partner.com

www.i-b-partner.com

Der Autor

Michael-Matthias Strelow

Michael-Matthias.Strelow@i-b-partner.com
https://www.linkedin.com/in/michaelstrelow

Literaturverzeichnis

1 *http://www.focus.de/finanzen/news/wirtschaftsticker/studie-carsharing-umsaetze-versiebenfachen-sich-bis-2021_id_5306935.html* (abgerufen am: 21.12.2016).

2 *https://de.statista.com/statistik/daten/studie/324692/umfrage/carsharing-nutzer-in-deutschland/* Bundesverband Carsharing (abgerufen am: 21.12.2016).

3 *http://www.carsharing.de/sites/default/files/uploads/datenblatt_carsharing_in_deutschland_stand_01.01.2016.pdf* (abgerufen am: 21.12.2016).

4 *https://de.statista.com/statistik/daten/studie/219097/umfrage/carsharing-anbieter-nach-anzahl-der-fahrzeuge* http://www.Carsharing-news.de (abgerufen am: 21.12.2016).