



VERKEHR

## Waffe der Feinde

Weil junge Menschen kein Auto mehr besitzen wollen, überfluten die Hersteller nun Großstädte mit Mietautos. Die Idee des Car-Sharing, die City zu entlasten, bleibt auf der Strecke.

**E**in Gerät, das man nur wenige Minuten am Tag braucht, auch gleich zu kaufen, erscheint nicht schlau. Und doch hat der Mensch meist keine Alternative. Wer vermietet schon Kaffeemaschinen oder Rasierapparate?

Anders beim Automobil: Hier findet eine gemeinschaftliche Nutzung unter dem Stichwort „Car-Sharing“ zunehmend Verbreitung. Die Anbieter sind zahlreich – zu ihnen gehören neuerdings sogar die Autohersteller selbst.

Deutschlands Hauptstadt mal eben für ein Trinkgeld von wenigen Euro mit einem neuen BMW zu durchqueren, steht jedem frei. Er muss nur einen gültigen Führerschein haben und Mitglied des von dem Münchner Autokonzern und dem Vermieter Sixt gegründeten Nutzerclubs DriveNow werden. Einmalige Eintrittsgebühr: 29 Euro.

Dafür gibt es einen elektronisch lesbaren Führerschein-Aufkleber, der als Türöffner dient für Hunderte an Berliner Straßen geparkte Pkw von BMW oder der BMW-Tochtermarke Mini. Sie lassen sich über das Internet orten und reservieren. Wo die Fahrt zu Ende ist, lässt der DriveNow-Nutzer das Auto einfach stehen; fürs Tanken liegt eine Karte bereit. Benzin, Parkgebühren und Vollkaskoversicherung sind im Preis von 29 Cent pro Minute inbegriffen.

Wie soll sich das rechnen? Und was hat BMW davon?

Das Unternehmen hat, wie andere Hersteller, womöglich keine andere Wahl. DriveNow ist die Kopie eines Car-Sharing-Modells, das der Konkurrent Daimler für sein Stadtmobil Smart erfand und nach einem Pilotversuch in Ulm nun in zahlreiche Großstädte der Welt tragen will: Car2Go ist inzwischen in Hamburg, Vancouver und Austin (Texas) eingeführt, startet bald mit Elektro-Smarts in Amsterdam und San Diego und soll im Laufe der kommenden fünf Jahre in 40 bis 50 Großstädten verschiedener Kontinente etabliert werden – wenn nicht vorher ein anderer die Plätze besetzt. Volkswagen zum Beispiel entschied sich für Hannover: In der kommenden Woche startet der Hersteller dort sein Car-Sharing-Angebot Quicar.

„Das Modell hat schon seine Logik in größeren Städten“, erklärt VW-Vertriebsvorstand Christian Klingler, und er lässt bei diesen Worten deutlich erkennen, dass er dieser Logik nicht aus Begeisterung folgt, sondern aus schierer Not.

Es gibt einen Wertewandel in der Gesellschaft, der Deutschlands Schlüsselindustrie am Nerv ihres Daseins trifft: Das Automobil, einst stärkstes Symbol von Wohlstand und Freiheit, teuerstes Konsumgut der industrialisierten Welt,

verliert an Faszination. Immer weniger junge Menschen schaffen sich ein eigenes Auto an.

In einer Rede auf der Bundestagung des Kfz-Gewerbes stellte Stefan Bratzel von der Fachhochschule der Wirtschaft in Bergisch Gladbach Ende Oktober die Frage der Fragen: „Ist das Auto noch cool?“

Der Professor hat junge Menschen online befragt, und deren Antwort war ein deutliches „Nein“. Im Auditorium schlug diese Botschaft ein wie die Zahl der jüngsten Kirchenaustritte auf einer Bischofskonferenz. „Autobesitz und Autonutzung“, dozierte Bratzel, „gehen bei der städtischen Jugend signifikant zurück.“ Noch im Jahr 2000 besaß mehr als die Hälfte der Männer im Alter zwischen 18 und 29 Jahren ein eigenes Auto. Inzwischen ist es noch gut ein Drittel.

In bestem Hochschuldeutsch detektiert der Dozent einen „Trend zur Entemotionalisierung der Automobilität“ und nennt auch Gründe für diese Entwicklung:

- ▶ Autofahren ist zu teuer. Seit 1995, rechnet Bratzel vor, sind die Kosten für Kraftstoff sowie Anschaffung und Unterhalt des Autos weit stärker gestiegen als die allgemeinen Lebenshaltungskosten. Und aufbringen muss sie ausgerechnet eine „Generation Praktikum“, die andere Sorgen hat, als ein Vermögen für einen VW Golf auszugeben;
- ▶ Autofahren ist unpraktisch, jedenfalls in Ballungsräumen. Staus und nervtötende Parkplatzsuche sind maßgebliche Gründe für Autoverzicht. Mit dem Angebot des öffentlichen Nahverkehrs dagegen erklärten sich die Befragten zufrieden.

Es ist nicht militante Ökonomie, sondern schlicht pragmatisches Denken, das junge Städter motiviert, nicht mehr eine Tonne Blech vom Wohnsitz zum Büro mitzuschleppen. Auch auf langen Urlaubsreisen nutzt der moderne Mensch gern den Billigflieger und mietet sich am Ziel ein Auto. Der ADAC, einst Gralhüter deutscher PS-Beseeltheit, empfiehlt sich inzwischen als Mitfahrzentrale. Motto: „Gemeinsam fahren. Bares sparen!“

Wer hier auf der Strecke bleibt, ist klar. Den einstigen Traumfabrikanten von Daimler und Co. dämmerte es bitter: Wenn dieser Trend sich fortsetzt, werden Menschen, die sich noch ein eigenes Auto anschaffen, bald die Neandertaler der mobilen Gesellschaft sein.

Noch ist die Katastrophe nicht da. Es gibt genug ältere Leute, die unverdrossen Autos kaufen, es gibt noch Märkte wie Russland und China, wo die Menschen noch neureich genug sind, um vergnügt ihr Statussymbol durch zähen Berufsver-



OBERHÄUSER / CARO

**Junge Großstädter: Das Auto langweilt**

kehr zu manövrieren. Doch auch hier wird der Überdross kommen.

Die Hersteller werden diese Entwicklung nicht stoppen; es geht eher darum, zu retten, was zu retten ist. Und der erste Schritt wird gerade gemacht. Er heißt Car2Go, DriveNow und Quicar; und es ist ein Vorstoß von hoher strategischer Delikatesse: Mit Car-Sharing nutzt die Autoindustrie ein Instrument, das ursprünglich von radikalen Autogegnern entwickelt wurde, gleichsam eine der schärfsten Waffen ihrer Feinde.

Als erster „Autovermieter, der gegen Autos ist“ startete vor 21 Jahren in Berlin die Stattauto Car-Sharing GmbH. Damals herrschte die wohl autofeindlichste Grundstimmung der Industriegeschichte. Saurer Regen und Waldsterben machten das Auto zum Umweltfeind Nummer eins. Hamburg erklärte eine vierspürige Hauptverkehrsader zur Tempo-30-Zone, und Zürich wurde durch drastischen Straßentrückbau zum Mekka autophober Stadtplaner.

Stattauto passte perfekt in dieses Gefühlsgemenge. Wer Mitglied werden wollte, durfte kein eigenes Auto haben. Der Sinn des Teilens bestand darin, das Auto möglichst überflüssig zu machen. Die Gründer, drei hippe Berliner, bedienen alle Klischees kämpferischer Linksaußen-Folklore. Ihre Ziele waren die weitgehend autofreie Stadt und die Abschaffung des Privat-Pkw. Dieser solle dereinst „mit Dummheit assoziiert“ werden. Mitgründer Carsten Petersen verkündete: „Wenn es mit dem Verkehr so weitergeht, wird das Auto sowieso zu öde, um noch ein Lustobjekt zu sein.“

Das erwies sich als durchaus prophetisch. Das Auto ist artig geworden. Sein Kat-gereinigtes Abgas tötet keine Bäume mehr, seine in Crashtests optimierte Karosserie immer weniger Fußgänger. BMW wirbt nicht mehr nur mit „M Power“, sondern vorwiegend mit „Efficient Dyna-

mics“. Das Auto langweilt; es ist teuer und steht rum.

Doch auch Car-Sharing schaffte bisher nicht den großen Durchbruch. Etwa 200 000 Menschen in Deutschland entschieden sich bisher für diese Nutzungsform. Zugelassen sind 42 Millionen Pkw. Die Autoindustrie ist noch nicht da, wo die Kirche ist.

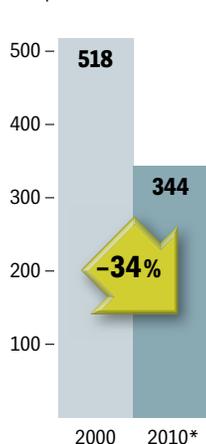
Aber sie ahnt, dass sie auf dem Weg dahin ist. Und ähnlich wie einst die Pfarrer Jeans anzogen und Gitarre spielten, macht sie nun Car-Sharing, und das nicht unbedingt zur Freude der etablierten Autoeiler.

Es gibt einen Bundesverband CarSharing e.V. Er hat das Kürzel bcs und die verkehrspolitische Zielsetzung der Gründerzeit gut konserviert. Wer Mitglied werden will, erklärt Geschäftsführer Willi Loose, muss nachweisen, dass durch sein Tun weniger Autos zugelassen und weniger Kilometer in der Stadt gefahren werden.

## Teilen statt Kaufen

### Fahrzeugbesitz

bei deutschen Männern von 18 bis 29 Jahren, Pkw pro 1000 Einwohner



\* ohne vorübergehend stillgelegte Fahrzeuge; Quelle: KBA

### Carsharing-Nutzer

in tausend



Stand: jeweils 1. Januar; Quelle: bcs

Den Car-Sharing-Anbietern von BMW und Daimler verweigert der bcs die Mitgliedschaft. Loose bezweifelt, dass sie die gewünschten Effekte bringen.

Kein Zweifel: Car2Go und DriveNow haben ein völlig anderes Ziel als bisherige Car-Sharing-Initiativen. Sie wollen keine Menschen vom Auto wegbringen, sondern Menschen, die ihre Mobilität bereits anders organisieren, das Autofahren wieder schmackhaft machen. Und deswegen haben sie auch ein anderes Organisations- und Tarifmodell.

Die klassische Car-Sharing-Firma hat feste Standorte für die Abholung der Autos und ein Abrechnungssystem, bei dem Zeit und die gefahrenen Kilometer bezahlt werden. Ihr Angebot ist zugeschnitten auf einen Nutzer, der das Auto nur für besondere Zwecke nutzt und im Übrigen meist mit Bus und Bahn fährt.

Die Autos von Car2Go und DriveNow sind „Taxis zum Selberfahren“ (Loose). Bei ihnen ist besonders die kurze, spontane Nutzung sehr billig. Sie sind ausschließlich für Fahrten im innerstädtischen Raum attraktiv und dürfen auch nur in diesem wieder abgestellt werden. Das Geschäftsmodell funktioniert für den Betreiber nur, wenn das Auto nahezu ununterbrochen genutzt wird, und das in einem Siedlungsraum, wo Busse und Bahnen stark und Autos das größte Problem sind.

Daimler und BMW schufen mit ihren Initiativen erbitterte Konkurrenten des öffentlichen Nahverkehrs, handeln mithin völlig kontraproduktiv im Sinne des ursprünglichen Car-Sharing-Gedankens. Car2Go bewirbt seinen Miet-Smart auf der Homepage sogar ungeniert als „das erste eigene öffentliche Verkehrsmittel“.

Der Erfolg dieser Projekte wird, wenn er sich einstellt, automatisch zur Plage der Innenstädte: Je dichter die abgestellten Autos stehen, desto attraktiver wird das Angebot, desto mehr Menschen werden teilnehmen, desto mehr Autos wird der Hersteller in den Pool schicken.

Volkswagen entschied sich mit Quicar für eine Mischform aus Car2Go und dem konventionellen Konzept. Die Autos, zunächst nur Modelle vom Standardtyp Golf, werden zwar auch zu einem günstigen Minutentarif angeboten, die Mietdauer beträgt aber mindestens eine halbe Stunde, und die Wagen müssen an 50 Stationen in Hannover abgeholt und dort wieder abgestellt werden.

Ein hochfrequenter Einsatz der Autos, Voraussetzung für die Rentabilität, ist so sehr unwahrscheinlich. Es sieht so aus, als wolle VW nur ein wenig gute Absichten bekunden und Quicar eher auf kleiner Flamme halten. „Wir gehen hier in Vorleistung“, erklärt Vertriebsvorstand Klingler. Die Aktion sei „wirtschaftlich vertretbar“. Von Rendite ist gar nicht die Rede.

CHRISTIAN WÜST