

BDU-Thinktank

Experten schätzen Marktvolumen für neue Mobilitätsdienstleistungen auf acht Milliarden Euro – Auch ÖPNV-Anbieter unter Druck

Besonders Automobilbranche, ITK-Branche und neue Mobilitätsdienstleister sorgen für verschärften Wettbewerb – Weichen für neue Marktaufteilung werden jetzt gestellt – Start einer neuen BDU-Thinktank-Serie

Bonn, 16. Juni 2014 (bdu) – Die Karten im deutschen Mobilitätsmarkt werden neu gemischt. Nach Berechnungen von Experten des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater (BDU) stehen die Ausgaben deutscher Haushalte für neue Mobilitätsdienstleistungen in Höhe von jährlich acht Milliarden Euro zur Verteilung an. Ursache für den Wandel sind die technologischen Veränderungen, die zunehmende Bedeutung von multimodalen Mobilitätsdienstleistungen sowie neue Mobilitätsanbieter – zum Beispiel aus der Automobilbranche oder ITK-Branche – die in den Markt drängen. Die bisherigen Platzhirsche, die meist regionalen ÖPNV-Anbieter, geraten damit zunehmend unter Druck. Die sich aus dieser Entwicklung ergebenden Herausforderungen für alle Anbieter von Mobilitätsprodukten und -dienstleistungen stehen im Mittelpunkt einer heute veröffentlichten BDU-Mobilitätsagenda. In acht Punkten werden der derzeitige und künftige Handlungsbedarf beschrieben. Für das aktuelle Thinktank-Projekt „Mobilität der Zukunft gestalten“ haben sich erstmalig vier BDU-Mitgliedsfirmen mit ausgewiesenem Spezialwissen im Mobilitätsmarkt – Arthur D. Little, Detecon International, Dr. Fried & Partner sowie mobilité Unternehmensberatung – vernetzt und dabei ein gemeinsames Zukunftspapier erarbeitet.

Acht-Punkte-Agenda für Handlungsfelder

Kernempfehlungen der Agenda sind unter anderem die Entwicklung deutlich individuell zugeschnittener Mobilitätsangebote, die auch emotionale Faktoren, Sozialstrukturen und die Wertvorstellungen der Nutzer stärker berücksichtigen. Wichtig: Alles sollte mobil buchbar und möglichst über alle Partnerunternehmen hinweg einheitlich nutz- und abrechenbar sein. Entschei-

dende Bedeutung gewinnen darüber hinaus neue Geschäftsmodelle, die unterschiedliche Mobilitätsservices wie Nahverkehr, Fernbus, Taxi, Car- und Bikesharing auf Plattformen und Apps vernetzen und nahtlos miteinander integrieren.

Um die vielfältigen Fragen, etwa hinsichtlich Zielgruppen, Geschäftspotenziale oder Standardisierung, zu klären, empfehlen die BDU-Mobilitätsexperten folgende acht Themenfelder zu untersuchen und unternehmensspezifische Antworten zu finden:

1. Zielgruppen und Marktsegmente neu definieren
2. Einfachen und flexiblen Kundenzugang einrichten
3. Neue Geschäftsmodelle entwickeln
4. Klarheit über Nachfrage- und Erlöspotenziale verschaffen
5. Intelligente Finanzierungsmöglichkeiten entwickeln
6. Neues Rollenverständnis schärfen und etablieren
7. Komplexität der Mobilität in „Smart Business Networks“ organisieren
8. Standards und Schnittstellen flexibel und offen gestalten

„Die Chancen, sich vom reinen Transportunternehmen zum Mehrwerte-Dienstleister in Sachen Mobilität zu entwickeln, werden bislang zu selten genutzt. Doch nur so lassen sich attraktive Einnahmequellen erschließen und vorhandene Defizite abbauen“, betont BDU-Geschäftsführer Kai Haake. „Mit der heute vorgestellten Acht-Punkte-Agenda wollen wir Mobilitätsanbieter in die Lage versetzen, ihre Herausforderungen zu überprüfen und lohnende Handlungsfelder zu identifizieren.“

Den Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) sehen die BDU-Experten unter Zugzwang, sich technologisch zukunftsfähig aufzustellen und intelligente Kooperationen zu knüpfen. Denn: In den Städten und Ballungsgebieten lebt bereits heute gut die Hälfte der Weltbevölkerung. Bis zum Jahr 2050 wird sich dieser Anteil auf zwei Drittel erhöhen.

Download der BDU-Mobilitätsagenda unter:

www.bdu.de/mobilitaetsagenda.html

Zusammensetzung Thinktank-Team „Mobilität der Zukunft gestalten“:

Arthur D. Little GmbH, www.adlittle.com

Detecon International GmbH, www.detecon.com

Dr. Fried & Partner, www.fried-partner.de

mobilité Unternehmensberatung GmbH, www.mobilite.de

Hintergrund BDU-Thinktanks:

In den BDU-Thinktanks arbeiten Unternehmensberatungen themen- und projektbezogen zusammen. Im Mittelpunkt stehen aktuelle oder zukünftige Herausforderungen für Unternehmen und Organisationen am Wirtschaftsstandort Deutschland. Ziel ist es, Wirkungszusammenhänge und Lösungsansätze vorzudenken. Die Ergebnisse sollen Diskussionen anregen und zielgerichtete Aktivitäten anstoßen. Alle Thinktank-Experten verfügen über ein hohes, nachgewiesenes Spezialwissen im untersuchten Themenfeld.

Bonn, 16. Juni 2014

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V.,

Klaus Reiners (Pressesprecher)

Zitelmannstraße 22, 53113 Bonn und Reinhardtstraße 34, 10117 Berlin

T +49 (0) 228 9161-16 oder 0172 23 500 58, rei@bdu.de