

## **Mobility\_On\_Demand – CarSharing\_2.0**

### **Grenzenlose Mobilität?**

*Ein Beitrag von Alexander Greie*

*Besitzen ist out – Teilen ist in. Tauschen, Teilen, Mieten – das sind die neuen Schlagwörter einer modernen Gesellschaft. Das Konzept des Carsharings – der gemeinschaftlichen Nutzung von Autos – begegnet nicht nur dem Bedürfnis des Großstadtbewohners mobil und flexibel sein zu können, sondern knüpft gleichzeitig an einen gesellschaftlichen Diskurs um Nachhaltigkeit an und ermöglicht neue Formen von Vergemeinschaftung.*

Schnell einen Blick auf das Smartphone geworfen, die Applikation zeigt mir auf der virtuellen Karte alle verfügbaren Fahrzeuge in der Nähe an, ein Klick und das Auto ist reserviert. Das gerade mittels Applikation reservierte Auto steht vor mir, ein weiterer Klick, der Schlüssel rastet ins Schloss, der Motor springt an und der gemietete Wagen fährt los. Leichter und schneller geht es wohl kaum, sich ein Auto zu mieten. Der Nutzer steht vor der Qual der Wahl: Ein *Bike2go*, der *ÖPNV2go* oder doch lieber ein *Car2go*? Doch was steckt hinter den neuen Formen von Mobilität und Teilen und welcher Trend kommt dabei auf? Diese neuen Mobilitätskonzepte sind nicht überraschend, denn sie passen in eine moderne und sich schnell wandelnde Gesellschaft. Noch nie war es so leicht sich mobil und flexibel in einer dynamischen Stadt fortzubewegen. Wofür braucht man überhaupt noch ein eigenes Auto, wenn es den Großteil des Tages ungenutzt auf seinen Besitzer wartet? Aber was ist wenn der IKEA Großeinkauf auf der To-Do Liste ganz oben steht und ein Griff in die eigene Tasche verrät, dass man kein eigenes Auto besitzt? Dafür gibt es seit circa vier Jahren sogenannte *CarSharing*-Dienste, welche per se nicht neu sind, aber ein anderes Konzept und Marketing betreiben. Es ist an der Zeit, über alternative Fortbewegungsstrategien nachzudenken, um einer immer dichterem und urbaneren Gesellschaft gerecht zu werden.

### **Raus aus der verstaubten Ökokiste, rein in die bunte Autowelt**

*CarSharing* ist die gemeinschaftliche Nutzung von Autos. Die Idee vom Teilen eines Autos gibt es schon sehr lange. Dabei teilen sich mehrere Personen ein Auto, was entweder privat oder über eine

Initiative beziehungsweise ein Unternehmen organisiert wird. Die „Selbstfahrrergenossenschaft“ aus Zürich bot bereits 1948 ihre Dienste an und war einer der Vorreiter moderner *CarSharing*-Dienste. In den darauffolgenden Dekaden entstanden immer wieder neue ambitionierte Projekte, die aber nur einen Nischenmarkt bedienten. Die Zeit des Fordismus verhalf im wahrsten Sinne des Wortes jedermann zu einem Volksauto und die Popularität ein eigenes Auto zu besitzen, war ungebrochen. Erst in den späten 1980er Jahren kam es aufgrund von Ölkrise und Umweltschutzbewegungen vermehrt zu alternativen Projekten, ein Auto zu teilen. In dieser entscheidenden Umbruchphase entstanden zum Beispiel auch *StattAuto* (1988) in Berlin oder *Stadtteilauto* (1992) in München. Fortan kam es zu immer weiteren Gründungen von *CarSharing*-Diensten, welche Ende der 2000er Jahre eine entscheidende, wenn nicht die entscheidende Entwicklung vollzogen. Der Einstieg von Automobilherstellern revolutionierte das Konzept *CarSharing* und verhalf dem ehemals als verstaubtes und ökohaft geltendem *CarSharing* zu einem Imagewandel. Wer hätte das gedacht, dass es *CarSharing* schon mehr als 60 Jahre gibt? Damals entstanden die ersten Projekte unter einem anderen Entstehungshintergrund, meist aufgrund von Umweltschutz, Kosteneinsparung oder einer "grünen" Lebensphilosophie. Erst nach und nach entwickelte sich *CarSharing* zu einem medientauglichen Begriff und man las immer häufiger: *CarSharing* sei trendy und sei die Mobilität von morgen. Aber warum ist *CarSharing* in den letzten Jahren immer populärer geworden und warum liegt es im Trend, kleine, sparsame Wagen zu fahren?

### **Die Qual der Wahl: traditionell, kommerzialisiert oder doch privat?**

In den letzten Jahren hat sich einiges auf dem *CarSharing*-Markt getan. Nicht nur der Einstieg der neuen, kommerzialisierten Dienstleister in Form von Automobilherstellern, sondern auch die privaten Anbieter von *CarSharing* erleben eine regelrechte Renaissance. Wenn man sich nun nicht zu Fuß oder mit dem Fahrrad fortbewegen möchte, dann steht man vor der Wahl: traditionell, kommerzialisiert oder doch privat? *CarSharing* beruht auf vier zum Teil unterschiedlichen Konzepten. Die gemeinsame Basis aller vier Konzepte – traditionelles, kommerzialisiertes, halbprivates und privates *CarSharing* – ist das gemeinsame Teilen von Autos. Es steht ein Kontingent an Autos zur Verfügung, welche sich die Mitglieder der jeweiligen Organisation ausleihen können. Der große Unterschied der kommerzialisierten zu den ersten Formen von *CarSharing*-Unternehmen liegt darin, dass die Autos nun stationsunabhängig, zu jeder Zeit und mit einer Applikation ortbar, nutzbar sind. Bei den traditionellen *CarSharing*-Modellen gibt es meist nur einige wenige Stationen, an denen man sich die Autos leihen kann, was die ganze Sache weniger flexibel macht. Da die Autos des neuen *CarSharing*-Konzepts überall im Geschäftsgebiet des Anbieters verteilt sind und somit stets verfügbar sind, passt es in unsere mobile, flexible und hochgradig vernetzte Welt.

Einen etwas anderen Weg geht das private *CarSharing*, denn hier organisieren sich meist Nachbarn, Freunde oder Bekannte zu einem informellen Netzwerk, bei denen ohne offizielles Unternehmen Autos geteilt werden. Das halbprivate *CarSharing* schließt die Lücke zwischen privatem und neuem *CarSharing*-Konzept, da hier zwar ein Unternehmen das Teilen von nachbarschaftlichen Autos organisiert, dieser aber nur als Vermittler fungiert. Gerade jener Bereich erfreut sich einer neuen Popularität und mündet in neuen Formen von Vergemeinschaftung. Dies zeigt sich nicht zuletzt in den sukzessiv steigenden Anmeldezahlen von halbprivaten *CarSharing*-Unternehmen wie *nachbarschaftsauto.de* oder *tamyca.de*.

### **Anmelden, Suchen, Fahren**

Name, Adresse, Bankverbindung samt Führerschein genügen, dann ist man Mitglied bei einem der neuen *CarSharing*-Anbieter. Ein Smartphone mit Internetzugang erleichtert die Nutzung der neu gewonnenen Mobilität. Mit einem Chip auf dem Führerschein öffnet sich das Auto wie von Geisterhand und lädt die personalisierten Einstellungen. Die neuen Anbieter wie *DriveNow* von *BMW*, *MINI* und *Sixt*, *Car2go* von *Daimler* und *Europcar*, *Flinkster* von der *Deutschen Bahn*, *Quicar* von *Volkswagen* oder *ZebraMobil* aus München, erobern immer mehr deutsche und europäische Städte und bedienen eben genau den Zeitgeist, der gerade gefragt ist: Mobilität, Flexibilität und Nachhaltigkeit. Der mobile Bürger braucht sich keine Gedanken mehr machen über Versicherung, Pflege des Autos, Tanken, Parkplatzgebühren, Unterhaltskosten oder Wartung, denn dies wird in der Regel von den Anbietern übernommen. Somit spart dies nicht nur Zeit und Geld, sondern es gibt auch das gute Gefühl, die Umwelt weniger zu belasten.

Abgerechnet wird minütlich und bei längeren Fahrten und Standzeiten gibt es in der Regel einen extra Tarif. Bei den traditionellen *CarSharing*-Anbietern ist es meist erst ab einer Stunde möglich, sich ein Auto zu mieten, was zur Folge hat, dass die durchschnittliche Nutzungsdauer deutlich höher ist als bei den neuen Anbieter. *DriveNow*-Kunden fahren im Schnitt gerade mal 15 Minuten. Man zahlt also nur, wenn das Auto auch verwendet wird. Dies zeigt, dass das neue *CarSharing*-Konzept anders genutzt wird und die Kunden kurze Strecken innerhalb einer Stadt und zum Beispiel weniger in den Urlaub mit einem *CarSharing*-Auto fahren.

Welche Gründe könnte es geben, dass die neuen *CarSharing*-Modelle einen anderen Nutzerkreis ansprechen?

### **Arbeit im Wandel**

Die Nachfrage von flexiblen und individuell nutzbaren Dienstleistungen nimmt sukzessive zu, denn Arbeitswelten haben sich geändert. Der übliche Nine-to-Five-Job ist passé. Anstelle dessen gibt es

oft befristete Arbeitsverträge mit nicht festgelegten Arbeitszeiten, stationsunabhängige Arbeitsplätze oder Co-Working, Dienstreisen sind kein Privileg mehr, sondern gehören zum Arbeitsalltag und der Arbeitnehmer muss mobil und flexibel im Job sein. Nicht mehr nur Manager oder Personal im Außendienst müssen hochmobil sein, sondern auch schon Studenten, Handwerker, Wissenschaftler oder die stetig wachsende Anzahl an Berufspendlern. Der Vorgesetzte erwartet eine 24h-Erreichbarkeit, was schließlich in einer Zeitspirale endet, in der Arbeit, Freizeit und Reise nicht mehr trennbar sind. Somit wird die Zeit verdichtet, Arbeitsabläufe optimiert, Reisen als Arbeitszeit genutzt und Termine werden enger geplant. Die immer weitreichendere Vernetzung von Arbeit, Alltag und Freizeit mittels Internet, E-Mails oder sozialen Netzwerken versinnbildlicht eine Normalisierung von Mobilität und Flexibilität in einer globalisierten Welt. So stellt auch Christoph, der Kunde bei *DriveNow* ist, fest: "Also da ist das Auto unerlässlich. Also es ist grad, wie gesagt, mal, es ist einfach ein Zeitfaktor, wenn ich mit dem Zug irgendwo in die Berge fahre zum Wandern, bin ich halt mal zwei Stunden unterwegs, bis ich halt hoch bin. Und da geht der Freizeitwert verloren, wenn ich morgens um vier aufstehen muss, um irgendwo um sieben am Startpunkt zu sein." *CarSharing* bedient die Bedürfnisse neuer Arbeitswelten, indem die Autos rund um die Uhr nutzbar sind und an keine feste Position gebunden sind. So können die Nutzer zum Beispiel bei Kundenterminen, den nächsten *CarSharing*-Wagen mit einer Applikation suchen und losfahren, was den Ansprüchen schnell und ohne große Umstände von A nach B zu kommen, gerecht wird.

### **Lasst uns etwas für die Umwelt tun**

Aber nicht nur die flexible Nutzungsweise macht *CarSharing* interessant, sondern auch der Gedanke, durch das Teilen von Autos einen umweltschonenden Beitrag zu leisten. Biologische, ökologische und regionale Produkte sowie *Fairtrade* sind längst nichts mehr nur noch etwas für verstaubte "Ökos", sondern sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Die Frage nach Nachhaltigkeit und Umweltschutz stehen auch bei Politikern ganz oben auf der Agenda. Das haben auch die Automobilhersteller erkannt und sprechen deshalb insbesondere die Kunden an, die Wert auf nachhaltige Mobilität legen. An vielen Bahnstationen innerhalb einer Stadt befinden sich *CarSharing*-Autos, die zur Weiterfahrt genutzt werden können. Der Münchner Verkehrs- und Tarifverbund (MVV) untersucht schon seit Längerem immer wieder die Effizienz von Nachhaltigkeit und dem ÖPNV. So steht in der 2003 veröffentlichten Studie der MVV zum Thema *CarSharing* und MVV: "*CarSharing* führt zu erhöhter MVV-Kundenanbindung" sowie "Das Potential für MVV plus *CarSharing* ist noch lange nicht ausgeschöpft." Dies zeigt deutlich, dass die Symbiose zwischen *CarSharing* und dem ÖPNV sich positiv auf ökologische Nachhaltigkeit auswirkt und viele Kunden gerade diese nachhaltigen Mobilitätsmöglichkeiten nutzen. Auch die Häufigkeit, wie oft das Auto genutzt wird, ändert sich mit *CarSharing* und dem ÖPNV, da

Menschen mit einer Sensibilisierung für Umweltschutz und Nachhaltigkeit genau überlegen, ob die Strecke mit dem Auto gefahren werden muss oder ob es Alternativen gibt, zum Beispiel zu Fuß, mit dem Fahrrad oder der Bahn. *Car2go* setzt unter anderem in Berlin Elektroautos ein, damit eine noch höhere Effizienz von ökologischer Nachhaltigkeit erzielt werden kann. Auch *StattAuto* konstatiert: "Nicht nur die Prinzipien der ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit sind erfüllt, sondern auch das Prinzip der ‚sozialen Verträglichkeit‘, das nur allzu oft dem Rentabilitätsdenken geopfert wird, ist wirksam umgesetzt." Darüber hinaus zeigt sich eine Bewegung dahin, dass vermehrt Leute aus einer Großstadt mit guter Infrastruktur, die ein eigenes Auto besitzen, dieses wieder abschaffen und zunehmend auf alternative Fortbewegungsmöglichkeiten wie *CarSharing* oder den ÖPNV umsteigen. *CarSharing* steht also nicht nur für Mobilität und Flexibilität, sondern auch für Nachhaltigkeit, wie der Anbieter *ZebraMobil* aus München betont: "Das ist Car-on-Demand. Oder: Die nachhaltigste und flexibelste Form der Mobilität."

### **"Des Deutschen liebstes Kind"**

Ist das Auto noch das, was es früher einmal war? Etwas mit dem man beim Nachbarn Eindruck schinden konnte oder neidische Blicke ertete? Oder hat sich im Wertekodex etwas geändert? Sicherlich stellt das Auto nach wie vor einen wichtigen Bestandteil im Alltag, Beruf oder in der Freizeit dar. Dennoch hat das Auto gerade unter jüngeren Leute einen anderen Stellenwert eingenommen. So diagnostizieren das Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas) und das Institut für Verkehrsforschung (DLR) in einer Studie über „Mobilität in Deutschland“ (MiD), welche vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) in Auftrag gegeben wurde, dass immer weniger junge Menschen ein eigenes Auto besitzen und nutzen. Vielmehr sind andere Objekte, wie das *iPhone*, zu einem neuen Statussymbol beziehungsweise Prestigeobjekt einer heranwachsenden Bevölkerungsschicht aufgestiegen. Christoph meint dazu: "Bei mir sind es eher so die ganzen Gadgets, wie iPhones oder Computer oder Sportausrüstung." Und zum Thema Auto hält er fest: "Ich nehme es nicht als reines Statussymbol einfach her." Nicht mehr das eigene Auto, sondern ein Auto zum Mieten spiegelt den Trend der Heranwachsenden wider. Durch eine andere Art der Nutzung von Dingen entstehen neue Statussymbole. Auch die Popularität des ÖPNV als Ergänzung zum Auto und dem Fahrrad hat zugenommen. Das Auto wird weiterhin genutzt, aber wie und wann es genutzt wird, das hat sich verändert. Nicht nur deswegen ist die Zielgruppe junger Erwachsener besonders in den Fokus der kommerzialisierten *CarSharing*-Anbieter gerückt.

## Meins ist Deins

Im 21. Jahrhundert wohnen erstmals mehr Menschen in einer Stadt als auf dem Land. Auf der einen Seite hat diese Veränderung zur Folge, dass Städte immer mehr wachsen, dichter werden und das Leben und der Alltag sich in Städten ändern. Auch Anonymität und Individualisierung nehmen zu. Das Grüßen auf der Straße gehört der Vergangenheit an und oftmals hat man seine Nachbarn noch nie gesehen. Auf der anderen Seite gibt es gerade gegen diese Veränderungen neue Wege und Praxen in Form von Vergemeinschaftung. Doch woran könnte das liegen? Es entstehen neue nachbarschaftliche Netzwerke, Tauschökonomien, Gruppen, Verbindungen oder Organisationen. Dabei wird gemeinsam etwas konsumiert und geteilt. Vor allem das Internet und die sozialen Netzwerke dienen als Plattform und Schnittstelle solcher neuen Erscheinungsformen. Der Fortschritt der Technik macht es möglich, dass sich in den letzten Jahren Seiten wie *couchsurfing.org*, *airbnb.de*, *leihdirwas.de*, *ebay.de* oder im *CarSharing*-Bereich *rent-n-roll.de*, *autonetzer.de* und *nachbarschaftsauto.de* immer größerer Beliebtheit erfreuen können. Auch Mitfahrgelegenheiten, Kleidertauschpartys und der Verleih von Fahrrädern (rent a bike) nehmen zu. Es werden Menschen miteinander verbunden, vernetzt und es entsteht ein Vertrauen in der anonymen Welt. So spielt es eventuell nicht mehr die gleiche Rolle, etwas zu besitzen, denn warum sollte man immer etwas kaufen, was dann nur wenig benutzt wird? Und der Ressourcenverbrauch sowie die Umweltbelastung steigen zudem noch mehr an. Die meisten Dinge, die ein Mensch besitzt, werden sowieso fast nie gebraucht und verstauben in der Ecke. Deshalb entsteht der Trend hin zum Teilen und nicht Besitzen. Die US-Amerikanerin Rachel Botsman schreibt in ihrem Buch "What's mine is yours" über *Collaborative Consumption* (gemeinschaftliches Konsumieren) und bemerkt eine dahingehende Veränderung im Konsumverhalten, dass es nicht darauf ankommt, was wir konsumieren, sondern wie wir konsumieren: "Collaborative Consumption is disrupting outdated modes of business and reinventing not only what we consume but how we consume!" Die neuen Tauschökonomien führen Menschen zusammen, lässt aus etwas Anonymen etwas Vertrautes entwickeln und es entsteht eine Kultur des Teilens. Durch den mobilen und flexiblen Alltag sehnen sich Menschen wieder nach Nähe und neuen Beziehungen, was neue Formen von Vergemeinschaftungen aufkommen lässt und neue Alltagspraxen hervorruft. Man tauscht, teilt und leiht auch, weil man auf einen erworbenen Lebensstandard nicht verzichten möchte und sich deshalb nur dann etwas leiht, wenn man es wirklich braucht. Michael Haberland, Vorsitzender vom Automobilclub "Mobil in Deutschland e.V.", sagt: "Mobilität ist ein Ausdruck von Freiheit", welche man nicht aufgeben möchte. Durch die Verfügbarkeit von Tauschbörsen, braucht man nicht mehr lange darauf sparen, sondern kann es sich einfach ausleihen oder mieten. Die Meins-ist-Deins-Wirtschaft drückt auch das Konzept von *CarSharing* aus, denn nur wenn man das Auto braucht, dann mietet man es sich. Birgit Hahn, die im Marketing von *DriveNow* beschäftigt ist, beschreibt

ihr Erlebnis mit *CarSharing*: "Als ich neulich mit einem *DriveNow* MINI durch die Stadt gefahren bin und mir ein anderer *DriveNow* MINI entgegenkam, dessen Fahrer mir enthusiastisch zuwinkte.", da entstand für sie ein Gefühl von Gemeinschaft und Verbundenheit. Sie gehörte dazu und war nicht außen vor. Die Philosophie des Tauschens und des gemeinschaftlichen Konsumierens ist ein neuer Lifestyle, ein Lebensgefühl und lässt alte Ideen von Gemeinschaft, Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein und Konsumverhalten wieder neu aufleben. Die Freude und Lust am gemeinsamen Teilen, Tauschen und Mieten kann vielleicht als Antwort auf eine individualisierte, anonymisierte und globalisierte Welt verstanden werden.

### **Trendy, cool und grün**

Das Marketing hinter den neuen *CarSharing*-Anbieter wie *DriveNow* oder *Car2go* ist kein Willkürliches, sondern es stecken verschiedene Ideen und Werte dahinter. Der Webauftritt ist sehr modern, zeichnet sich aus durch viele Grafiken, Tabellen, Bildern, Animationen und einer hohen Benutzerfreundlichkeit. Es liegt nahe, dass sie dadurch nicht nur Familien und Berufstätige, sondern auch junge Leute, wie Studenten oder Auszubildende, ansprechen. Hier wird *CarSharing* als ein Produkt verkauft, das einen ein Lifestyle verkörpert, nämlich frisch, urban, innovativ, trendy, cool, grün, nachhaltig, mobil und flexibel. Dabei wird beim Branding Wert darauf gelegt, dass die Marke (zum Beispiel *DriveNow*) etwas Persönliches darstellt, das individuell auf den Kunden abgestimmt ist. Dies wird erreicht durch maximale Flexibilität der Nutzung, Verfügbarkeit der Autos, einfache Bedienbarkeit und einheitliche Werbung. Der Kunde wird geführt, gelenkt und als Ziel gilt es, dass er sich in der Marke wiederfindet. Außerdem werden dabei auch Gefühle, also Emotionen verknüpft mit Erlebnissen, Attributen und Eigenschaften, wie Freiheit oder grenzenlose Mobilität. Es werden Stories, Events und Erlebnisse verkauft. Der Wohlfühlfaktor, der Spaß am Fahren und der Genuss stehen dabei im Vordergrund marketingstrategischen Handelns. Das als Lebensgefühl verkaufte Konzept *CarSharing* soll außerdem einen potentiellen Kunden an die Marke binden, indem die *CarSharing*-Autos meist neuester Generation entstammen und als Probefahrt dienen können. Damit möchten die neuen Anbieter nicht nur den Jetztmarkt, sondern auch den Zukunftsmarkt gestalten, indem sie die Kunden an Neuwagen heranführen und möglicherweise den jetzigen *CarSharing*-Kunden zu einem späteren Kaufkunden von neuen Autos machen. Die neuen *CarSharing*-Dienstleister grenzen sich von den Alten ab und polieren das verstaubte Image von alten *CarSharing*-Modellen auf. So wirbt zum Beispiel *Car2go* mit dem Spruch: "Einfach. Immer. Überall. Car2go bewegt Berlin. Erleben Sie Spontanität auf Rädern: Car2go erfindet urbane Mobilität neu. Sie steigen ein und aus, wo immer Sie wollen. Solange und so oft Sie möchten." oder *ZebraMobil*: "Ein Auto, wenn man's braucht." Es gibt aber auch Gegenstimmen, wie der Betreiber Walter Ernst von Stadtteilauto: „...ja weil eben die Autohersteller

eingestiegen sind und die schaden dem *CarSharing* eigentlich... für die Autohersteller ist das im Prinzip nur ein PR Gag das Ganze...“.

Letztendlich hat der Nutzer die freie Wahl zwischen traditionellem, kommerzialisiertem, halbprivatem oder privatem *CarSharing*. Den Motorschlüssel umgedreht, der Bordcomputer fährt hinunter und man ist am Ziel angekommen. Es sind gerade einmal 15 Minuten vergangen, als das Auto losfuhr. Der nächste Kunde wartet schon. *CarSharing* stellt ein sinnvolles, alternatives Fortbewegungsmittel dar, welches die Mobilitätsbedürfnisse von Menschen komplettiert, dem Schutz der Umwelt hilft und zu neuen Vergemeinschaftungsformen führt.

#### Anmerkungen:

- Alle Interviews wurden im Januar und Februar 2012 vom Autor geführt und geben den genauen Wortlaut wieder.
- Botsman, Rachel, Roo Rogers (2010): *What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live.* London.
- Car2go: <https://www.car2go.com/de/berlin/> (letzter Zugriff: 05.03.2013)
- Infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (2010): *Mobilität in Deutschland 2008. Ergebnisbericht. Struktur-Aufkommen-Emissionen-Trends.* Bonn. Berlin.
- Institut für Mobilitätsforschung, Eine Forschungseinrichtung der BMW Group (2011): *Mobilität junger Menschen im Wandel – multimodaler und weiblicher.* München.
- Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH (MVV) (2003): *Daten. Analysen. Perspektiven. MVV und Car-Sharing. Erfolge einer Kooperation. Ergebnisse einer Wiederholungsbefragung. Band 8.* Bielefeld.
- Stattauto: [http://stattauto-muenchen.de/sozialer\\_betrieb.shtml](http://stattauto-muenchen.de/sozialer_betrieb.shtml) (letzter Zugriff: 05.03.2013)
- ZebraMobil: <https://www.zebramobil.de/> (letzter Zugriff: 05.03.2013)