

PRESSEMITTEILUNG

Carsharing-Markt in Deutschland: Hier braucht man kein eigenes Auto mehr

Die [Karte des Monats von Nexiga](#) zeigt, wie verschieden die regionale Verteilung der größten Anbieter ausfällt

Bonn, 8. Mai 2018_ Der Carsharing-Markt in Deutschland wächst: 2012 gab es hierzulande ungefähr 200.000 Nutzer, heute sind es bereits 2,1 Millionen. Das Angebot in Deutschland ist mit 165 Anbietern auf den ersten Blick zwar groß, doch der Löwenanteil der deutschen Kunden, ungefähr 95 Prozent, ist bei den vier größten Anbietern registriert. Daimlers car2go (886.000 Kunden), DriveNow (720.000 Kunden) von BMW, Flinkster (315.000 Kunden) der Deutschen Bahn und cambio (66.000 Kunden). Die beiden Platzhirsche haben darüber hinaus gerade eine Fusion beschlossen, die noch vollzogen werden muss. Das Geomarketing-Unternehmen Nexiga hat in seiner [aktuellen Karte des Monats](#) auf Gemeindeebene untersucht, wie das Carsharing-Angebot in Deutschland regional verteilt ist: In welchen Gemeinden sind die vier größten Carsharing-Anbieter präsent?

Teilen ist hier am einfachsten: Köln, Hamburg, Berlin

Die freie Auswahl unter den vier größten Carsharing-Anbietern haben lediglich die Kölner, Hamburger und Berliner. In der Karte sind außerdem car2go und DriveNow bereits zusammengefasst, als wenn sie bereits fusioniert hätten. Daraus ergibt sich für München, Stuttgart und Frankfurt a.M. ebenfalls ein sehr gutes Angebot, in dem lediglich der kleinste Anbieter unter den Top4 fehlt, cambio.

Die Platzhirsche sind nur in Metropolen zu finden

Die größten Unterschiede unter den großen Anbietern finden sich in der räumlichen Vertriebsstrategie. DriveNow (fünf Gemeinden) und car2go (sechs Gemeinden) konzentrieren sich vor allem auf wenige Metropolen in Deutschland und würden nach der Fusion sieben Großstädte versorgen. Zum Vergleich: Das deutlich kleinere cambio bietet mit 21 Gemeinden deutlich mehr Standorte als die Platzhirsche. In Nordrhein-Westfalen ist cambio unter anderem in Hürth, Jülich und Eschweiler sogar der einzige Anbieter. Dafür ist cambio im Süden Deutschlands gar nicht vertreten.

Carsharing auch für die Landbevölkerung: Flinkster

Das größte Netzwerk bietet die Deutsche Bahn mit Flinkster: In über 400 Städten finden sich Flinkster-Autos. Anders als die anderen Anbieter bedient Flinkster damit auch eher ländliche Gemeinden wie Bad Neustadt an der Saale in Franken.

Verschiedene Strategien teilen den Markt

Die räumliche Verteilung geht auf die Besonderheiten der Anbieter zurück: Flinkster der Deutschen Bahn hat durch die Bahnhöfe überall geeignete Stationen für seine Autos. Außerdem erweitert die Bahn damit die Zugverbindungen, indem sie eine Anschlussverbindung über das Carsharing anbietet. cambio ist überwiegend in Besitz von Mitarbeitern und Kunden und hat mittlerweile auch in Belgien Fuß gefasst, was auch die

Konzentration in Nordrhein-Westfalen erklärt. car2go und DriveNow sind dagegen vor allem stark in den Stammsitzen der dahinterstehenden Autokonzerne Daimler und BMW, Stuttgart und München, präsent. Sie setzen vor allem auf Metropolen als Markt, in denen ein eigenes Auto für viele Bewohner durch die relativ kurzen Wege und wenigen Parkplätze keine sinnvolle Anschaffung mehr darstellt.

Die in dieser Karte dargestellten Ergebnisse können direkt in die Planung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten einfließen. Auch Entscheidungen von Städteplanern können mithilfe der Carsharing-Karte von Nexiga gestützt werden.

Quelle der Daten: Nexiga Recherche

www.car2go.com/DE/de/

www.drive-now.com/de/de/

www.cambio-carsharing.de/cms/carsharing/de/1/cms?cms_knschluessel=STANDORTE

www.flinkster.de/index.php

Über Nexiga

Die Nexiga GmbH ist Pionier und einer der Marktführer für Geomarketing. Mit der zunehmenden Integration von Geomarketing-Komponenten in den Geschäftsprozessen der Unternehmen unterstützt der Full-Service-Anbieter diese in der Planung und Bewertung von Standorten, Vertriebsgebieten, Zielgruppen und der Ermittlung von Marktpotenzialen.

Mit LOCAL® - der ganzheitlichen Geomarketing-Lösung - bietet Nexiga neben einer enormen Datenbasis auch die notwendigen Technologien für detaillierte und passgenaue Analysen: So beschreiben die hausgenauen Daten von LOCAL® Data Standorte anhand von Markt- und Geodaten samt branchenspezifischer Merkmale und liefern damit essentielle Inhalte für genaue Analysen über das Marktpotenzial sowie die Infrastruktur der Standorte vor Ort. Eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung ist über die automatische Anreicherung von Datensätzen mit raumbezogenen Informationen durch die Geomarketing-Systeme von LOCAL® Systems möglich. Adressen werden schnell und präzise verifiziert, lokalisiert und dargestellt, so dass sie als Basis für die strategische Marktbearbeitung dienen. Werbe- und Marketingmaßnahmen sind mess- und planbar, weil genau ermittelt werden kann, wo potenzielle Neukunden zu erreichen sind. LOCAL® Competence rundet das Full-Service-Paket von Nexiga ab. Das erfahrene Expertenteam sorgt mit seiner langjährigen Erfahrung und dem gezielten Einsatz von umfassenden Analyse-, Planungs- und Berechnungsmethoden für eine zuverlässige Beratungskompetenz.

Über Geomarketing

„All success is local“: Die räumliche Komponente spielt in der Wirtschaft eine herausragende Rolle und hilft Unternehmen, optimal und effizient zu steuern und strategisch fundierte Entscheidungen mit minimalem wirtschaftlichen Risiko zu treffen. Für die wirtschaftliche Betrachtung und Bewertung eines Marktes macht Nexiga räumliche Zusammenhänge nach den relevanten Parametern für die weitere Bearbeitung transparent und beantwortet zusätzlich durch exakte Geoinformationen und -daten die wichtige Frage nach dem „Wo“. Darüber hinaus gibt der Kompetenzführer für Geomarketing Unternehmen ergänzende Marktinformationen und -daten an die Hand, mit denen sie die für sich interessanten Gebiete nach wirtschaftlichen und soziodemographischen Gesichtspunkten, wie Kaufkraft, Alter, Wohnumfeld oder Produktaffinität noch besser und exakter einschätzen können. Auf dieser Basis erhalten Kunden eine optimale Planungsgrundlage für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen sowie Neukundengewinnung.

Weitere Informationen unter www.nexiga.com

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager
wagner@nexiga.com

Pressekontakt:

Christoph Hausel,
Tel.: 089 720 137 – 20
nexiga@elementc.de