



MOBILITY SERVICES REPORT 2023

(Summary)

Wissenschaftliche Leitung:



In Zusammenarbeit mit:



MOBILITY SERVICES REPORT 2023

Liebe Leserin, lieber Leser!

Seit 2019 begleitet Cisco Systems zusammen mit dem Center of Automotive Management und dem Fachmagazin *automotiveIT* im Rahmen des Mobility Services Report (MSR) die weltweiten Entwicklungstrends in Sachen On-Demand- und Shared Mobility. Damals herrschte in einer noch jungen und sehr dynamischen Branche eine spürbare Aufbruchstimmung. Egal ob Big-Data-Player oder Automobilhersteller – alle sahen sich auf dem Weg zum ganzheitlichen Mobilitätsdienstleister mit dem Blick auf das Big Business der Zukunft. Doch heute ist die Euphorie längst verflogen, die harte Realität mit geringen Auslastungen, steigenden Betriebskosten und stagnierenden Kundenzahlen hat viele Player auf den Boden der Tatsachen zurückgeholt. Die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Krisen der letzten Jahre haben darüber hinaus ihr Übriges getan.

Der fünfte Mobility Services Report ist das Branchenbarometer für diese Entwicklung und zeigt auf, wie sich die neuen Mobilitätsdienste und die dahinterstehenden Akteure in den wichtigsten Marktregionen der Welt positionieren. Untermuert durch Fakten und wissenschaftliche Analysen illustriert der MSR die Stärke der wichtigsten Akteure in den

Bereichen Fahrdienstvermittlung, Carsharing, multimodale Dienste, Micromobility und autonome Dienste. Der diesjährige Report blickt zudem erstmals auf die Entwicklung ausgewählter Autohersteller und Mobility Provider im Zeitvergleich der zurückliegenden fünf Jahre.

Wir stehen heute in der Mobilitätsindustrie an einem Scheideweg: Die individuelle, konventionelle Automobilität kommt an ihre Kapazitätsgrenzen und ist vor allem unter der Prämisse der Nachhaltigkeit betrachtet ein Modell auf Zeit. Gleichzeitig bleibt die Frage unbeantwortet, wie es trotz eines herausfordernden Marktumfelds gelingen kann, ganzheitliche, kundenzentrierte und digitale Mobilitätsökosysteme aufzubauen, die gleichzeitig profitabel sind. Mit dem Mobility Services Report 2023 halten Sie jedoch alle Fakten, Analysen und Hintergründe in der Hand, um der Antwort auf die Frage nach der Zukunft der Mobilität ein Stückchen näherzukommen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihr Roland Kunz



Roland Kunz
Client Executive & Head of Automotive

Cisco Systems GmbH
City Plaza
Rotebühlplatz 21-25
70178 Stuttgart

E-Mail: rkunz@cisco.com
Telefon: +49 711 2391 1330

Weitere Informationen zur Studie:

www.mobility-services-report.com

Systematik



5 Haupttypen

Fahrdienstvermittlung

Autonome Dienste

Carsharing

Multimodale Dienste

Micro-mobility

17 Servicetypen

Taxiportal
Privattaxi
Ridesharing
Chauffeurdienst
Shuttle-on-Demand

Shuttle autonom
Robotaxi
Drohntaxi autonom

Carsharing stationsbasiert
Free-float-Carsharing
Peer-to-Peer-Carsharing

Intermodale Provider
Multimodale Provider
Multimodales Routing
Mobilitätsflatrate

Bikesharing
E-Scooter-Sharing

Circa 160 Akteure

19 OEMs:

BAIC, BMW, BYD, Ford, Geely, GM, Great Wall, Honda, Hyundai, Mercedes-Benz, Nio, Nissan, Renault, SAIC, Stellantis, Tata, Tesla, Toyota, Volkswagen

9 Digitalplayer/
Mobility Provider:

Didi Chuxing, Alphabet (Google/Waymo), Baidu, Apple, Avis Budget, Deutsche Bahn, Lyft, Sixt, Uber

Weitere Akteure/
Startups:

Tier, ANI, Grab, Miles, Lime, Shouqi und viele andere

Circa 280 einzelne Serviceeinträge

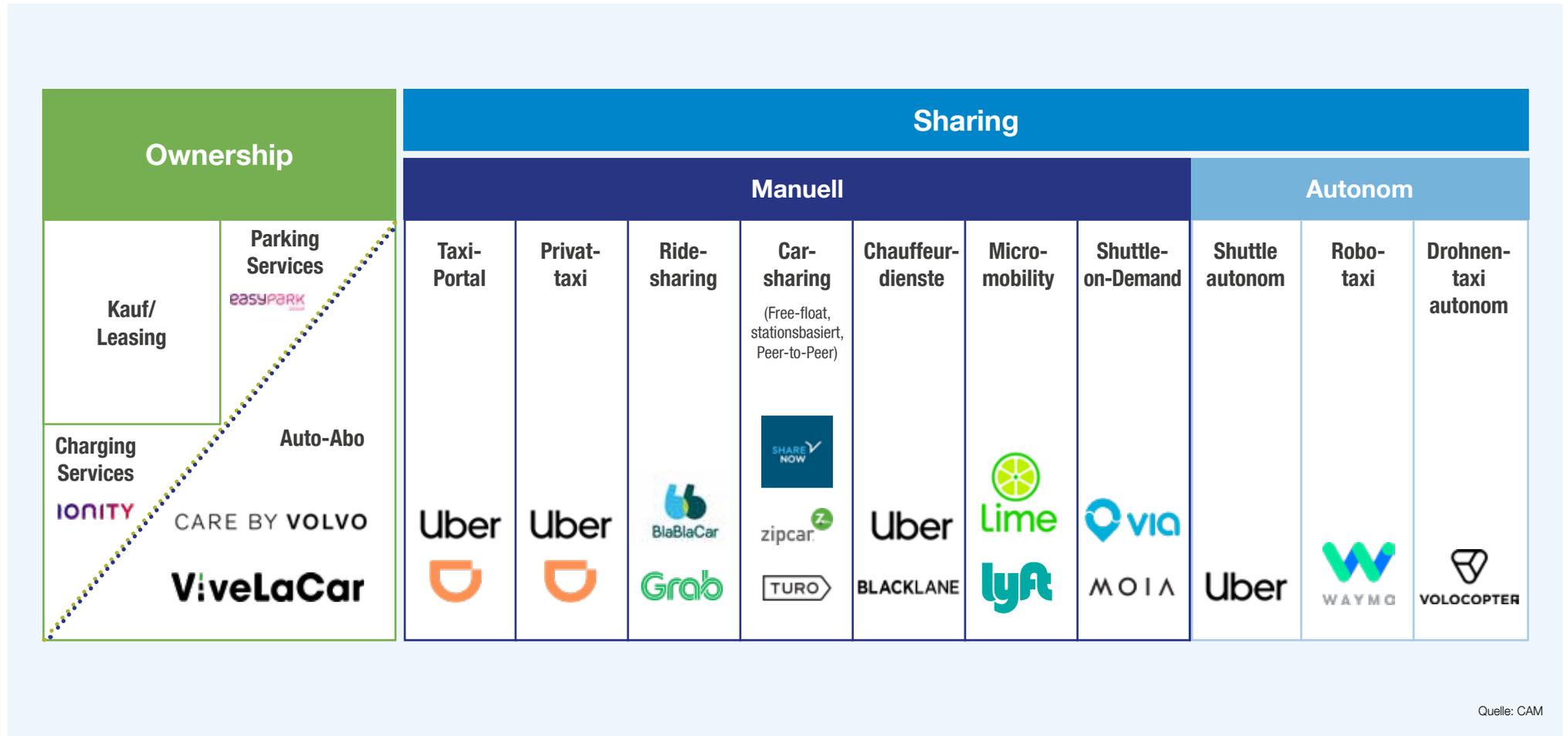
Quelle: CAM; Stand der Datenbasis: April 2023

Die fünfte Ausgabe des Mobility Services Report (MSR) fokussiert die Entwicklungstrends im Bereich Mobilitätsdienstleistungen in den wichtigsten Marktregionen der Welt. Das Center of Automotive Management (CAM) hat knapp 300 Services aus den Bereichen Fahrdienstvermittlung, Carsharing, Micromobility sowie multimodale und autonome Dienste nach quantitativen und qualitativen Kriterien erfasst

und bewertet. Die fünf Haupttypen wurden in 17 als besonders relevant erachtete Servicetypen untergliedert, die sich wiederum auf circa 160 Akteure mit den einzelnen Services verteilen. Das Akteurspektrum reicht dabei von Autobauern über Digitalkonzerne bis hin zu Mobility-Startups. Sie alle wurden nach ihrer Marktbedeutung insbesondere auf den Weltmärkten USA, Europa und China ausgewählt.

Besonders im Fokus der CAM-Untersuchung stand in diesem Jahr unter anderem der weltweite Entwicklungsstand autonomer Fahrdienste. Die Servicestärke der konkurrierenden Dienstleistungsangebote wird anhand eines gewichteten relationalen Index mit einer Reihe aussagekräftiger Indikatoren wie Anzahl der Kunden oder Flottengröße bestimmt und vergleichend dargestellt.

Ownership- versus Sharing-Services



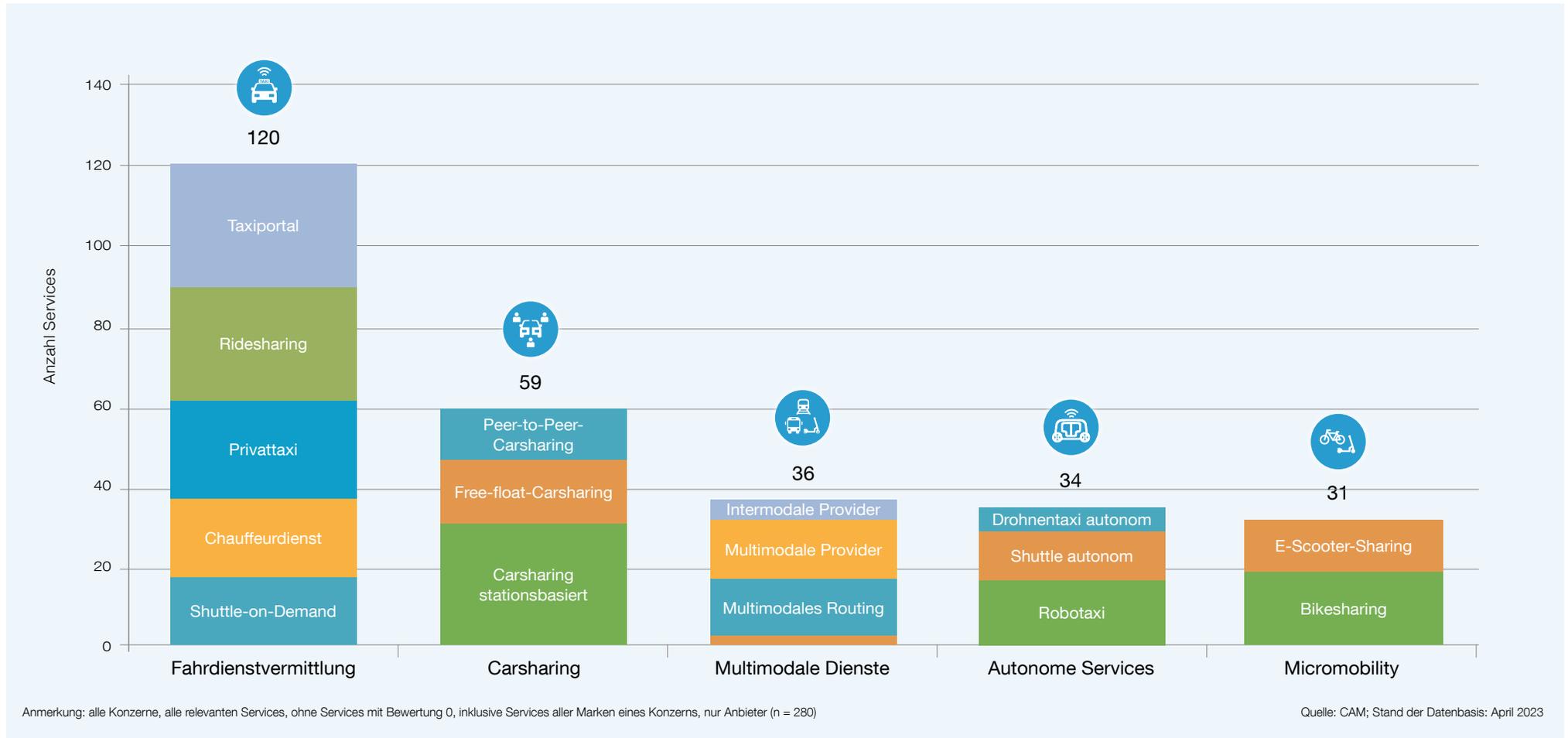
Lukrative Zukunft?

Obgleich sich immer mehr Automobilhersteller aus dem Geschäft mit Mobilitätsdienstleistungen zurückziehen, müssen sie sich dennoch mit dem Wegbrechen eines kommerziellen Stützpfeilers auseinandersetzen, der vor allem auf dem Autokauf, dem Autobesitz

und der Freude am „eigenhändigen“ Fahren beruhte. Ein lohnendes Geschäftsfeld liegt in einer intelligenten Kombination aus Connected Mobility Services und Funktionalitäten des autonomen Fahrens. Doch in dieser Manege tummeln sich längst finanzstarke Digital-Schwergewichte wie Google, Baidu oder Alibaba, die ihre Service-Ökosysteme um den Faktor Mobilität erweitern wollen. Nicht zu vergessen reine

Mobility Provider wie Uber, Didi oder BlaBlaCar, die mit ihren innovativen Services auf den Markt für Mobility-as-a-Service drängen. Große Veränderungen für den Mobilitätsmarkt werden zudem die Hochläufe der Elektromobilität und des autonomen Fahrens bringen, die nicht nur das Servicespektrum erweitern, sondern auch zu einem Verschmelzen von öffentlichem und privatem Verkehr führen.

Anzahl aktueller Mobilitätsdienstleistungen



Der Kreis schließt sich

Im Mobility Services Report 2023 wurden insgesamt 280 einzelne Dienste von Autobauern sowie Digital- und Mobility-Playern analysiert, die sich auf fünf Haupttypen und 17 Servicetypen verteilen. Wie schon in den vergangenen Jahren ist der Haupttyp der Fahr-

dienstvermittlung mit 120 Angeboten zahlenmäßig am stärksten, mit den meisten Services im Bereich Taxiportal (31). Der quantitative Abstand der Fahrdienste, wozu beispielsweise Uber, Didi Chuxing oder Free Now gehören, zu den anderen Servicetypen wird von Jahr zu Jahr größer und unterstreicht die ungebrochen hohe Marktdynamik in diesem Mobilitätssektor. Die zweitgrößte Gruppe mit 59

Diensten ist die der Carsharing-Anbieter, in der rund die Hälfte aus stationsbasierten Services besteht. Angebote aus den Bereichen Multimodalität, autonomes Fahren und Mikromobilität halten sich zahlenmäßig in etwa die Waage. Besonders beachtlich sind Konsolidierungstendenzen auf dem Markt für multimodale Dienste, wo aktuell einige Super-Apps auf dem Vormarsch sind.

Servicestärke: Fahrdienstvermittlung



Rang*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Fahrdienstvermittlung	DiDi 295	Uber 279	Grab 193	OLA ANI 135	嘀嗒 Dida Chuxing 135	Mercedes-Benz 113	Lyft 105	BMW GROUP 85	STELLANTIS 84	BlaBlaCar Comuto 75
Taxiportal	Didi Chuxing führend	Uber führend	Mercedes-Benz führend	Bolt führend	ANI führend	BMW führend	Grab führend	FMS Systems führend	Stellantis mittel	Dida Chuxing mittel
Ridesharing	Didi Chuxing führend	Grab führend	Comuto führend	Uber mittel	ANI mittel	Dida Chuxing mittel	Mercedes-Benz niedrig	Lyft niedrig	Toyota niedrig	SAIC niedrig
Privattaxi	Didi Chuxing führend	Uber führend	Lyft mittel	ANI mittel	Grab mittel	Dida Chuxing mittel	Yandex mittel	InDrive mittel	Cabify mittel	T3 Mobility mittel
Chauffeurdienste	Didi Chuxing führend	Uber führend	Avis Budget führend	Blacklane führend	Sixt mittel	Lyft mittel	Stellantis mittel	ANI mittel	SAIC mittel	Geely mittel

* Nach SIP = Service-Indexpunkte

Hauptgeschäftsfelder

OEM	Mobility Provider	Big Data	Sonstige
-----	-------------------	----------	----------

Neue Wege gehen

Auf den ersten Blick scheint Fahrdienstvermittlung sehr lukrativ: Anstelle einer eigenen kostenintensiven Fahrzeugflotte werden Privatleute und professionelle Fahrer mit Fahrgästen gegen Gebühr auf einer App zusammengebracht. Dennoch gelang es bislang selbst den servicestärksten Akteuren Didi

und Uber nicht, am Ende eines Jahres in den schwarzen Zahlen zu landen. Den Gegenbeweis hat nun erstmals Uber erbracht, das sowohl im 2. Quartal als auch im ersten Halbjahr 2023 Gewinne eingefahren hat. Wichtig: Ubers Geschäft beruht längst nicht mehr nur auf dem Vermitteln von Fahrten, sondern profitiert insbesondere seit der Coronakrise von Liefer- und Frachtdienstleistungen. Hinter den beiden

Dauer-Dominatoren Didi und Uber kann sich der vor allem im südostasiatischen Raum bekannte Dienst Grab als High Performer bezeichnen. Unter den Top Ten befinden sich mit Stellantis, Mercedes-Benz und BMW auch drei Autobauer. Die beiden Letztgenannten stehen hinter dem Taxiportal Free Now, das sich schrittweise zu einer europäischen Super-App für Mobilität entwickelt.

Servicestärke: Carsharing



Rang*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Carsharing	 102	Renault Group 87	 Cambio 85	MILES 75	 70	 Getaround 65	 65	 59	stadtmobil carsharing 57	 45
Free-float	Stellantis führend	Miles führend	Sixt mittel	Bolt mittel	Renault mittel	GreenMobility mittel	Cambio niedrig	Stadtmobil niedrig	Eni niedrig	Hertz niedrig
Stationsbasiert	Avis Budget führend	Cambio führend	Deutsche Bahn mittel	Toyota mittel	SAIC mittel	Shouqi mittel	Renault mittel	BAIC mittel	Stadtmobil mittel	Times Car mittel
Peer-to-Peer	Getaround führend	Turo führend	Snappcar mittel	SNCF mittel	Zoomcar mittel	Uber niedrig	Mercedes-Benz niedrig	Stellantis niedrig	Volkswagen niedrig	Geely niedrig

* Nach SIP = Service-Indexpunkte

Hauptgeschäftsfelder

OEM	Mobility Provider	Big Data	Sonstige
-----	-------------------	----------	----------

Unsichere Zukunft

Das Teilen von Fahrzeugen ist eigentlich das Gründungsmotiv der New Mobility, erste Carsharing-Initiativen gab es bereits in den 1980er Jahren. Mittlerweile ist die Anbieterlandschaft in den Servicetypen Free-floating, stationsbasiert und Peer-to-Peer weltweit enorm gewachsen (Sample im Erhebungszeitraum: 57

Anbieterdienste) und dennoch erlebte der Markt fürs Autoteilen nie wirklich einen signifikanten Durchbruch. Im Gegenteil: Die Konsolidierungswelle rollt über den globalen Carsharing-Markt, speziell viele Autohersteller ziehen sich immer stärker vom Markt zurück. Ausnahmen bestätigen hier die Regel: Die beiden servicestärksten Player sind Stellantis und Renault. Vor allem der internationale Multikonzern Stellantis hat sich mit dem Zu-

kauf des Dienstes Share Now von BMW und Mercedes-Benz einen Spitzenplatz im Ranking gesichert. Die übrigen Top 10 werden ausschließlich von Mobility Providern dominiert, die sich zum Teil ebenfalls durch M&A-Aktivitäten und Expansion verbessert haben. Erwähnenswert ist hier der deutsche Free-floating-Dienst Miles Mobility, der das Volkswagen-Angebot We-Save übernommen hat.

Servicestärke: Multimodale Dienste



Rang*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Multimodale Dienste	Didi 65	Lyft 65	DB 59	Alphabet 40	intel 40	STELLANTIS 39	BMW GROUP 39	Mercedes-Benz 39	Toyota 27	阿里巴巴 Alibaba.com 24
Multimodales Routing	Alphabet führend	Intel führend	Deutsche Bahn mittel	Alibaba mittel	Baidu mittel	Citymapper mittel	Apple mittel	Here mittel	Uber niedrig	Toyota niedrig
Multimodale Provider	Didi Chuxing führend	Lyft führend	Stellantis mittel	BMW mittel	Mercedes- Benz mittel	Uber niedrig	Cabify niedrig	Whim niedrig	myCicero Srl niedrig	Stelling Tech. niedrig
Intermodale Provider	Deutsche Bahn niedrig	Toyota niedrig	Volkswagen niedrig	Skipr niedrig	Renfe niedrig					

* Nach SIP = Service-Indexpunkte

Hauptgeschäftsfelder

OEM	Mobility Provider	Big Data	Sonstige
-----	-------------------	----------	----------

Wunderwaffe im Wartestand

Seamless Mobility – das ist die Vision einer nahtlos miteinander vernetzten Mobilitätskette bestehend aus öffentlichen, privaten und kommerziellen Verkehrsträgern. Den digitalen Rahmen für diese Verkettung bieten die multimodalen Dienste in Form von Routing, Buchung und Bezahlungsfunktion. Aktuell sind

die meisten der 36 untersuchten Dienste multimodale Provider und Routing-Anbieter, während umfassende intermodale Services oder sinnvolle Flatrate-Modelle noch kaum eine Rolle spielen. Das umfangreichste Dienste-Ökosystem bietet derzeit das chinesische Mobility-Schwergewicht Didi Chuxing, vor US-Unternehmen wie Alphabet (Google Maps), Intel (Moovit), Lyft und der Deutschen Bahn. Erst dahinter spielen auch Auto-

bauer wie Stellantis, BMW, Mercedes oder Toyota im Konzert der Multimodalität mit. Während die relevanten Akteure in China und den USA ihr Portfolio nach dem Vorbild der Super-App WeChat um weitere Geschäftsfelder wie E-Commerce und andere Services (Bezahlungsfunktionen) ausweiten, gestaltet sich die datenschutzkonforme Datenintegration für europäische Anbieter schwierig.

Servicestärke: Micromobility



Rang*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Micro-mobility	TIER 160	Lime Neutron 160	BIRD 96	Bolt 80	哈啰 Hello Inc. 80	DiDi 80	Meituan 80	Lyft 64	voi. 48	DB 48
Bikesharing	Didi Chuxing führend	Tier Mobility führend	Lime führend	Meituan führend	Hello Inc. führend	Deutsche Bahn mittel	Lyft mittel	Donkey Republic mittel	Transit mittel	Bird niedrig
E-Scooter-Sharing	Bolt führend	Bird führend	Tier Mobility führend	Neutron führend	voi mittel	Super- pedestrian mittel	Zeus mittel	Lyft niedrig	Cabify niedrig	Hyundai niedrig

* Nach SIP = Service-Indexpunkte

Hauptgeschäftsfelder

OEM

Mobility Provider

Big Data

Sonstige

Kritische Größe

In letzter Zeit von vielen vor allem städtischen Bewohnern verflucht, freut sich Mikromobilität immer größerer Beliebtheit – in erster Linie bei jungen Menschen. Vor allem das E-Scooter-Sharing dominiert die Diskussion um die Letzte-Meile-Mobilität. Dabei sind Bikesharing-Angebote zahl-

lenmäßig sogar stärker vertreten. Von den insgesamt 30 erfassten Services besitzt das europäische Unternehmen Tier mit seiner Kernmarke und Töchtern wie Nextbike die breiteste Marktabdeckung, gefolgt von den US-Anbietern Lime und Bird. Die chinesischen Player Didi Chuxing und Meituan sind mit ihren Bikesharing-Angeboten auf dem heimischen Markt führend. International haben die Betrei-

ber weiterhin mit unwirtschaftlicher Auslastung zu kämpfen, wobei sich die Kernregionen in unterschiedlichen Reifephasen befinden. E-Scooter-Verbote in Metropolen wie Paris erschweren zudem das Geschäftsmodell. Die Akteure verfolgen unterschiedliche Differenzierungs- als auch Kostenstrategien, um den Gewinnerwartungen ihrer Investoren gerecht zu werden.

Servicestärke: Autonome Dienste



Rang*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Autonome Dienste	95	95	95	57	57	45	34	34	19	19
Robotaxi	Alphabet führend	Baidu führend	GM führend	AutoX mittel	Pony.ai mittel	Didi Chuxing niedrig	SAIC niedrig	Geely niedrig	Hyundai niedrig	Intel niedrig
Shuttle autonom	transdev mittel	Deutsche Bahn niedrig	Hyundai niedrig	Via niedrig	SoftBank niedrig	WeRide niedrig	May Mobility niedrig	Beep niedrig	Stagecoach niedrig	Keolis niedrig

* Nach SIP = Service-Indexpunkte

Hauptgeschäftsfelder

OEM	Mobility Provider	Big Data	Sonstige
-----	-------------------	----------	----------

Startschuss

Der jüngste Typus im Mobilitätskosmos ist der der autonomen Fahrdienste – und in ihm wird zugleich die größte Sprengkraft für die Mobilität der Zukunft vermutet. Denn sobald der menschliche Fahrer nicht mehr „im Loop“ sein muss, senkt dies die Betriebskosten von Fahrzeugflotten

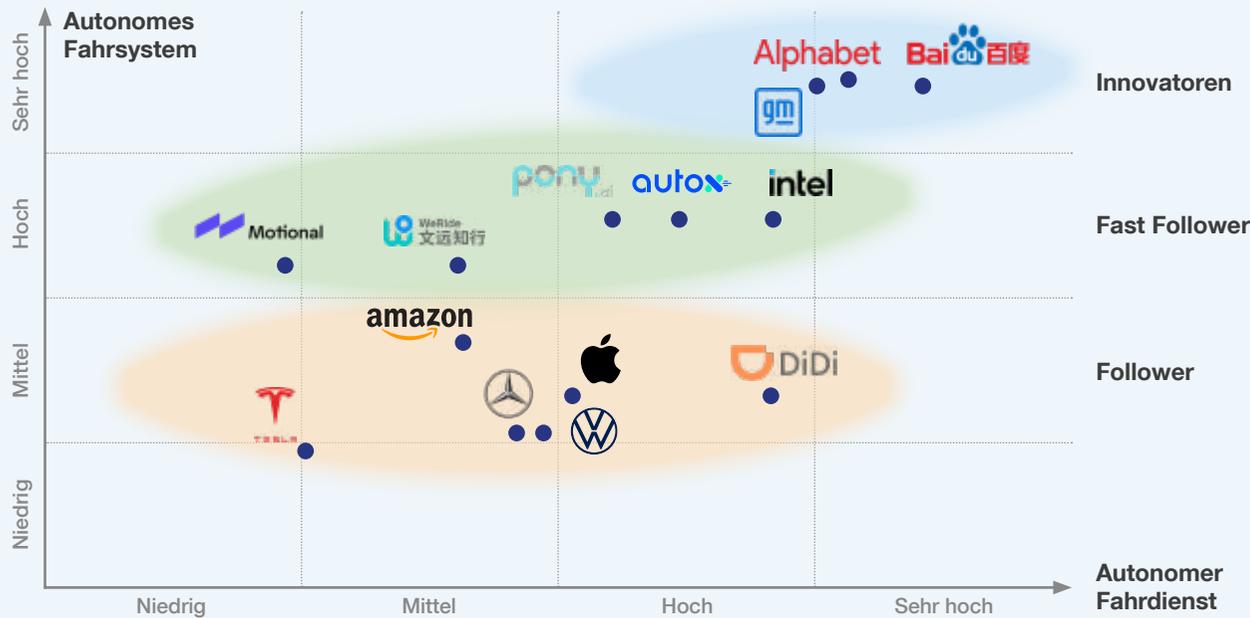
und eröffnet zugleich ganz neue, lukrative Geschäftsfelder. Zwar ist die absolute Marktdurchdringung weiter niedrig, doch für einige Player beginnt jetzt die Phase der Skalierung und Kommerzialisierung. Im Hinblick auf die aktuelle Servicestärke der bereits existierenden Anbieter fällt auf, dass vor allem Daten- und Tech-Unternehmen die Nase vorn haben. Der chinesische Internetgigant Baidu mit sei-

ner Apollo-Plattform führt das Feld an vor Google-Mutter Alphabet mit Waymo und US-Autobauer GM mit Cruise – die drei Player sind die einzigen High Performer im Ranking. Es folgen die Autonomes-Fahren-Spezialisten von AutoX und Pony.ai sowie das französische Verkehrsunternehmen Transdev, das mit seinem Robo-Shuttle-Dienst bereits in fünf Ländern und elf Städten vertreten ist.

Akteure und Kompetenzen beim autonomen Fahren



Autonomes Fahren (Level 4/5): Kompetenz-Ranking der wichtigsten Player*



* Ausgewählte Player als Anbieter von Gesamtsystemen im Personentransport vor (End-)Kunde

Ausgewählte Beteiligungen/Investitionen weiterer Player:

BMW	Hyundai	Stellantis	Toyota	Alibaba

Europa hinkt hinterher

Die Musik in Sachen autonomes Fahren spielt zurzeit besonders laut in den USA und China. Die führenden Anbieter auf diesen beiden Märkten bauen ihre Expertise bei der Weiterentwicklung autonomer Fahrsysteme und den Betrieb autonomer Fahrdienste weiter aus und gehen zum Großteil mittlerweile vom Erprobungs- und Pilotbetrieb in die Kommerzialisierung über. Vor allem drei Akteure stechen mit überdurchschnittlich hohen strategischen Kompetenzen in den zentralen Wertschöpfungsfeldern hervor: Baidu (Apollo), Alphabet (Waymo) und GM (Cruise). Als Innovatoren können sie nicht nur auf einen breiten Erfahrungsschatz im realen Fahrbetrieb zurückgreifen, sondern verfügen ebenso über ausgeprägte interne Ökosysteme. Zu der Gruppe der Fast Follower zählen Player wie Pony.ai, AutoX, Intel (Mobileye, Moovit) sowie WeRide und Motional (Aptiv/Hyundai). Auch diese Akteure besitzen ausgiebige Testgebiete und -flotten und realisieren vereinzelt kommerzielle Fahrten. Die dritte Gruppe der Follower (Amazon mit Zoox, Apple mit Drive.ai, VW mit Moia oder Mercedes-Benz) befindet sich noch in einem deutliche früheren Entwicklungsstadium. Der europäische Kontinent und Deutschland als Automobilnation bleiben hingegen hinter den Entwicklungen in den USA und China zurück. Nicht nur gibt es hierzulande wenige Akteure mit nennenswerten Kompetenzen in den zentralen Wertschöpfungsfeldern, auch aus Kundennutzen-Perspektive sind die bisherigen Pilotprojekte noch ausbaufähig. Um mittelfristig eine produktive Skalierung von autonomen Fahrdienstleistungen zu realisieren, müssen Anwendungsfälle mit einem hohen Wertversprechen (Value Proposition) bei gleichzeitig moderater Umsetzungskomplexität fokussiert werden. Hierfür ist eine hohe Koordinationsbereitschaft aller Akteure erforderlich – inklusive politischer Kräfte.

Quelle: CAM

Fünffjahresvergleich: Mobility Provider

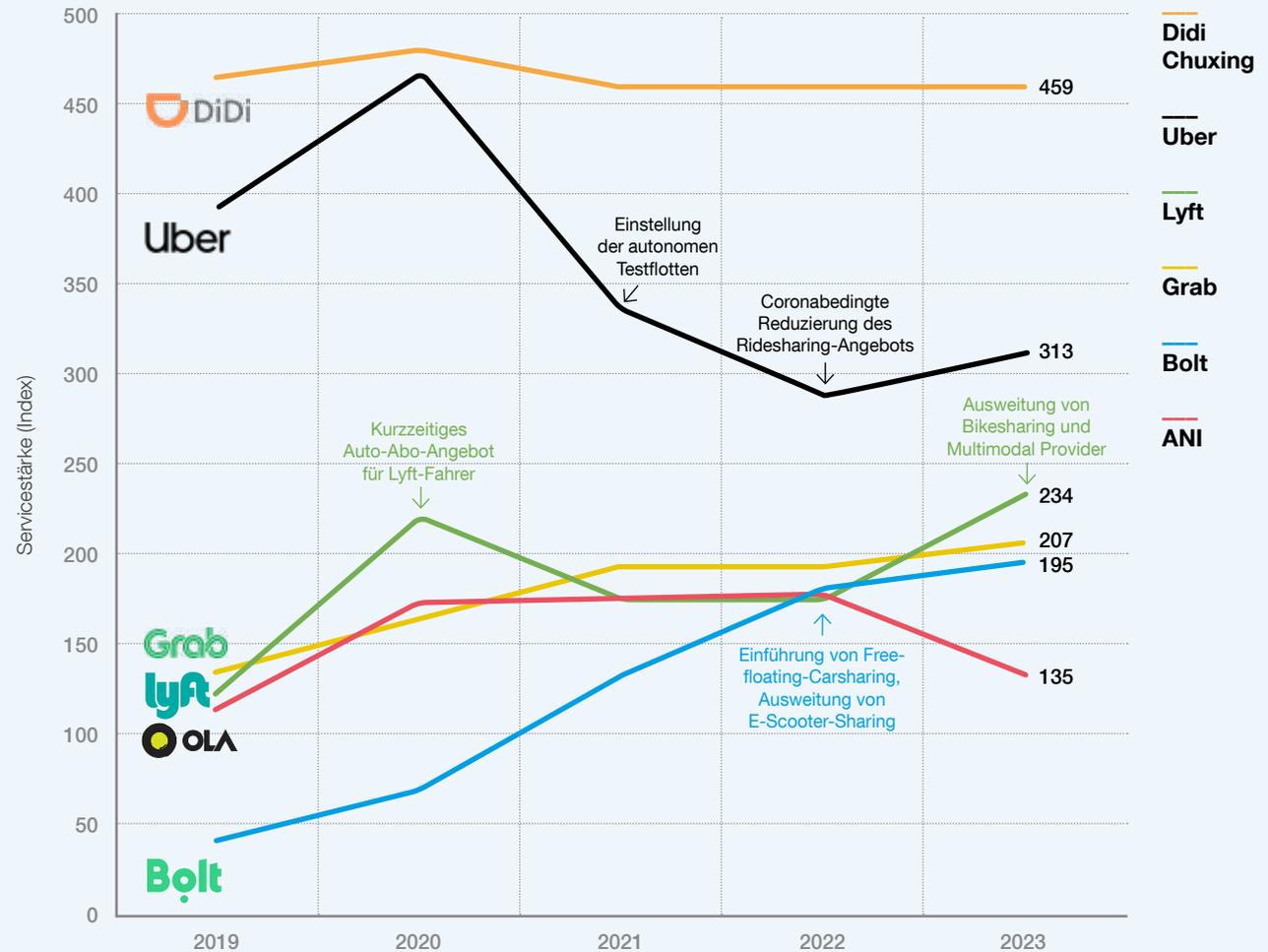


Stabile Erfolgslage

In den zurückliegenden fünf Jahren haben sich vor allem die Mobility Provider höchst unterschiedlich entwickelt, konnten aber im Gegensatz zu den meisten Autoherstellern ihr Servicestärke-Niveau halten oder – nach einem coronabedingten Einbruch im letzten Jahr – sogar wieder steigern. Branchenprimus Didi Chuxing zeigt sich – trotz Problemen mit staatlichen Behörden – vergleichsweise konstant und liegt an der Spitze der Mobility Provider mit knapp 460 Service-Indexpunkten. Uber hat sich nach der Coronakrise leicht erholt, ebenso wie Lyft. Zwischen 2020 und 2022 musste Uber Einbußen in der Servicestärke hinnehmen, unter anderem wegen des Verkaufs des Micromobility-Dienstes Jump an die Neutron-Firma Lime. Die Konzentration auf wenige, aber breit verfügbare eigene Serviceangebote mit einer aktuellen Gesamtstärke von 313 Indexpunkten wirkt sich jedoch positiv auf die finanziellen Kennzahlen aus. Dort ist die US-Vermittlungsplattform aus San Francisco mit ihrem Geschäftsmodell bislang am erfolgreichsten.

Eine klar steigende Tendenz ihrer Servicestärke haben Grab und Bolt zu verzeichnen. Der vor allem in Südostasien vertretene Anbieter Grab hat die Kundenzahl vor allem seines Taxiangebots seit 2019 kontinuierlich steigern können, außerdem kamen 2023 etwa mit Carsharing neue Angebote hinzu. Eine noch größere Erfolgsgeschichte haben die Esten von Bolt vorzuweisen, die ihre Servicestärke seit 2019 in etwa vervierfacht haben. So wurde unter anderem 2022 ein Free-floating-Carsharing-Dienst eingeführt, außerdem das E-Scooter-Angebot ausgedehnt. In diesem Jahr hat Bolt sein Carsharing-Angebot nochmals deutlich von einer auf sieben europäische Städte und von 300 auf 2.000 Fahrzeuge ausgebaut.

Servicestärke-Trends ausgewählter Mobility Provider (2019-2023)

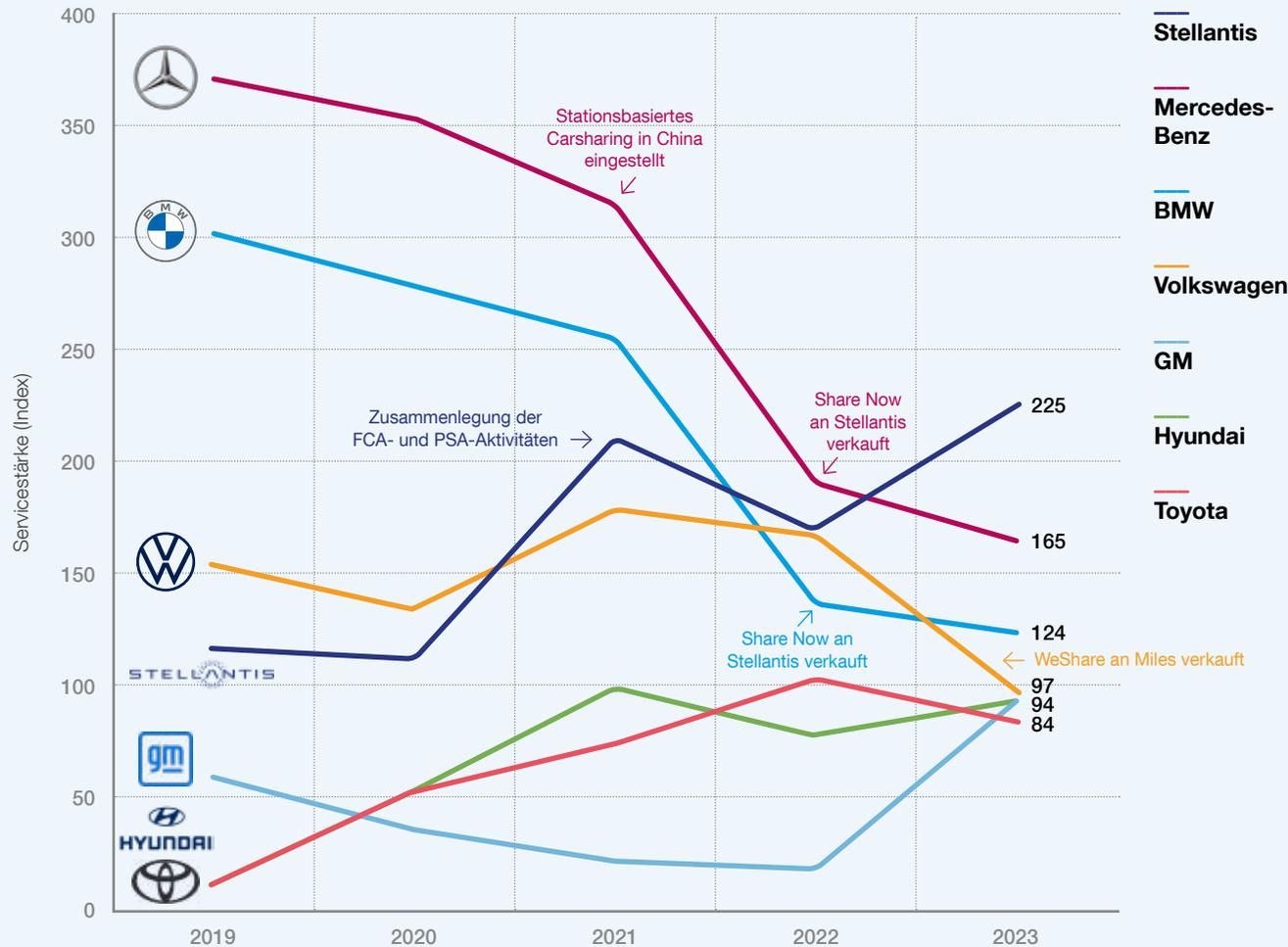


Quelle: CAM

Fünjahresvergleich: Autohersteller



Servicestärke-Trends ausgewählter OEMs (2019-2023)



Vom Gamechanger zum Spielverderber

Kaum eine Akteursgruppe in der Mobilitätsindustrie ist so erdrutschartig vom Gipfel der überzogenen Erwartungen in das Tal der Tränen gerutscht wie die der Automobilhersteller. Viele werden sich an das Bild der beiden Konzernchefs von BMW und Daimler, Harald Krüger und Dieter Zetsche, aus dem Jahr 2019 erinnern, als beide unter großem Getöse ihre Mobilitätsdienste zu einem Joint Venture fusionierten, um einen „weltweit führenden Gamechanger“ der Mobilität aufzubauen. Doch spätestens mit dem Einbruch der Coronakrise ging nicht nur BMW und Mercedes-Benz in Sachen neuer Mobilität die Puste aus. Der Grund: viele verlustreiche Jahre mit Carsharing, Micromobility oder anderen Services, die weit hinter den Erwartungen zurückblieben.

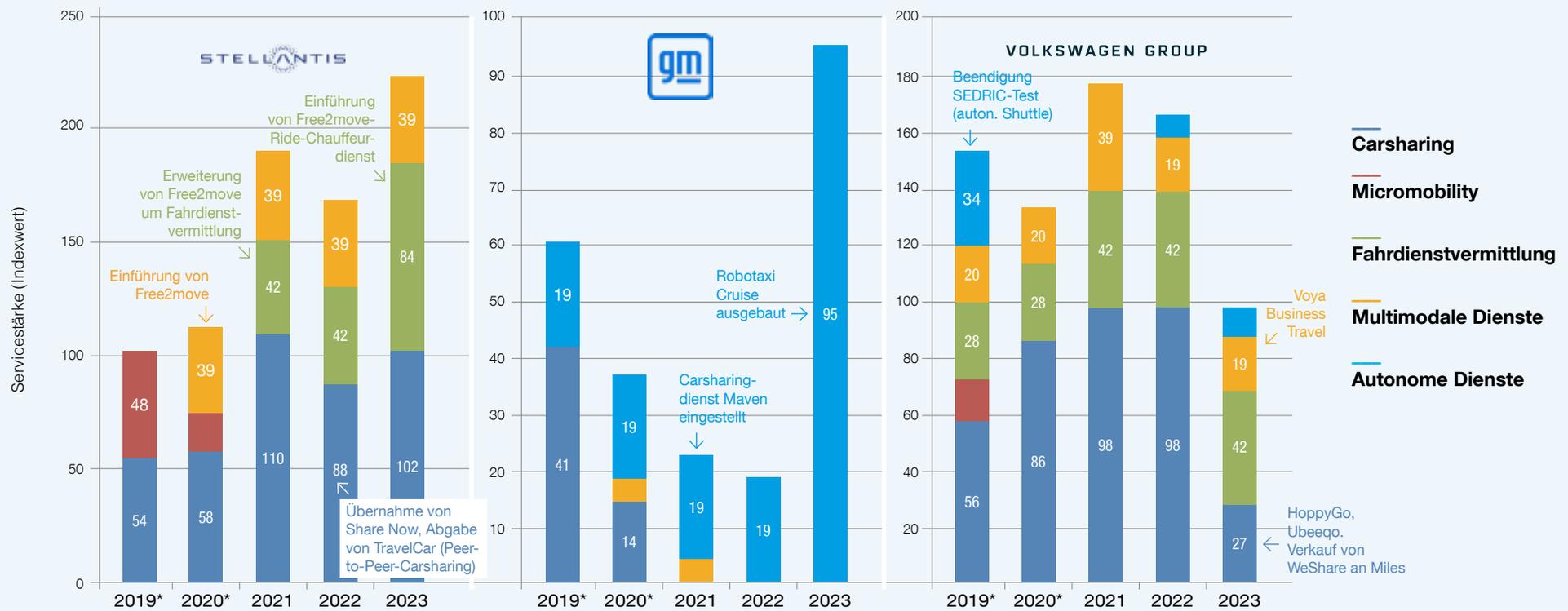
Daher hat sich im MSR-Längsschnittvergleich in den vergangenen Jahren eine große Gruppe der sogenannten Desinvestierer etabliert: BMW und Mercedes verkauften ihr Carsharing-Juwel Share Now an Stellantis, Volkswagens Dienst WeShare ging an Miles Mobility. Im Ergebnis reicht es für Mercedes noch für Platz zwei im Servicestärke-Ranking der OEMs mit 165 Indexpunkten, BMW folgt auf Platz drei mit 124 Punkten. Beide deutschen Premiumhersteller besitzen noch zusammen die Vermittlungs- und Multimodalitätsplattform Free Now, deren Marktdurchdringung jedoch im Zeitverlauf ebenfalls abgenommen hat. Für Volkswagen reicht es im Ranking nur noch für den vierten Platz. Entsprechend profitiert Stellantis als einziger Autobauer mit einer tendenziell steigenden Servicestärke, kommt aktuell auf 225 Indexpunkte und erreicht damit den Spitzenplatz. Lediglich GM konnte 2023 – nach mehreren Jahren fallender Servicestärke – ähnlich stark zulegen dank eines ausgebauten Robotaxi-Dienstes mit der Tochter Cruise und landet dennoch deutlich weiter hinten bei 94 Indexpunkten. Toyota und Hyundai sind OEMs mit stagnierender Servicestärke, sie bieten nur wenige Mobility Services an und erzielen keine hohen Marktdurchdringungen.

Quelle: CAM

Im Fokus: Stellantis, GM und Volkswagen



Längsschnittanalyse der Servicestärke von Stellantis, General Motors, Volkswagen nach Haupttypen (2019-2023)



Anmerkung: * 2019 und 2020 PSA & FCA.

Quelle: CAM; Stand der Datenbasis: April 2023

Strategien auf dem Prüfstand

Nur wenige Autobauer setzen noch voll auf das Pferd Shared Mobility. Dazu gehört der Mischkonzern Stellantis, dessen Plattform Free2Move dank Share-Now-Übernahme mittlerweile der Platzhirsch unter den OEMs ist. Stellantis' Expansionsstrategie soll dazu beitragen, den Nettoumsatz der eigenen

Mobilitätsdienste bis 2030 auf 2,8 Milliarden Euro und 15 Millionen Kunden weltweit zu steigern. Einen eher gegensätzlichen Weg schlagen Volkswagen und GM ein: Der US-Autobauer musste eingestehen, dass das Verhältnis von Investitionen und laufenden Kosten bei seinem Carsharing-Dienst Maven nicht mehr stimmte und stellte ihn ein. GM setzt mittlerweile alles auf autonome Dienste und kann dank Tochter Cruise hier

eine beachtliche Performance abliefern. Auch der Volkswagen-Konzern hat sich von seinem Carsharing-Angebot WeShare verabschiedet, das Ende 2022 an das Berliner Startup Miles verkauft wurde. Der Dienst schrieb in seiner dreijährigen Betriebszeit ausschließlich rote Zahlen. Ob VW beispielsweise mit einem runderneuten Europcar wieder stärker in das Mobility Business einsteigt, ist ungewiss.

„Die Wachstumseuphorie ist vorbei“

CAM-Direktor Prof. Stefan Bratzel im Gespräch

Wo steht die weltweite Mobilitätsindustrie heute nach Jahren sich überlagernder Krisen?

Viele neue, innovative Mobilitätsangebote sind in den letzten Jahren vom Markt verschwunden – daran hat die Coronapandemie natürlich ihren Anteil gehabt. Doch auch jenseits von Corona stellen wir in den letzten Jahren starke Konsolidierungstendenzen über alle Servicebereiche fest. Vor allem beim Carsharing oder der Mikromobilität kam es zuletzt zu vielen Verkäufen oder Marktrückzügen. Viele Player haben Probleme mit der Auslastung und kommen mit ihrem Dienst schlichtweg nicht in die Gewinnzone. Im Ergebnis gibt es in den einzelnen Bereichen nur noch eine Handvoll bedeutsamer Anbieter, die ihr Geschäft voll und ganz auf den Betrieb bestimmter Mobilitätsdienste spezialisiert haben und zudem über ausgeprägtes Daten- und Plattform-Knowhow verfügen. Um es klar zu sagen: Die Wachstumseuphorie der Anfangsjahre ist definitiv vorbei.

Warum ziehen sich immer mehr Autobauer aus dem Geschäft mit der New Mobility zurück?

Den meisten Herstellern ist es bislang nicht gelungen, sich zu erfolgreichen multimodalen Mobilitätsdienstleistern zu transformieren. Nach hohen Verlusten durch verschiedene Engagements überlassen sie das Geschäftsfeld rund um neue Mobilitätsdienstleistungen nunmehr überwiegend den spezialisierten Mobility Providern und fokussieren

sich auf das Kernprodukt Auto. Bei allen deutschen Herstellern ist entsprechend die Mobility-Servicestärke rückläufig. Eine Ausnahme ist vor allem Stellantis, die mit aggressiven Investitions- und Wachstumsstrategien nun beweisen müssen, dass Automobilhersteller mit Mobilität als Dienstleistung erfolgreich sein können. Grundsätzlich ist der Hype rund um integrierte Mobilitätsdienstleistungen bei den OEMs jedoch längst verflogen und die Konsolidierung der Branche ist vor dem Hintergrund steigender Zinsen im vollen Gange.

Wie können Sharing- oder Mobility-as-a-Service-Konzepte noch zum Erfolg werden?

Der Wettbewerb um den individuellen Kunden und seine Daten wird angesichts geringer Wachstumsraten, erster Sättigungstendenzen oder steigender Betriebskosten im Mobility Business immer härter. Damit Mobilitätsanbieter mit ihren Diensten in eine Phase der produktiven Skalierung gelangen, sollten sie unbedingt ihren Innovationsgeist beschwören. Produkte müssen technologisch verbessert und das eigene Geschäftsmodell erweitert werden, um so das Kundenerlebnis zu optimieren, die Markenloyalität zu steigern, interne Effizienzen zu heben und letztendlich auch positive gesellschaftliche Effekte zu haben. Fahrdienste zum Beispiel werden sicherer und günstiger, wenn autonome Systeme den Menschen an Bord ersetzen. Wer zuerst innoviert, erarbeitet sich einen Wettbewerbsvorteil.



Stefan Bratzel ist seit 2004 Leiter des Center of Automotive Management (CAM) und Dozent an der Fachhochschule der Wirtschaft in Bergisch Gladbach. Das CAM ist ein unabhängiges wissenschaftliches Institut für empirische Automobil- und Mobilitätsforschung. Der promovierte Politikwissenschaftler ist zudem Verantwortlicher für den Masterstudiengang Automotive Management. Bratzel war zuvor unter anderem Produktmanager beim Automobilhersteller Smart und Programmmanager bei Quam in München (Bild: facesbyfrank).

Wissenschaftliche Leitung:



Prof. Dr. Stefan Bratzel
Center of Automotive Management
September 2023 · Bergisch Gladbach

In Zusammenarbeit mit:

automotiveiT[®]

Weitere Informationen zur Studie:

www.mobility-services-report.com

Powered by 
CISCO[™]