



# Carsharing – ein neues Geschäftsmodell für Autohäuser

## Chancen und Risiken des aktuellen Trends

Viele Autohäuser, die als regional gebundene Mittelständler in erster Linie Fahrzeuge und Werkstatt-Service verkaufen, sehen sich derzeit in ihrer Existenz bedroht. Umsätze, Margen und Mitarbeiterzahlen sinken stetig. Experten prognostizieren zudem, dass mittel- bis langfristig die private Nachfrage nach neuen Fahrzeugen in Westeuropa dramatisch einbrechen wird. Die großen Automobilhersteller haben diesen Trend erkannt und bieten vor allem in den Großstädten eigene Carsharing-Services an. Versorgungslücken ergeben sich jedoch jenseits der Metropolen in kleinen Städten und insbesondere in ländlichen Gebieten.

Eine Studie der Universität Oldenburg in Kooperation mit dem regionalen Autohandel kam zu dem Ergebnis, dass regional agierende Autohäuser eigene, wirtschaftlich tragfähige Carsharing-Angebote entwickeln und damit vorhandene Lücken füllen können. Sie verfügen sowohl über die notwendige Infrastruktur als auch über erforderliche Ressourcen wie Fahrzeuge, Personal und Dienstleistungen. Zudem gibt es viele Kunden, die integrierte Angebote aus Fahrzeug und Mobilitätsdienstleistung nachfragen.

Für einen langfristigen Erfolg müssen die Autohäuser aber wichtige Voraussetzungen schaffen: Ihre Mobilitätsdienstleistungen werden sich nur durchsetzen, wenn Buchungsprozesse, Fahrten und auch die Abrechnung problem- und aufwandslos klappen, die Verfügbarkeit hoch und das Angebot bezahlbar ist. Entscheidend für den Kunden ist

außerdem, wo er das Fahrzeug abholen und wieder abstellen kann. Im Idealfall bringt der Anbieter den Sharingwagen zum Kunden. Je flexibler das Angebot ist, desto größer wird die Nachfrage sein.

Als Risiko bleibt, dass mit Carsharing-Angeboten nur für Privatkunden in der Regel kaum große Gewinne erzielt werden können. Zum Erfolg trägt indes die Mehrfachnutzung von Fahrzeugen bei, zum Beispiel auch als Werkstattdersatz- oder Vorführwagen, sowie Marketingeffekte für den Verkauf, insbesondere beim E-Carsharing. Außerdem sollten Anbieter Geschäftskunden adressieren. Im Forschungsprojekt entwickelte Konzepte werden bereits in der Praxis umgesetzt. So nutzen Unternehmen Sharing-Autos für Dienstfahrten und integrieren Service und Angebote in ihre Geschäftsprozesse. Weitere Forschungsprojekte und Aktivitäten zum Thema sind an der Universität Oldenburg geplant. Interessierte Unternehmen können das Projektkonsortium hierzu gerne ansprechen.

**Universität Oldenburg**  
**Abteilung Wirtschaftsinformatik I / VLBA**

Dr.-Ing. Benjamin Wagner vom Berg  
Telefon 0441 798-4493  
benjamin.wagnervomberg@uni-oldenburg.de

**ecco ecology + communication**  
**Unternehmensberatung GmbH, Oldenburg**

Karsten Uphoff  
Telefon 0441 77905-13  
uphoff@ecco.de