

## Kurzfassung

Diese Arbeit stellt Carsharing (CS), ein Konzept des Auto-Teilens, in seinen unterschiedlichen Varianten vor. Neben einigen Sonderformen existiert in Deutschland das klassische, stationsgebundene Carsharing Modell, eine flexible stationslose Variante und eine private Carsharing Form. Der Markt für Carsharing wird als ein schnell wachsender, potenzialreicher und sich verändernder Markt beschrieben. Die Einflussfaktoren dafür werden auf gesellschaftlicher, technischer und verkehrsbedingten Ebenen beschrieben.

Um eine Bewertung dieser verschiedenen Carsharing Modelle zu ermöglichen, werden Kriterien aus Sicht des Nutzers, der Öffentlichkeit und des Betreibers aufgestellt sowie Rahmenbedingungen für die jeweiligen Carsharing Konzepte aufgezeigt.

Zudem werden Kriterien erstellt, die die Wirkungsweisen der Carsharing Modelle erkennbar machen sollen. Anhand der Kriterien werden die Stärken und Schwächen der jeweiligen Carsharing Modelle ausfindig gemacht, sowie deren Einfluss auf den Nutzer und die Umwelt untersucht. Dabei werden personenbezogene Wirkungen (Z.B. Kostenersparnis) beschrieben, die zur Nutzung von Carsharing führen. Carsharing insgesamt wiederum führt zu den Bestands- und Verkehrseffekten, die im Gesamten eine Umweltentlastung mit sich bringen. Einer der wichtigsten Effekte des Carsharings ist dabei die Reduzierung des Fahrzeugbestandes, die einen Flächengewinn und eine reduzierte Park-Problematik mit sich bringt. Ebenso wichtig ist die Reduzierung der städtischen Pkw-Fahrleistung durch Verlagerung und Vermeidung von Verkehr. Allerdings tragen nicht alle Carsharing Modelle im gleichen Umfang dazu bei. Das klassische Carsharing wird im Gesamten mit einer starken positiven Wirkung beurteilt, während die flexible und private Form des Carsharings nur schwache positive Wirkungen zeigen.

Aus diesem Grund und durch Schlussfolgerung aus den aufgestellten Kriterien zur Realisierung wird das klassische Carsharing für eine Mittelstadt, Siegburg, ausgewählt um es prinzipiell anzuwenden. Dabei wird das aktuell dort bestehende Angebot beschrieben, bewertet und die Potenziale herausgestellt, indem die aufgestellten Kriterien für erfolgreiches Carsharing auf die Stadt Siegburg übertragen werden.

Als Ergebnis folgt kurzfristig ein kleines bis mittleres Potenzial für Carsharing, das unter anderem durch Marketing und Kooperationsmanagement erschlossen werden kann. Langfristig hat das Konzept Carsharing noch mehr Potenzial, auch in einer Mittelstadt wie Siegburg.

## Abstract

This assignment introduces Carsharing (CS) as a concept of sharing a car in different models. Beside some special forms, there are three models of Carsharing in Germany; a classic one that is fixed on Carsharing-stations, a flexible form without stations and a private Carsharing alternative. The Carsharing market is described as a rapidly growing, changing market with a lot of potential for the future. There are many influencing factors on Carsharing described, on a technical and social level, as well as changes in terms of traffic.

For an evaluation of this different Carsharing models, criteria in point of view of the users, the public and the carrier are set up. In addition, basic conditions of the particular Carsharing forms are claimed.

Furthermore, criteria are established to visualize the effects of the Carsharing models. With these criteria, strengths and weaknesses of the particular Carsharing forms are depicted and the influence on the user and the environment are investigated. In doing so, individual-related impacts (for example saving of expenses) that lead to utilization of Carsharing are described. The impact of Carsharing is divided into the effects that concern the fleet of vehicles and the effects that directly affect the traffic. These impacts produce a relief effect on the environment. One of the most important effects is the reduction of the amount of cars because this brings a growth of free surface and a reduced parking-pressure. Equally important is the reduction of the kilometers travelled in the city through dislocation and avoidance of traffic.

Because of this reason and through conclusion of the established criteria, the classic model of Carsharing is chosen to be basically realized for the medium-sized-town Siegburg. The existing Carsharing supply in Siegburg is described, evaluated and capability is emphasized by the application of the criteria for successful Carsharing.

The result is a small to medium potential for Carsharing in Siegburg; this can be realized amongst others through marketing and cooperation management. In the long run Carsharing has a big potential, also in a medium-sized-town like Siegburg.