



HPP Strategie- und Marketingberatung GmbH

Frankfurt am Main | Oktober 2020

## HPP Mobilitätsanbieter-Ranking 2020

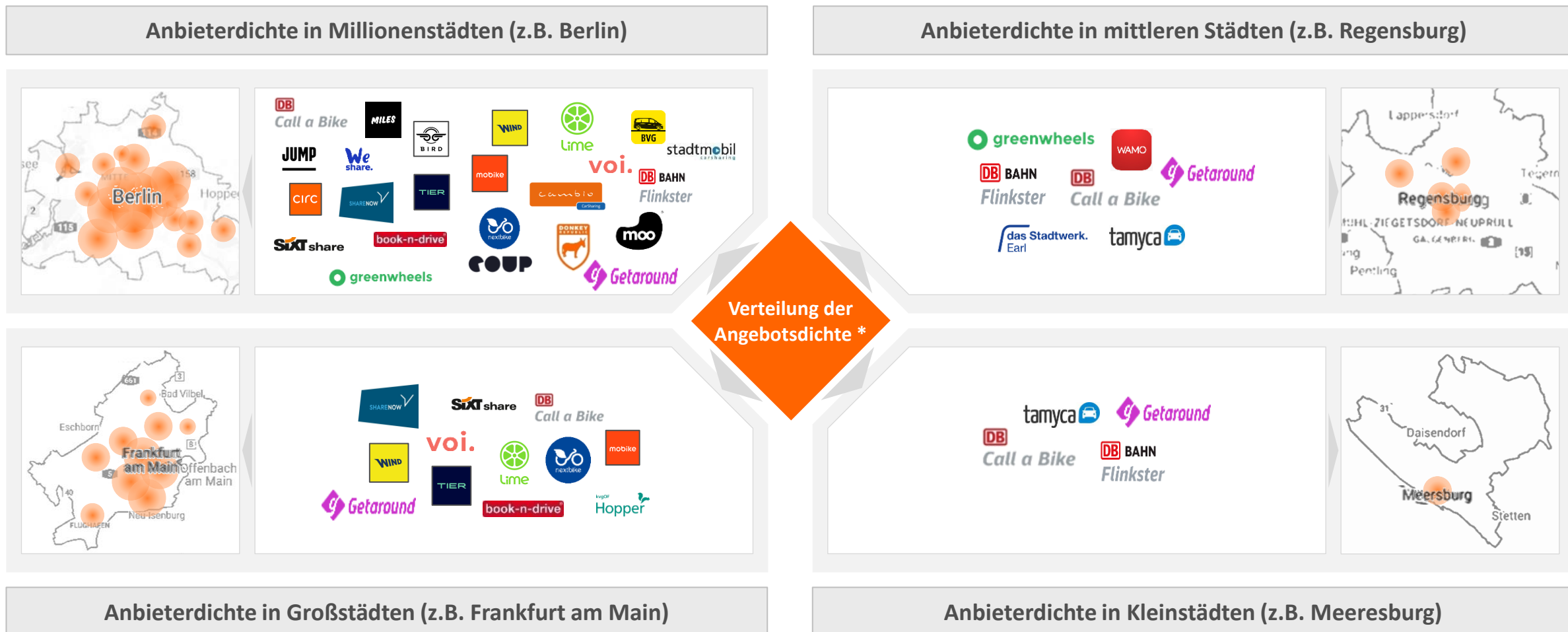
Die Top 50 der DACH-Region

# Der Mobilitätsmarkt im DACH-Raum ist hochdynamisch: Das HPP Mobilitätsanbieter-Ranking 2020 gibt einen strukturierten Überblick und schafft Transparenz



Der **Mobilitätsmarkt** im DACH-Raum ist weiterhin **hochdynamisch**. Mit den nötigen Mitteln ist die **Pandemiesituation eine Chance**, die **Marktbereinigung** zur Eroberung weiterer Marktanteile zu nutzen. Um **Transparenz** über das turbulente Marktgeschehen zu schaffen, gilt es die aktuelle **Branchendynamik** zu **analysieren**. HPP führte dazu erstmals im Rahmen einer **qualitativen** und **quantitativen Studie** ein **Mobilitätsanbieter-Ranking** durch.

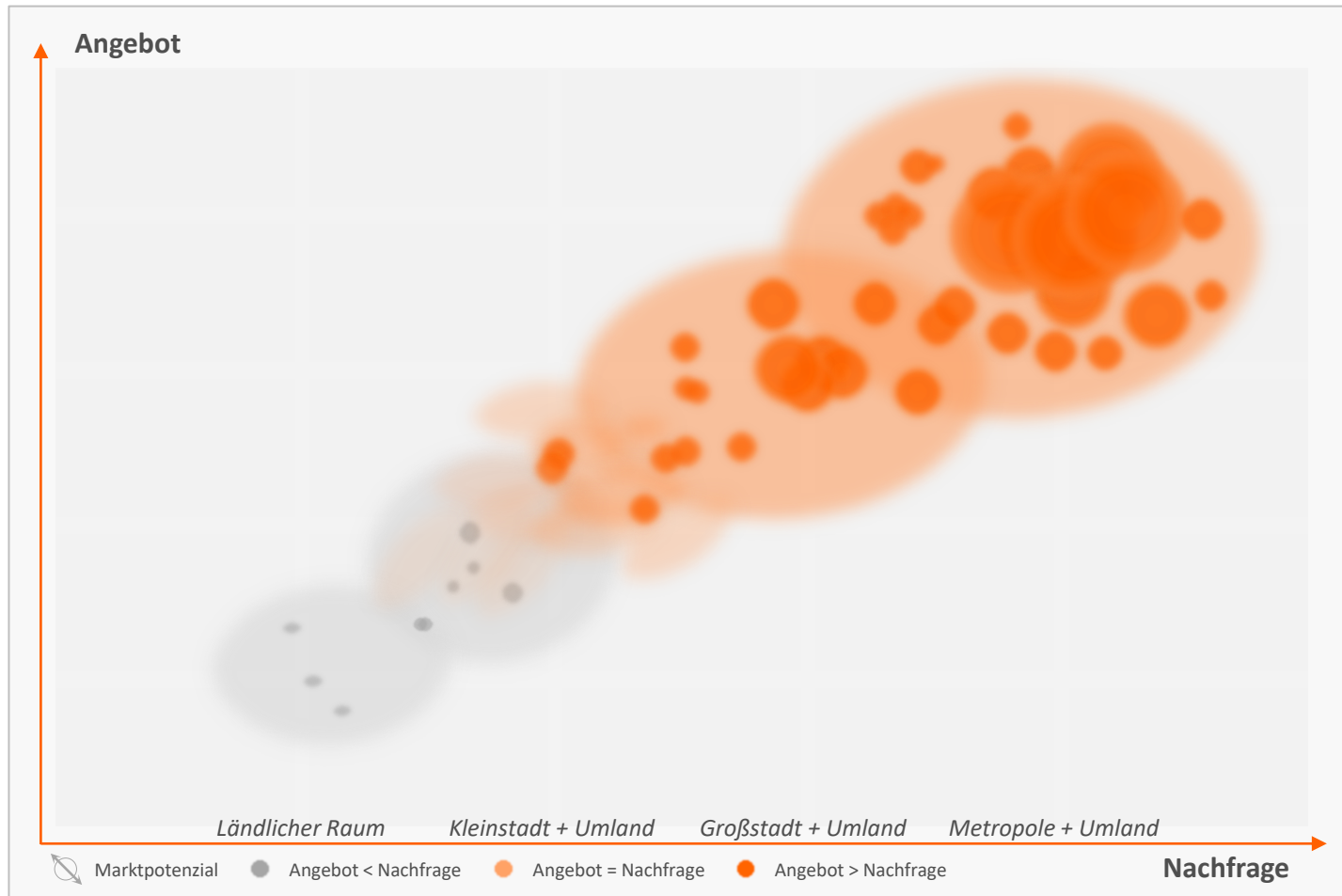
# Mobilitätsdienstleister sind in hoher Dichte in den umsatzstarken Metropol- und Großstädten aktiv, während sie in ländlicheren Gebieten kaum vertreten sind



\* Schematische Darstellung



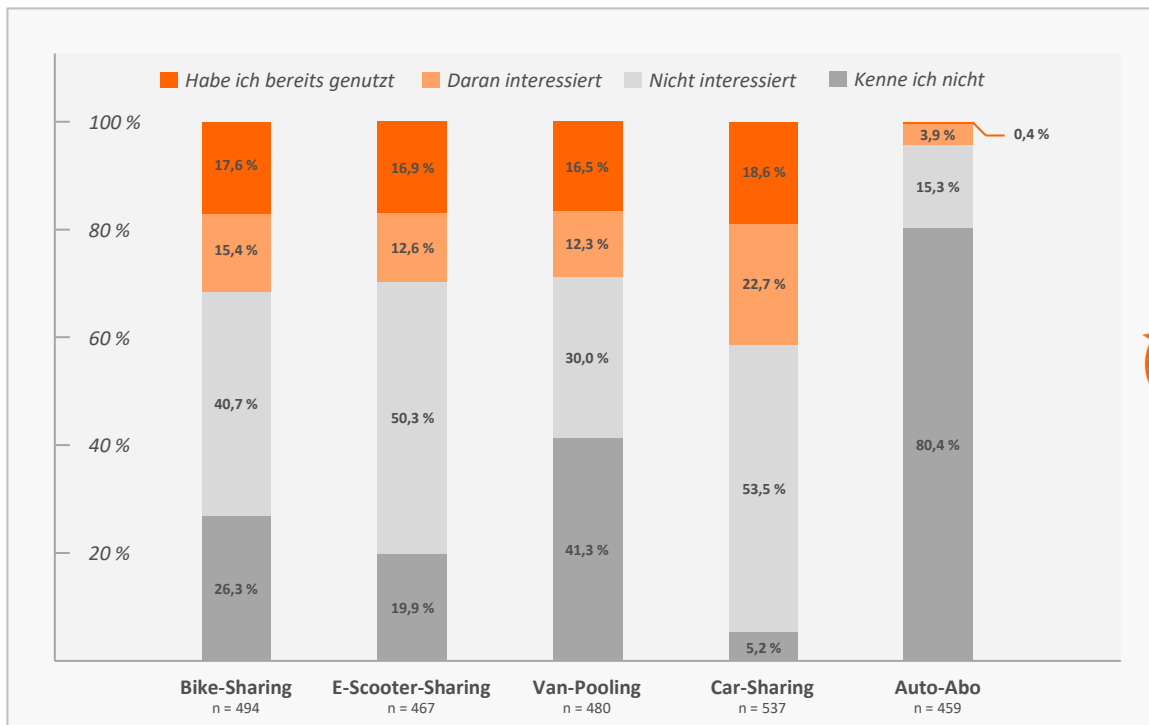
# Aus der hohen Angebotsdichte resultiert ein intensiver Wettbewerbsdruck, der die Profitabilität der Anbieter gefährdet und zur Marktkonsolidierung führt



- Das **Marktpotenzial** für **Mobilitätsdienstleistungen** ist in den **bevölkerungsreichen Metropol- und Großstädten** am höchsten
- Zahlreiche **Mobilitätsanbieter** sind in diese **attraktiven Märkte** eingetreten, wodurch das **Angebot** die **Nachfrage** deutlich **übertrifft**
- Als Konsequenz dieser **Marktübersättigung** sehen sich die **Mobilitätsanbieter** mit einem **intensiven Verdrängungswettbewerb** konfrontiert
- Die **steigende Wettbewerbsintensität** setzt die ohnehin prekäre **Profitabilität** der Anbieter zusätzlich unter Druck, als Folge setzt eine **Konsolidierung des Marktes** ein
- **Kleinstädte** und der **ländliche Raum** sind häufig **unterversorgt**, da sich für die Anbieter kein **gewinnbringender Betrieb** in den **bevölkerungsärmeren Regionen** darstellen lässt

# Aus Kundensicht erfreuen sich Mobilitätsdienstleistungen grundsätzlich großer Beliebtheit, E-Scooter-Sharing wird im Vergleich jedoch deutlich kritischer eingeschätzt

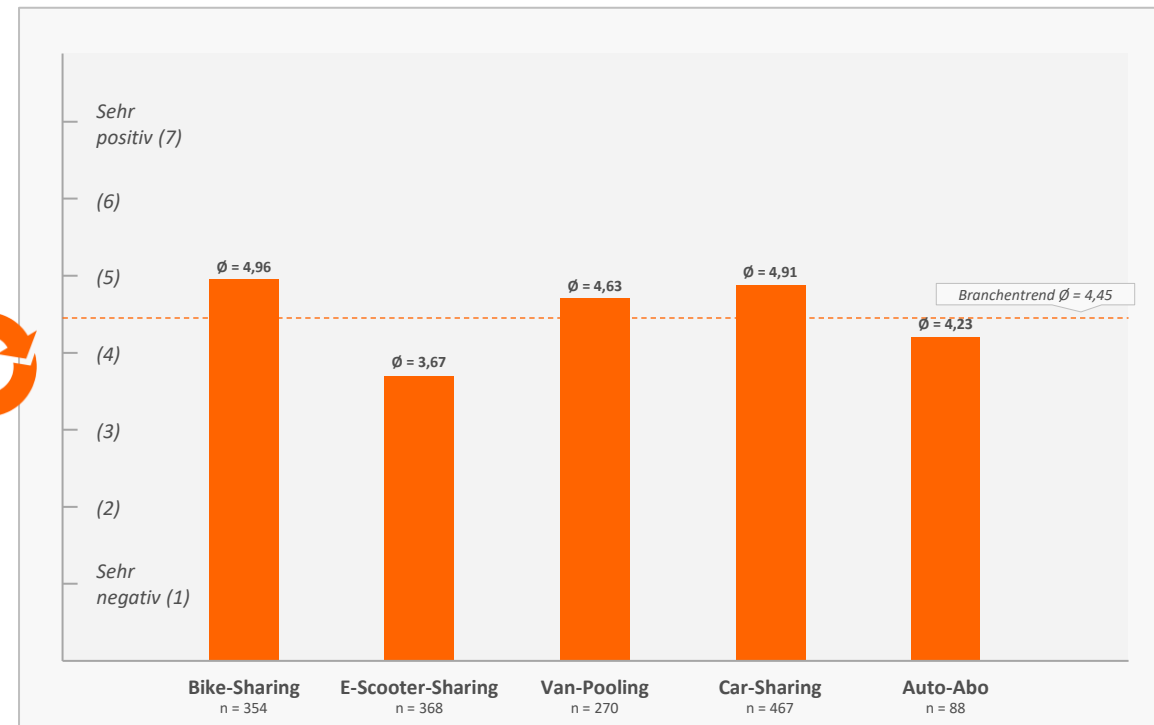
## Bekanntheit und Akzeptanz der Mobilitätsdienste im DACH-Raum \*



Die **Bekanntheit** und **Akzeptanz** von **Sharing-** und **Pooling-Angeboten** hält sich die **Waage**, während das vergleichsweise **neue Konzept Auto-Abo** noch **deutlich unbekannter** ist.

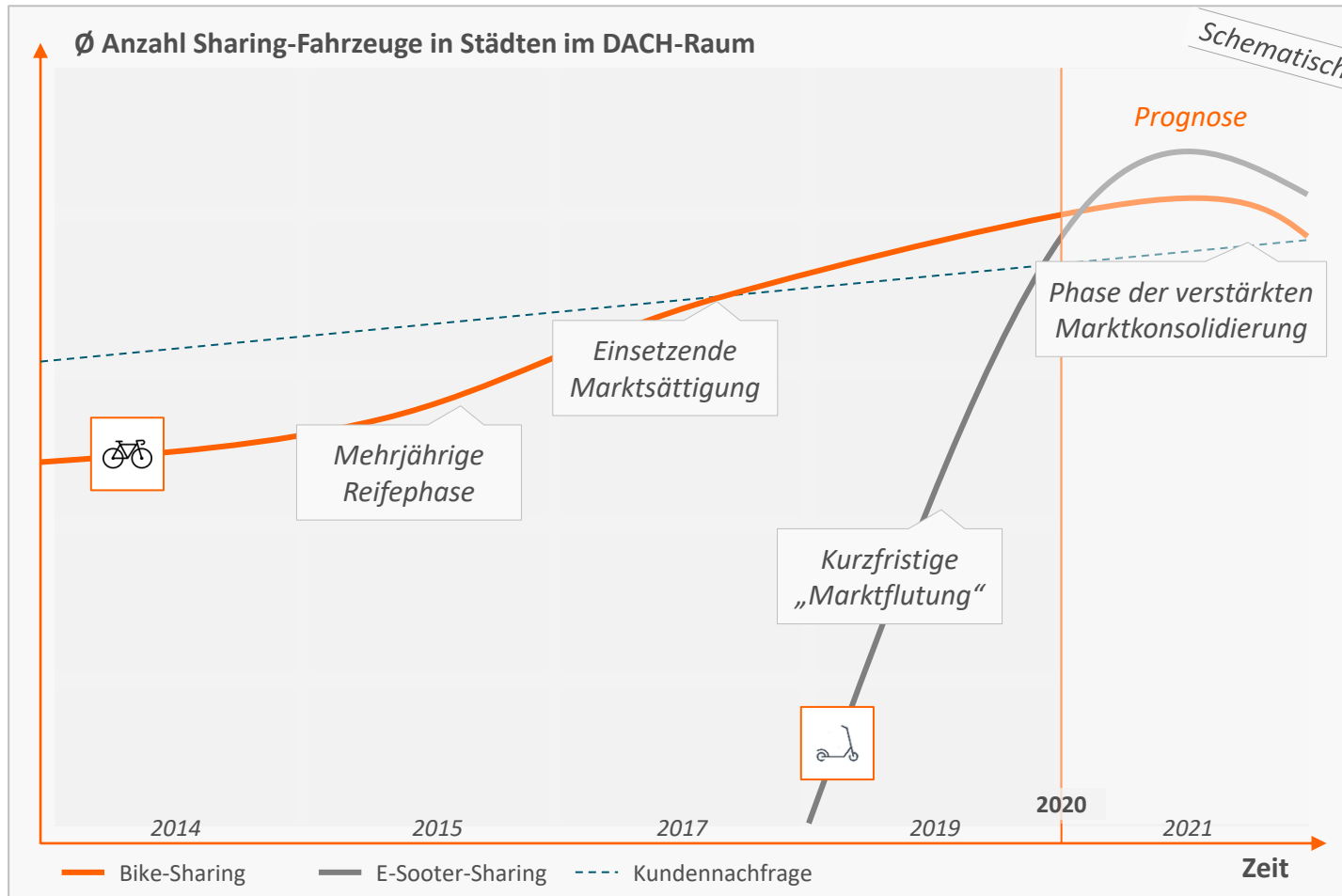
\* Datenquelle: Onlinebefragung im Rahmen des HPP Mobilitätsanbieter-Rankings 2020

## Einstellung gegenüber Mobilitätsdienstleistungen (Skala 1-7) \*



Im Allgemeinen herrscht eine **positive Einstellung** gegenüber den **Mobilitätskonzepten** vor. Einzig **E-Scooter-Sharing** fällt im Vergleich merklich ab. Ursache dafür könnte die **negative Beeinträchtigung des Stadtbildes** sein.

## Deep-Dive: Die Entwicklung des E-Scooter-Sharing im DACH-Raum seit 2019 zeigt klare Parallelen zur Situation im Bike-Sharing-Markt, läuft jedoch beschleunigt ab



- Während die **Marktsättigung** im **Bike-Sharing-Markt** in einem **mehrjährigen Prozess** eingesetzt hat, wurde der Markt in **2019** mit **E-Scootern** „geflutet“
- Die **Wettbewerbsintensität** in den Märkten ist hoch: Beide verzeichnen eine **große Anbieterdichte** und stehen zusätzlich **zueinander** im **intermodalen Wettstreit** – eine **Marktkonsolidierung** deutet sich an
- Anbieter aus beiden Branchen kämpfen durch **strategische Produktdifferenzierungen** um Marktanteile (z.B. **E-Bike-Sharing** als Trend)
- **Erfolgsfaktor Multimodalität**: Anbieter forcieren **Synergie- und Skaleneffekte** zwischen den **Mobilitätskonzepten** zur **Absicherung** der **Profitabilität** im **Verdrängungswettbewerb** (**Lime** bietet E-Scooter- und Bike-Sharing, **Übernahme** der Ladeinfrastruktur und Moped-Flotte von **Coup** durch **TIER**)

# Die Märkte für Mobilitätsdienstleistungen entwickeln sich weiterhin dynamisch, das Tempo, mit dem sich der Wettbewerbsdruck intensiviert, steigt dabei rasant an



**Umweltorientierung, E-Scooter-Boom, Fusionen, Übernahmen** und allen voran die **Effekte der Covid-19-Pandemie** prägen den **Mobilitätsmarkt in 2020**. Der **Wettbewerbsdruck** intensiviert sich übergreifend in **rasantem Tempo**, auch in neuen Märkten, wie **E-Scooter-Sharing** und **Auto-Abo**.



Mit **LimeBike** dominiert ein **US-amerikanischer Anbieter** den lukrativen **Bike-Sharing-Markt im DACH-Raum**, aber auch **europäische Unternehmen** können sich behaupten. Der Kampf um **Profitabilität** bleibt allerdings hart und eine **weitere Konsolidierung** der Anbieter ist zu erwarten.



**TIER** platziert sich im **heimischen DACH-Markt** noch vor **US-Wettbewerbern Lime** und **Bird**. Im Markt setzen jedoch erste **Sättigungserscheinungen** ein und mit den daraus resultierenden **Firmenübernahmen verstärken** die **US-Anbieter** ihre **Marktpräsenz im DACH-Raum** zusätzlich.



Während das allgemein **regional geprägte Van-Pooling-Konzept** in **Österreich** kaum Resonanz findet und in der **Schweiz** erste Pilotprojekte anlaufen, kann **Deutschland** als **Vorreiter** gelten. **CleverShuttle** und **MOIA**, die ihre **proprietäre Software** nutzen, positionieren sich als **Marktführer**.



Der **Car-Sharing-Markt** ist geprägt von **Verdrängungskämpfen** sowie **geografischen** und **infrastrukturellen** Herausforderungen. Im Gegensatz zum **E-Scooter- und Bike-Sharing-Markt**, dominieren mit **Flinkster, SnappCar** und **SHARE NOW** jedoch **europäische Unternehmen** den **DACH-Markt**.


























































**Auto-Abo-Konzepte** sind eine neue, **passgenaue Lösung** für die durch **Covid-19** beeinflusste **Mobilitätsnachfrage**. Zahlreiche **neue Anbieter** drängen in den Markt, der **Wettbewerbsdruck** steigt und die Anbieter werden sich sowohl **produktseitig** als auch **geografisch differenzieren** müssen.



Die **Konsolidierung von Sharing-Teilmärkten** setzt sich fort und wird auch **neue Märkte** wie **E-Scooter-Sharing** und **Auto-Abo** erreichen. Anbieter, die über ein **multimodales Mobilitätsangebot** verfügen und so **Synergien** nutzen können, zeigen sich jedoch weiter **kompetitiv** in ihren **Märkten**.

Ein Großteil der Marktführer im HPP Mobilitätsanbieter-Ranking 2020 stammt aus dem DACH-Raum, allerdings erzielen auch die US-Anbieter signifikante Marktanteile

HPP Top 50 Mobilitätsanbieter im DACH-Raum 2020															
	 Bike-Sharing			 E-Scooter-Sharing			 Van-Pooling			 Car-Sharing			 Auto-Abo		
#	Unternehmen	Land	HPP-Score	Unternehmen	Land	HPP-Score	Unternehmen	Land	HPP-Score	Unternehmen	Land	HPP-Score	Unternehmen	Land	HPP-Score
1	LimeBike		★★★★★	TIER Mobility		★★★★★	CleverShuttle		★★★★★	Flinkster		★★★★★	Sixt+		★★★★★
2	Call a Bike		★★★★★	Lime		★★★★★	MOIA		★★★★★	SnappCar		★★★★★	Cluno		★★★★★
3	nextbike		★★★★★	Bird		★★★★★	BerlKönig		★★★★★	SHARE NOW		★★★★★	finn.auto		★★★★★
4	Donkey Republic		★★★★★	Voi		★★★★★	IsarTiger/ ParkstadtTiger		★★★★★	Getaround		★★★★★	Faaren		★★★★★
5	WIND Mobility (Byke)		★★★★★	Dott		★★★★★	Hofer LandBus		★★★★★	Mobility Carsharing		★★★★★	Carvolution		★★★★★
6	tim Bike		★★★★★	Circ		★★★★★	MyShuttle		★★★★★	Cambio		★★★★★	Carify		★★★★★
7	JUMP (Bike)		★★★★★	hive		★★★★★	ioki Hamburg		★★★★★	Sixt share		★★★★★	roadsurfer		★★★★★
8	BOND Mobility		★★★★★	WIND Mobility (Scooter)		★★★★★	MainzRider		★★★★★	Stadtmobil		★★★★★	ViveLaCar		★★★★★
9	Citybike Wien		★★★★★	Rollmi Scooter		★★★★★	LÜMO		★★★★★	teilAuto		★★★★★	Maske		★★★★★
10	PubliBike		★★★★★	JUMP (Scooter)		★★★★★	Hopper		★★★★★	MILES Mobility		★★★★★	Clyde		★★★★★

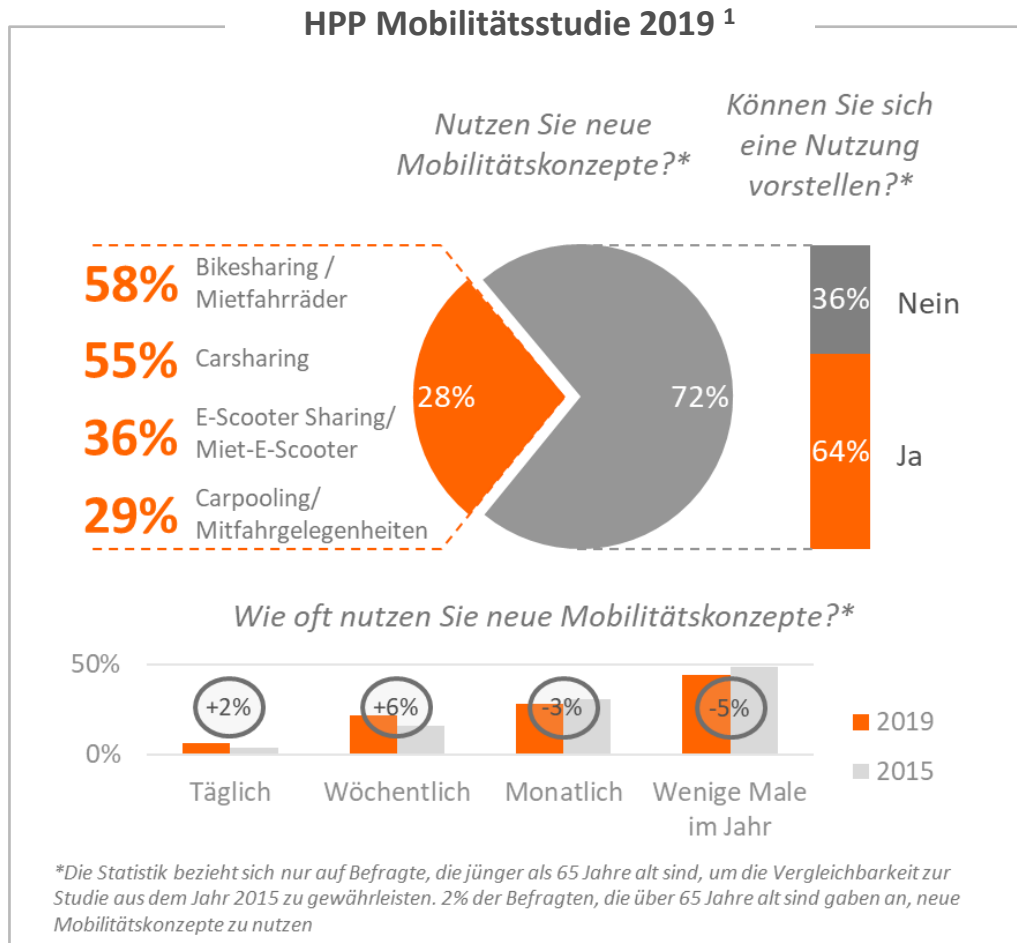


## AGENDA

---

<b>1.</b>	<b>Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter</b>	<b>9</b>
2.	Micro Mobility	19
	2.1. Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking	20
	2.2. E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking	27
3.	Urban Mobility	34
	3.1. Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking	35
	3.2. Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking	42
	3.3. Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking	49
4.	Fazit & Ausblick	56

# Die HPP Mobilitätsstudie 2019 zeigt, dass sich neue Mobilitätskonzepte zwar einer steigenden Beliebtheit erfreuen, aber auch noch im Entwicklungsstadium befinden

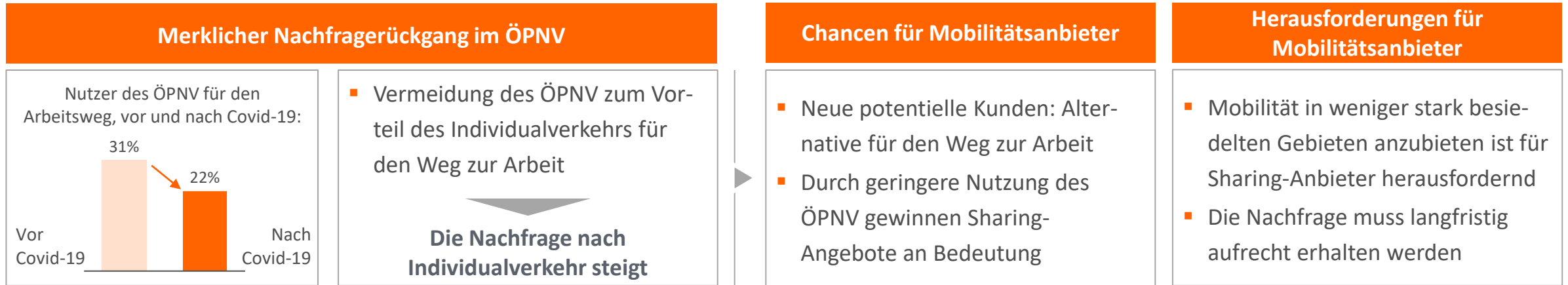


**Doch welche Anbieter gibt es überhaupt auf dem Mobilitätsmarkt und wie lassen sich diese qualitativ und quantitativ einordnen?**

- Welche neuen Mobilitätskonzepte gibt es im Markt und wie entwickeln sich diese?
- Wie lässt sich eine Vergleichbarkeit in einem so dynamischen Markt und zwischen den neuen Dienstleistern darstellen?
- Welche Anbieter dominieren zurzeit den Markt?
- Welche Anbieter sind führend in der DACH-Region?

1) HPP Mobilitätsstudie 2019: <https://www.hpp-consulting.de/news/optinformular-2/>

# Covid-19 beeinflusst das Mobilitätsverhalten und führt zu einem Nachfrageanstieg an Individualverkehr, wodurch auch neue Chancen für Mobilitätsanbieter entstehen



## Trends, die Auswirkungen auf das Verkehrsverhalten und auf Mobilitätsanbieter haben werden:

- 1 **Home-Office & digitales Zusammenarbeiten:** Trend hin zu mehr virtuellen Meetings und weniger Geschäftsreisen
- 2 **Hybride Arbeitsmodelle:** Der Mix aus Home-Office und Büro gewinnt stark an Bedeutung
- 3 **Wohnen auf dem Land:** Mehr Home-Office und weniger Pendeln führen zu veränderten Präferenzen des Wohnortes

HPP hat im Juni 2020 eine **Online-Umfrage** zum Thema **Covid-19: Auswirkungen auf das Arbeits- und Mobilitätsverhalten in Deutschland** <sup>1</sup> durchgeführt. Langfristige Veränderungen im Alltag, die auch einen **Einfluss auf das Verkehrsverhalten** haben und die **Nachfrage nach Mobilitätsanbietern** beeinflussen, zeichnen sich ab.

1) Covid-19: Auswirkungen auf das Arbeits- und Mobilitätsverhalten in Deutschland: [https://www.hpp-consulting.de/uploads/Umfrageergebnisse\\_Auswirkungen\\_von\\_Covid-19\\_HPP\\_GmbH\\_2020.pdf](https://www.hpp-consulting.de/uploads/Umfrageergebnisse_Auswirkungen_von_Covid-19_HPP_GmbH_2020.pdf)

# Kunden steht dabei eine breite Auswahl an Modes zur Verfügung – Geschwindigkeiten, Preise und Umweltbilanz unterscheiden sich teils deutlich

*Auswahl*

	Micro Mobility	Urban Mobility	Short-Haul Travel	Long-Haul Travel
<b>Own</b>	Zu Fuß	Mofa	Auto	Privatjet
	Fahrrad	Moped	E-Auto	
	E-Scooter	Roller	Motorrad	
	E-Bike	E-Moped		
	Longboard	E-Roller		
<b>Use</b>	Rikscha	Ride-Hailing	Leihwagen	Fernbus
		Taxi	Regionalbahn	IC/ICE
		Stadtbus	Regionalbus	Schiff
		U-/S-Bahn	Air Taxi Service	Flugzeug
		Fähre		
<b>Share</b>	Bike-Sharing	Car-Sharing	Car-Pooling	Flight-Sharing
	E-Bike-Sharing	Roller-Sharing		
	E-Scooter-Sharing	Ride-Sharing		
		Van-Pooling		

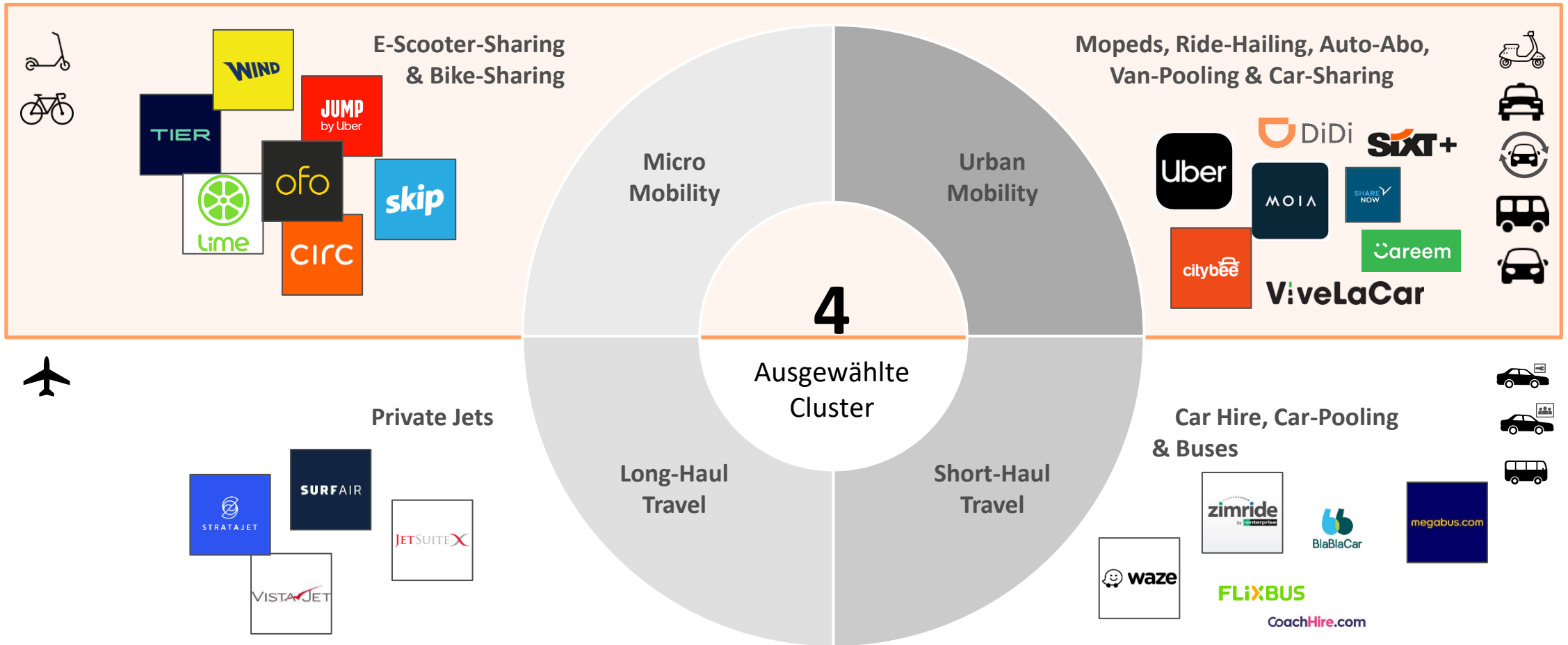
**Modalitätsvergleich des BDU-Thinktank für Multimodale-Mobilität <sup>1</sup>**

Mode	Distanz *	Zeit	Preis	Co <sub>2</sub> -Austoß
Zu Fuß	4,1 km	51 min	0,00 €	0,00 kg
Bike-Sharing	4,2 km	17 min	1,00 €	0,00 kg
ÖPNV	4,2 km	26 min	2,80 €	0,42 kg
Car-Sharing	4,2 km	12 min	3,19 €	0,54 kg
E-Scooter-Sharing	4,2 km	17 min	3,55 €	0,01 kg
E-Roller-Sharing	4,2 km	12 min	2,64 €	0,10 kg
Taxi	4,9 km	13 min	13,70 €	0,63 kg
Privater PKW (Verbrenner)	4,2 km	17 min	1,99 €	0,54 kg

1) HPP im Rahmen des BDU-Thinktank Multimodale-Mobilität: [https://www.hpp-consulting.de/uploads/RZ\\_Think\\_Tank\\_Mikromobilitaet\\_WEB.pdf](https://www.hpp-consulting.de/uploads/RZ_Think_Tank_Mikromobilitaet_WEB.pdf)

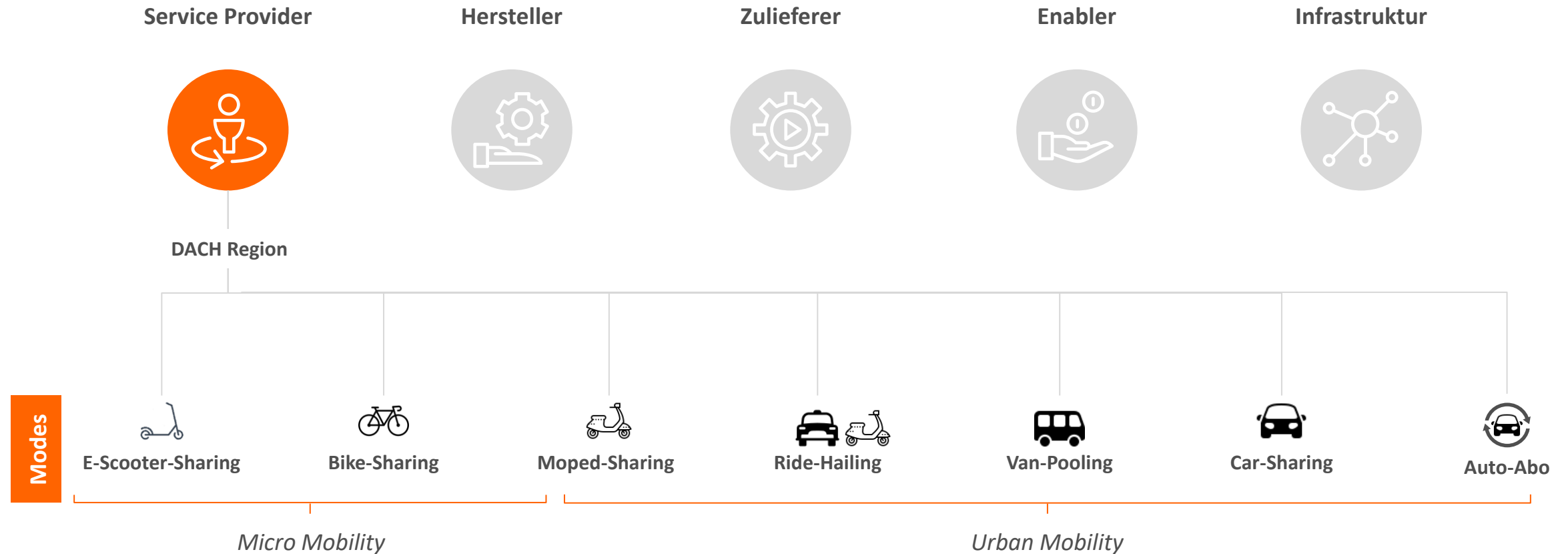
\* Strecke: von Schlesisches Tor (Berlin) zur Humboldt-Universität zu Berlin

Am dynamischsten entwickeln sich die Cluster Micro Mobility und Urban Mobility, auf denen der Fokus des HPP Mobilitätsanbieter-Rankings 2020 liegt





Dabei werden Service Provider betrachtet, die als Mobilitätsanbieter in Richtung Endkunde auftreten. Diese sind in sieben verschiedenen Modes kategorisiert



Eine Vielzahl an Service Providern, oftmals Start-Ups, agiert in jedem der Modes, welche sich stets dynamisch weiterentwickeln



\* Abo-Angebote der OEMs werden im Ranking 2020 nicht betrachtet

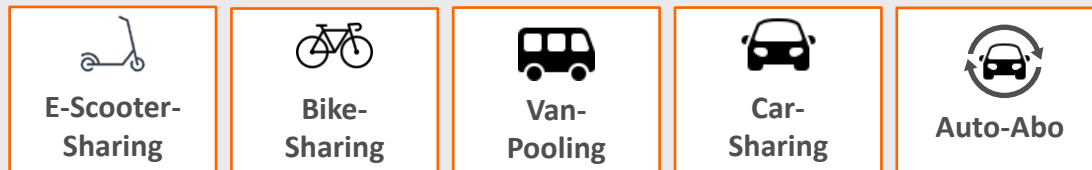
# Die Analyse der Branchensituation und die Bewertung der Anbieter in Form eines Rankings erfolgt unter Rückgriff auf qualitative sowie quantitative Methoden



## Qualitative Analyse: Mode

- Fokus 2020: Micro- und Urban Mobility
- Allgemeine qualitative Analyse der Modes (Betrachtung Markt- und Kundensicht)
- Vorbereitung für die quantitative Bewertung pro Anbieter

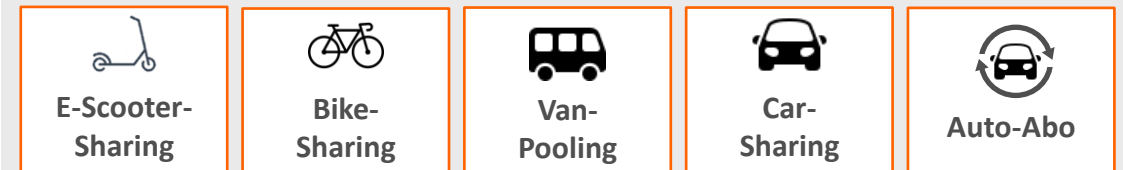
### Bewertung durchgeführt für:



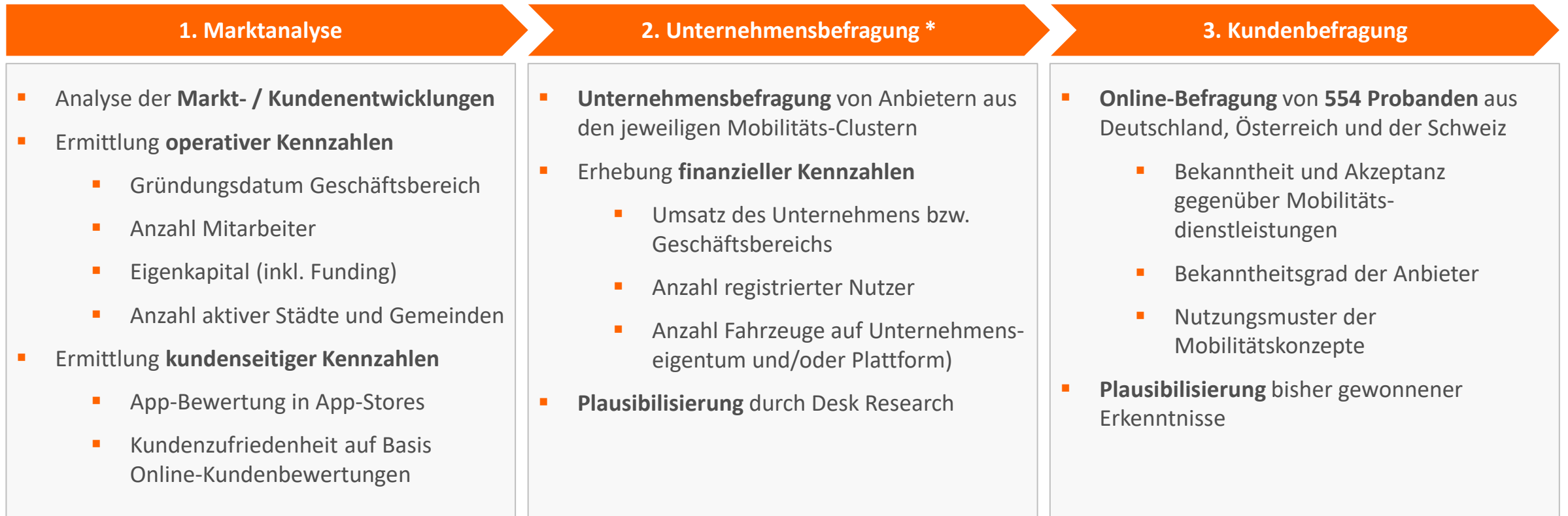
## Quantitative Bewertung: Anbieter

- Quantitative Bewertung für Micro- und Urban Mobility auf Basis von Marktanalysen, Kundenumfrage und Unternehmensbefragung
- Scoring der Anbieter pro Mode anhand von Kennzahlen
- Ranking der Anbieter auf Basis ihres HPP-Scores

### Bewertung durchgeführt für:



# Das HPP Mobilitätsanbieter-Ranking wird künftig jährlich durchgeführt und fußt auf internen Marktanalysen und Daten aus Unternehmens- und Kundenbefragungen



Das **HPP-Mobilitätsanbieter-Ranking 2020** ist die **erste Studie ihrer Art** und wird in **jährlichen Iterationen** sowohl in Umfang und Methodik weiter ausgebaut. In 2020 stützt sich die **Datenerhebung** auf **drei Säulen**: **Marktanalysen** sowie von **HPP** durchgeführte **Unternehmens-** und **Kundenbefragungen**. Auf Basis der ermittelten **Kennzahlen** ergibt sich der **HPP-Score** jedes Unternehmens, welches zum **Ranking** der Anbieter herangezogen wird.

\* Unternehmen ohne Rückmeldung wurden auf Basis von öffentlich zugänglichen Sekundärquellen bewertet

# Für das Mobilitätsanbieter-Ranking wird ein Scoring-Modell basierend auf zehn gewichteten Kenngrößen verwendet

#	Kenngröße	Gewichtung	HPP-Scoring	Sterne-Bewertung
1	Erfahrung im Markt (Gründungsdatum Geschäftsbereich)	1	<b>Desk Research</b> max. Score 11x5 = 55	0 – 10 = ★ ★ ★ ★ ★ 11 – 20 = ★ ★ ★ ★ ★ 21 – 30 = ★ ★ ★ ★ ★ 31 – 40 = ★ ★ ★ ★ ★ 41 – 50 = ★ ★ ★ ★ ★ 51 – 60 = ★ ★ ★ ★ ★ 61 – 70 = ★ ★ ★ ★ ★ 71 – 80 = ★ ★ ★ ★ ★ 81 – 90 = ★ ★ ★ ★ ★ 91 – 100 = ★ ★ ★ ★ ★
2	Anzahl Mitarbeiter im Unternehmen bzw. Geschäftsbereich	1		
3	Eigenkapital (inkl. Funding)	1		
4	Anzahl aktiver Städte und Gemeinden in der DACH-Region	3		
5	App-Bewertung in Google & Apple App-Stores	2		
6	Kundenzufriedenheit auf Basis Online-Kundenbewertungen	3		
7	Umsatz des Unternehmens bzw. Geschäftsbereichs	2	<b>Unternehmensauskunft</b> max. Score 6x5 = 30	
8	Anzahl registrierter Nutzer	2		
9	Anzahl Fahrzeuge (Unternehmenseigentum/Plattform)	2		
10	Bekanntheitsgrad	3	<b>HPP-Erhebung</b> max. Score 3x5 = 15	



## AGENDA

---

1.	Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter	9
<b>2.</b>	<b>Micro Mobility</b>	<b>19</b>
	2.1. Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking	20
	2.2. E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking	27
3.	Urban Mobility	34
	3.1. Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking	35
	3.2. Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking	42
	3.3. Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking	49
4.	Fazit & Ausblick	56

## AGENDA

---

1.	Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter	9
2.	Micro Mobility	19
	<b>2.1. Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking</b>	<b>20</b>
	2.2. E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking	27
3.	Urban Mobility	34
	3.1. Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking	35
	3.2. Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking	42
	3.3. Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking	49
4.	Fazit & Ausblick	56

# Bike-Sharing ist im DACH-Raum eine etablierte Mobilitätslösung, die im Rahmen des gestiegenen Umweltbewusstseins nochmals an Attraktivität gewonnen hat



## Konzept Bike-Sharing

- **Bike-Sharing** soll dem gestiegenen **Nachhaltigkeitsbewusstsein** als **klimaschonendes** Mobilitätskonzept unter **verantwortungsbewusstem Ressourceneinsatz** Rechnung tragen
- Fahrräder werden im **öffentlichen Raum** oder an **öffentlich zugänglichen Stationen** zur gemeinsamen Nutzung zur Verfügung gestellt
- **Operating Models** umfassen **station-bound** (Ausleihe und Abgabe an festen Standorten), **free-floating** (frei Wahl des Abstellorts) oder **Hybrid-Modelle**
- **Ausleihe** erfolgt via **App**, mittels **Chipkarte** oder über **Telefonanruf**
- Neben **Pro-Fahrt-Bezahloptionen**, werden zeitlich **befristete Verträge** oder vereinzelt auch eine **kostenfreie Nutzung** angeboten



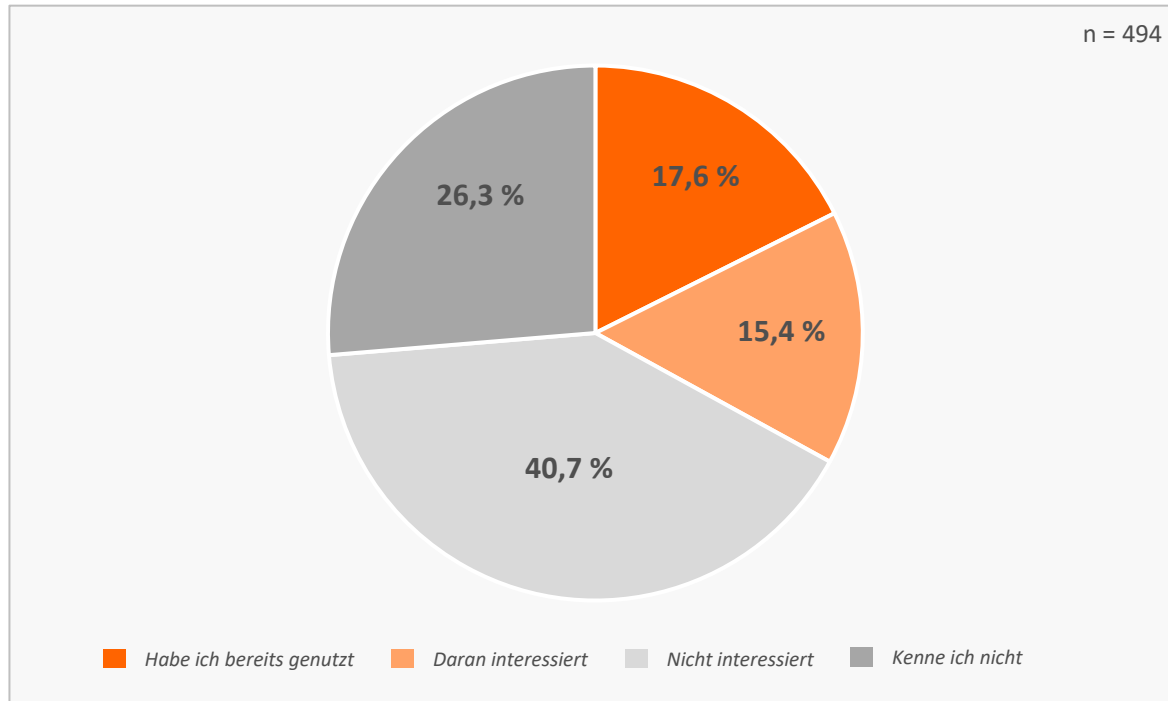
## Entwicklung

- **Bike Sharing** ist ein Konzept, das bereits in den **1960er-Jahren entwickelt** wurde
- Zwischen 2007 und 2012 erfuhr es erstmals **bedeutenden Verbreitung** im DACH-Raum
- Fast **500 Fahrradverleihfirmen** in aller Welt zum Jahresende **2012**
- Bedingt durch die hohe **Anzahl an Anbieter** kommt es seit **2013** zu „**Überflutung**“ der Städte mit Fahrrädern in der ganzen Welt
- **Intensiver Wettbewerb** und **Kostendruck** führt zur **Konsolidierungswelle** und zu **Marktrückzügen**, die bis heute andauern (z.B. Übernahme **JUMP** durch **Uber**, **Insolvenz Mobike Germany**)

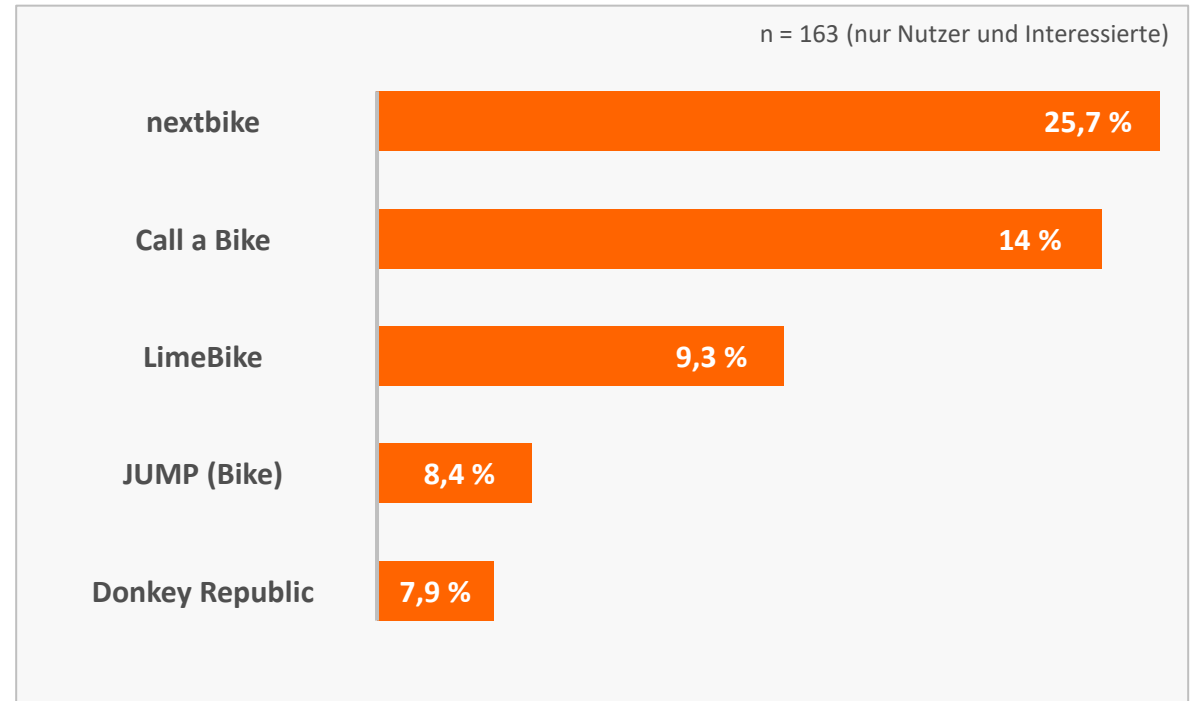
Getragen durch **steigendes Umweltbewusstsein** und den Wunsch nach **Alternativen zum ÖPNV** zur Minimierung des **Covid-19-Infektionsrisikos**, erfreut sich **Bike-Sharing** im **DACH-Raum** größerer Beliebtheit. Der **Wettbewerb** zwischen den Anbietern ist jedoch **intensiv**, denn auch **US-amerikanische** und **chinesische Anbieter** drängen mit Angeboten in den Markt. Kleineren, **nationalen Anbietern** fällt es daher immer schwerer, ihre **Position** zu **verteidigen**.

# Die HPP-Kundenbefragung zeigt eine hohe Marktdurchdringung: Rund ein Drittel der Befragten hat Bike-Sharing-Angebote bereits genutzt oder ist daran interessiert

## Marktdurchdringung: Bekanntheit & Akzeptanz von Bike-Sharing



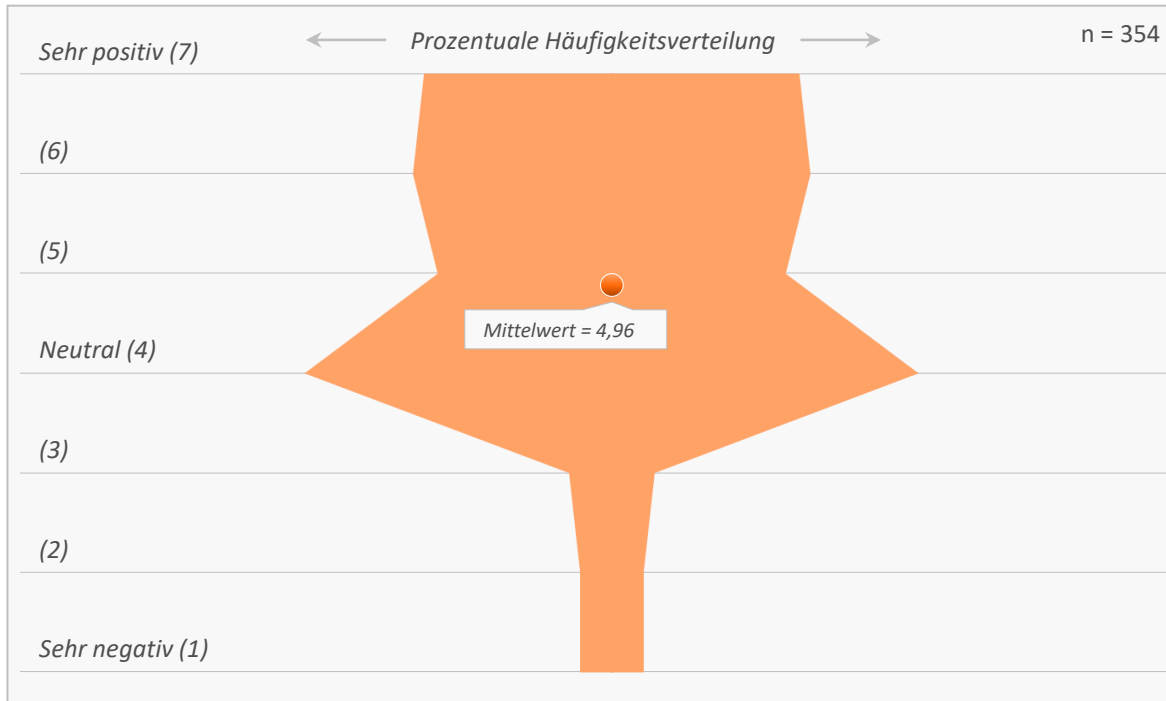
## Bekanntheit der Anbieter: Anzahl Nennungen in Prozent (Top 5)



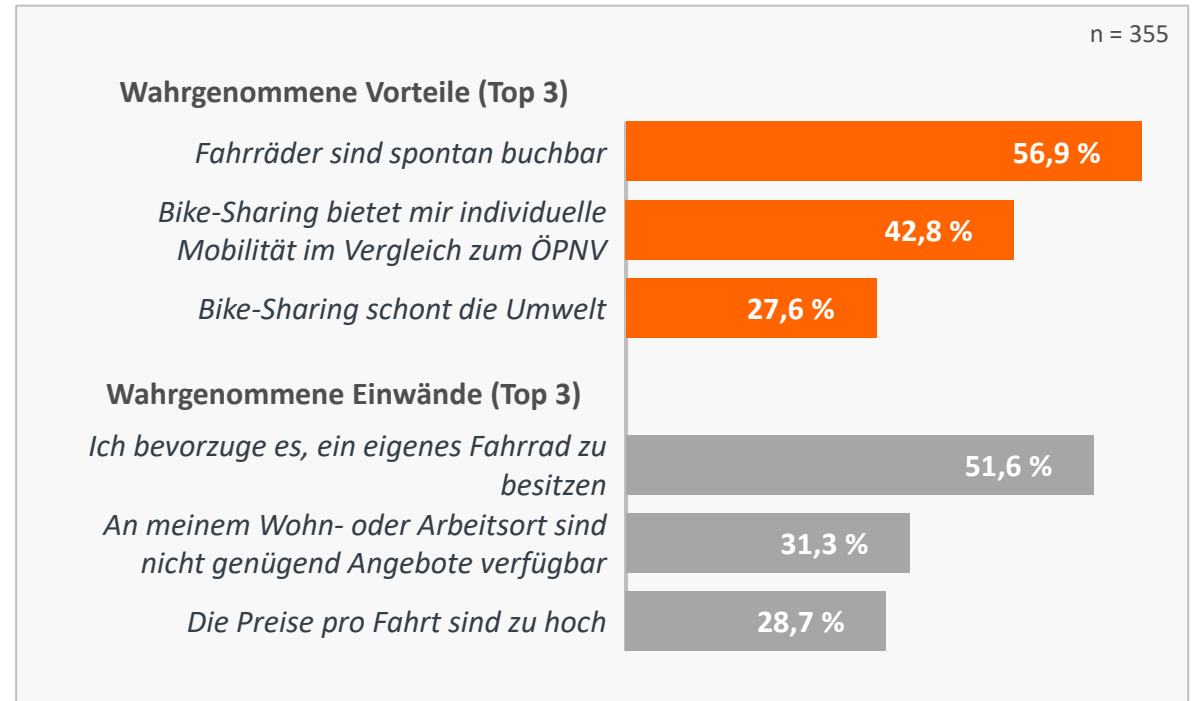
**Bike-Sharing** ist im **DACH-Raum** durch eine vergleichsweise **hohe Marktdurchdringung** gekennzeichnet. **Rund 18%** aller Befragten haben das Konzept bereits **genutzt**, weitere **15%** sind daran **interessiert**. Während **internationale Anbieter** in diesen lukrativen Markt drängen, sind die **heimische Anbieter nextbike** und **Call a Bike** bei Kunden am **bekanntesten**.

# Die Einstellung gegenüber Bike-Sharing ist äußerst positiv: Spontane und individuelle Mobilität sowie Umweltschutz werden als wesentliche Vorteile wahrgenommen

## Einstellung gegenüber Bike-Sharing im DACH-Raum inkl. Verteilung



## Wahrgenommene Vorteile und Einwände bzgl. Bike-Sharing



Kunden stehen dem Konzept **Bike-Sharing** überwiegend **positiv** gegenüber. Die Möglichkeit der **spontanen Nutzung**, **individuelle Mobilität** im Vergleich zum ÖPNV sowie die **Schonung der Umwelt** sind aus **Kundensicht** die zentralen Aspekte, die für das Konzept sprechen. Trotz der Vorteile des **Sharing-Modells**, bleibt auch weiterhin der **Besitz** eines **eigenen Fahrrads** für viele wichtig.



# Der lukrative Bike-Sharing-Markt im DACH-Raum ist stark gesättigt, hohe Wettbewerbsintensität und eine weiterhin anhaltende Marktkonsolidierung sind die Folge

- **Vielzahl** an Fahrradherstellern und Logistikunternehmen senkt **Verhandlungsmacht** der **Lieferanten**
- Kostspieliger Bedarf an **Fahrrädern** und **Logistikdienstleistungen** durch **Expansionsdruck** und **Fahrrad-Vandalismus/-Diebstahl**
- Teilweise **Rückwärtsintegration** der Bike-Sharing-Anbieter durch **eigene Fahrradproduktion** und **Logistikabwicklung**

- **Erhöhtes Risiko** durch **Substitutsangebote** im Rahmen anderer **Sharing- und Pooling-Konzepte**
- Insbesondere **flächendeckendes Angebot** an **E-Scooter-Sharing** bedroht **Ertragsströme** auf der **letzten Meile**
- **Covid-19** als Chance: **Infektionsrisiko** mindert gegenwärtig die **Attraktivität** von **ÖPNV** und **Pooling-Angeboten**



- **Niedrige Markteintrittsbarrieren** im Allgemeinen, jedoch **starker Druck** zur **Expansion**, um **profitabel** zu sein
- Fortgeschrittene **Marktabdeckung** im DACH-Raum **erschwert kleineren Anbietern** den **Markteintritt**
- Anbieter **außerhalb des DACH-Raums** verschaffen sich durch **Kooperationen** mit **etablierten Anbietern** Marktzutritt
- **Akzeptanzvorteil** von Bike-Sharing ggü. **motorisierten Alternativen** im Rahmen zunehmender **Ökologieorientierung**
- Steigende „**Überflutung**“ der Städte mit Fahrrädern **dämpft** jedoch positive **Wahrnehmung**
- **Angebotskonzentration** in profitableren **Großstädten** führt zu **Verfügbarkeitsengpässen** im **ländlichen Gebiet**

Die größten Marktanteile können dabei internationale Anbieter auf sich vereinen, allerdings positionieren sich im DACH-Raum auch kompetitive, nationale Anbieter

### Anbieter für Bike-Sharing im DACH-Raum (Auswahl \*)

															
	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓
			✓			✓			✓			✓			
	✓			✓		✓			✓	✓	✓			✓	

Eine hohe **Anbieterdichte** und damit **intensiver Wettbewerb** kennzeichnet den **DACH-Markt für Bike-Sharing**

Neben den **etablierten, internationalen Anbietern**, kämpfen auch **nationale und regionale Anbieter** um **Marktanteile**

Die eingesetzte **Marktkonsolidierung** im **DACH-Raum** wird sich weiter fortsetzen

\* 15 von 16 betrachteten Bike-Sharing-Anbietern im DACH-Raum

# Mit LimeBike dominiert ein ausländische Anbieter den Bike-Sharing-Markt im DACH-Raum, aber auch europäische Unternehmen können sich behaupten

 <b>HPP Top 10 Bike-Sharing-Anbieter im DACH-Raum 2020</b>						
#	Unternehmen	Land	Gründung	Operating Model	Städte	HPP-Score
1	LimeBike		2017	Free-floating	Hannover, Wien, Zürich, u.a.	★★★★☆
2	Call a Bike		2011	Hybrid	Berlin, Hamburg, Frankfurt, u.a.	★★★★☆
3	nextbike		2004	Hybrid	Leipzig, Innsbruck, Luzern, u.a.	★★★★☆
4	Donkey Republic		2014	Station-bound	Hamburg, Wien, Genf, u.a.	★★★★☆
5	WIND Mobility (Byke)		2017	Free-floating	Berlin, Frankfurt, Duisburg u.a.	★★★★☆
6	tim Bike		2016	Station-bound	Graz, Linz	★★★★☆
7	JUMP (Bike)		2010	Free-floating	Berlin, Hamburg, München, u.a.	★★★★☆
8	BOND Mobility		2017	Free-floating	Zürich, Bern, München, u.a.	★★★★☆
9	Citybike Wien		2003	Station-bound	Wien, Salzburg	★★★★☆
10	PubliBike		2009	Station-bound	Zürich, Bern, Lugano, u.a.	★★★★☆

## AGENDA

---

1.	Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter	9
2.	Micro Mobility	19
	2.1. Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking	20
	<b>2.2. E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking</b>	<b>27</b>
3.	Urban Mobility	34
	3.1. Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking	35
	3.2. Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking	42
	3.3. Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking	49
4.	Fazit & Ausblick	56

# Mit Inkrafttreten entsprechender Verordnungen im DACH-Raum etablierte sich E-Scooter-Sharing seit 2019 als flexible Mikromobilitätslösung für Kurzstrecken



## Konzept E-Scooter-Sharing

- Konzept zur **umweltschonenden** und **ressourcensparenden** Bewältigung von **innerstädtischen Kurzstrecken** („erste / letzte Meile“)
- **Free-floating Operating Model**: Beliebiges Abstellen der Scooter **ohne feste Stationen**, allerdings eingeschränkte Reichweite durch **Zonenbeschränkung**
- **Finden und Buchen der Scooter via App und GPS-Ortung**, Zahlung über **hinterlegte Zahlungsinformationen**
- In der Regel **einmalige Startgebühr pro Ausleihvorgang** (ca. 1€) mit anschließender **Abrechnung pro Minute** (ca. 0,15€-0,25€)
- **Akku-Aufladung** erfolgt **nachts** durch rechtlich **selbständige Arbeiter** („Juicer“ bei Lime)



## Entwicklung

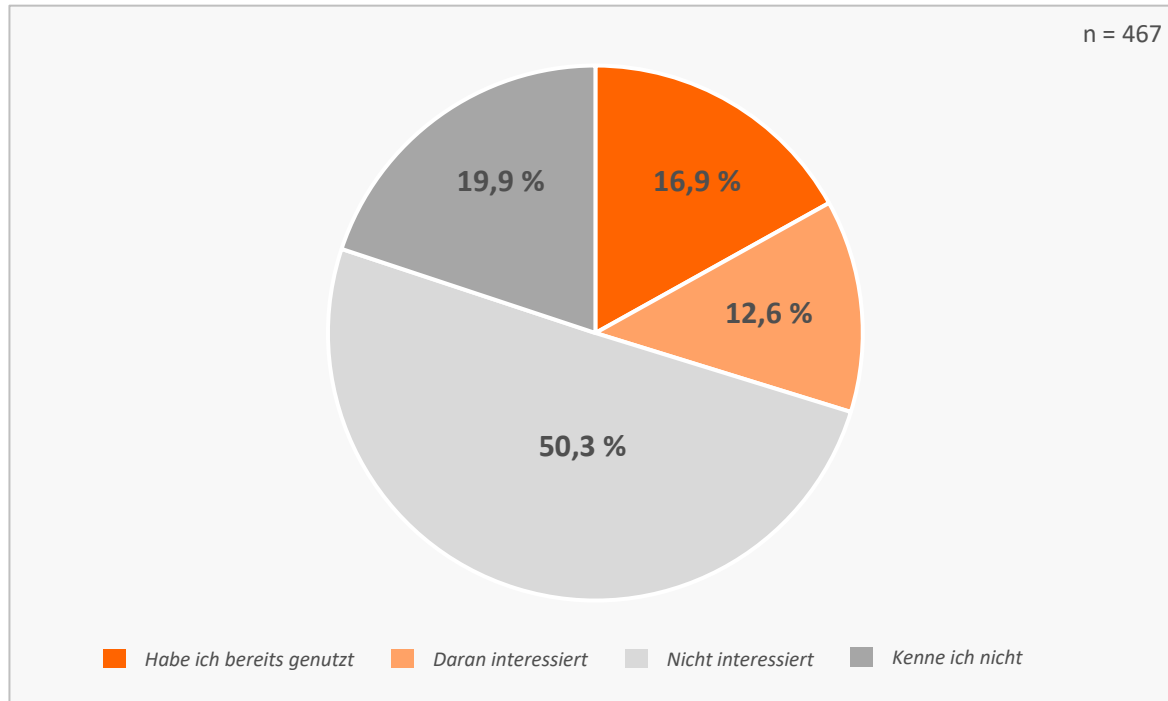
- **Gesetzliche Regularien** blockierten noch bis **2019** eine flächendeckende Ausbreitung in **Deutschland, Österreich** und der **Schweiz**
- **Rapide Besetzung** der Großstädte im **DACH-Raum** sowohl durch US-amerikanische (**Lime, Bird**, u.a.) als auch heimische Anbieter (**TIER, Circ**, u.a.) unmittelbar nach **Gesetzesanpassung** ab Mitte 2019
- Rasant **angestiegene Angebotsdichte** in den Ballungszentren sorgt für **intensiven Wettbewerbsdruck** zwischen den Anbietern und **rückläufige Kundenakzeptanz**, u.a. aufgrund Beeinträchtigung des Stadtbildes
- **Parallelen** zur Entwicklung des **Bike-Sharing-Markts**, aber **schneller**: Wettbewerbs- und profitabilitätsbedingte **Marktkonsolidierung** und **Übernahmen** setzen bereits ein (z.B. Übernahme **Circ** durch **Bird**)

Der **anhaltende Boom** um ausleihbare **E-Scooter im DACH-Markt** hält auch in 2020 an, allerdings setzen erste **Sättigungserscheinungen** ein. **Intensiver Wettbewerb** in den Metropolen und **Profitabilitätsprobleme** setzen auch die großen Anbieter unter Druck und führen zu **Aufkäufen** und **Übernahmen** im Markt. Davon profitieren insbesondere **internationale Branchengrößen**, die so ihre **Marktpräsenz im DACH-Raum** rapide ausbauen können.

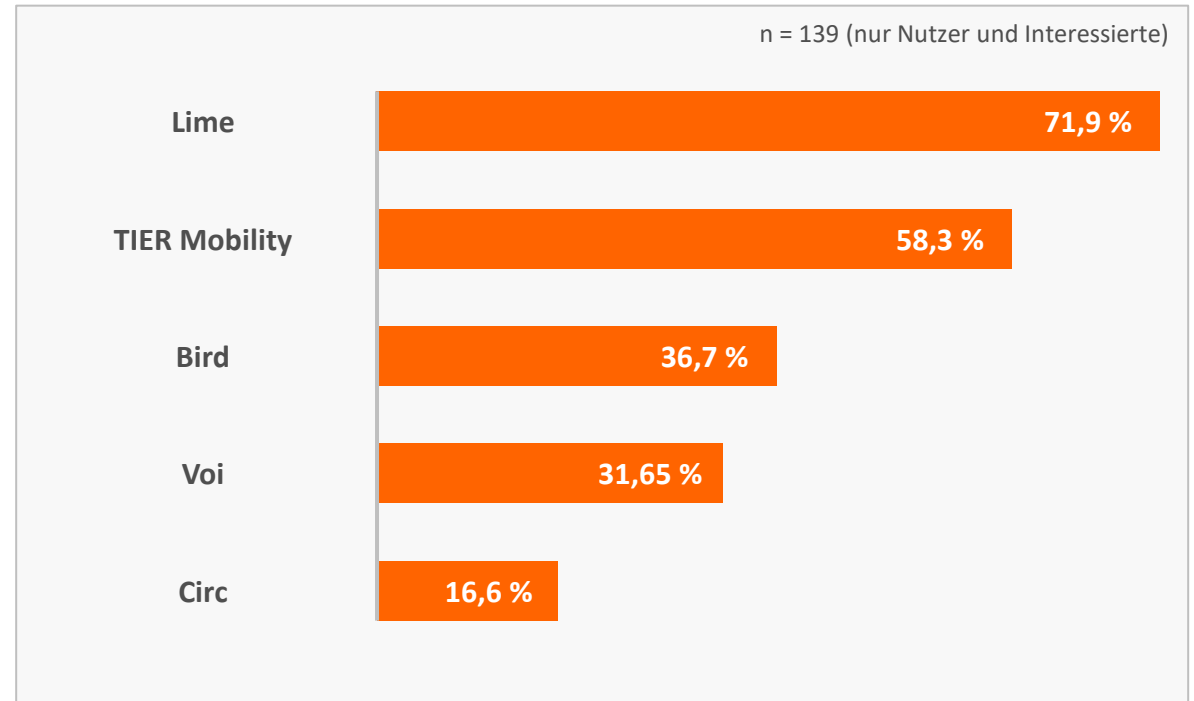


# Die HPP-Kundenumfrage zeigt, dass E-Scooter-Sharing bereits nach einem Jahr eine ähnliche Marktdurchdringung erreicht hat, wie andere Shared-Mobility-Lösungen

## Marktdurchdringung: Bekanntheit & Akzeptanz von E-Scooter-Sharing



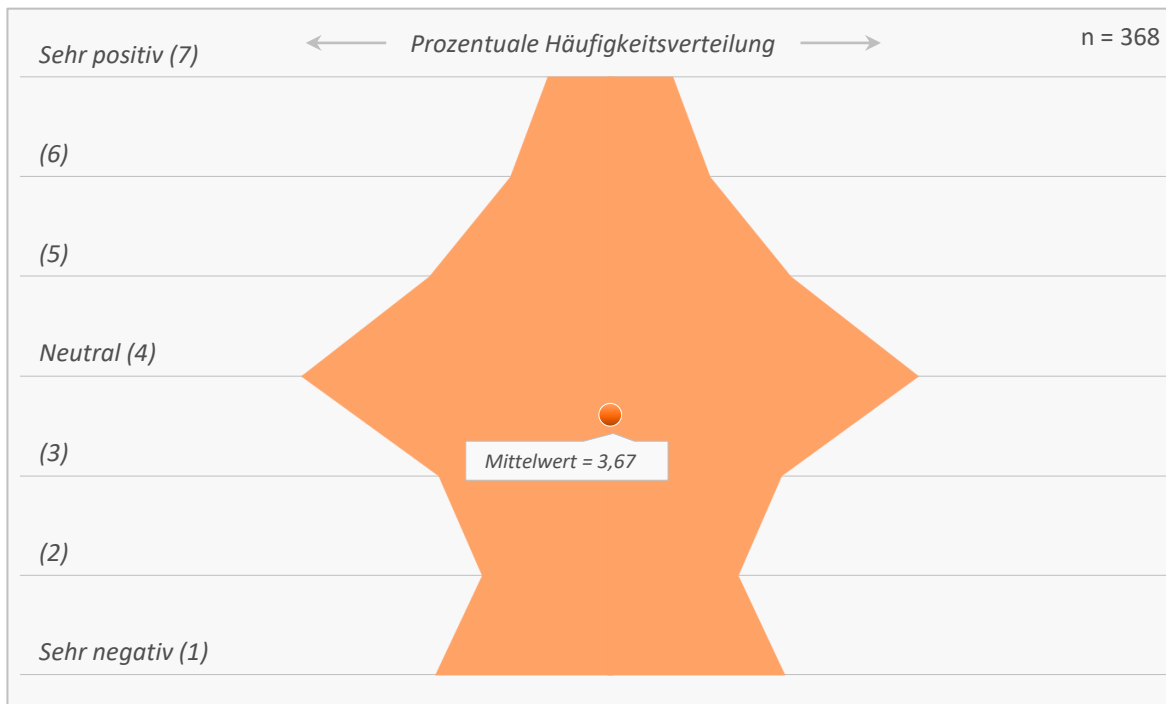
## Bekanntheit der Anbieter: Anzahl Nennungen in Prozent (Top 5)



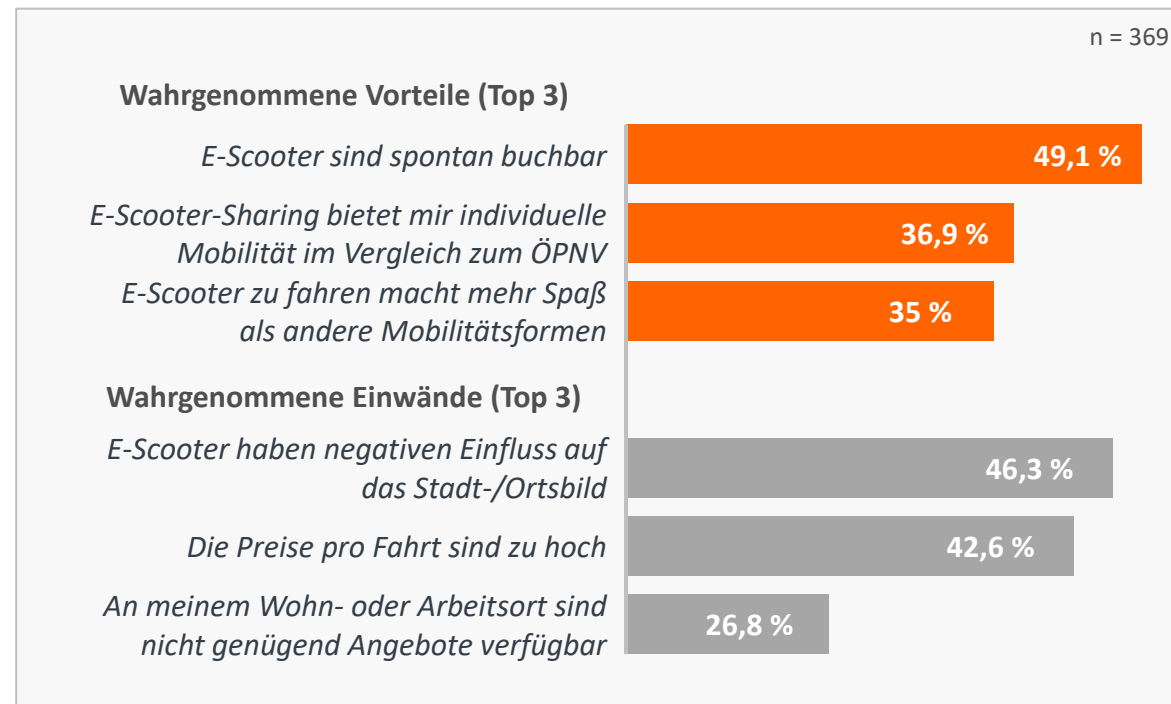
Die aggressive **Push-Strategie** der **E-Scooter-Anbieter** zeigt Wirkung: Rund **17% der Befragten** haben das **Sharing-Angebot** bereits **genutzt**. Dies entspricht etwa der **Marktdurchdringungsquote** anderer **Shared-Mobility-Lösungen** und ist ein Indikator für das rasante **Marktwachstum**. Auch die **Anbieterbekanntheit** spiegelt das wider: Die Scooter-Angebote von **Lime** und **TIER** sind die **bekanntesten Mobilitätsdienstleistungen** im **DACH-Raum**.

# E-Scooter-Sharing sieht sich im DACH-Raum jedoch mit Akzeptanzproblemen konfrontiert, die aus der Beeinträchtigung des Stadtbildes durch die Scooter resultieren

## Einstellung gegenüber E-Scooter-Sharing im DACH-Raum inkl. Verteilung



## Wahrgenommene Vorteile und Einwände bzgl. E-Scooter-Sharing



Die Kunden im DACH-Raum stehen E-Scooter-Sharing deutlich **kritischer** gegenüber als anderen **Mobilitätslösungen**. Insbesondere die **Beeinträchtigung des Stadtbildes** in Folge der „Überflutung“ der Städte mit Scootern durch die Anbieter, aber auch der vergleichsweise **hohe Preis pro Fahrt** nährt die **Akzeptanzprobleme**. Die durch E-Scooter gebotene **spontane** und **individuelle Mobilität** wird hingegen als **Vorteil** des Konzepts wahrgenommen.

# Nach rasantem Anstieg der Angebotsdichte in 2019, setzt 2020 eine Konsolidierung des E-Scooter-Marktes ein, vergleichbar mit früherem Reifeprozess bei Bike-Sharing

- **Chinesische Hersteller** als Hauptlieferanten für E-Scooter, v.a. **Xiaomi Tech**
- **Kurze Lebensdauer** von E-Scootern, u.a. durch **Vandalismus**, sorgt für hohen Bedarf und setzt die **Profitabilität** unter Druck
- Teilweise **Rückwärtsintegration** der Sharing-Anbieter durch **eigene Scooter-Herstellung**
- **Logistik** im Rahmen des **Akkuladevorgangs** durch **Selbstständige** dargestellt

- Wettbewerb auf der **letzten Meile**, v.a. mit **Bike-Sharing-Konzepten** und **ÖPNV**
- **Wettbewerbsnachteil** ggü. Bike-Sharing und ÖPNV durch **höhere Preise**
- Erhöhte **Sicherheitsbedenken** im Vergleich zu **anderen Mobilitätskonzepten**
- **Erhöhtes Infektionsrisiko** im Rahmen von **Covid-19** erhöht die **Attraktivität** von E-Scootern ggü. **ÖPNV-Angeboten**



- **Niedrige Markteintrittsbarrieren** im Allgemeinen, jedoch **starker Druck** zur **Expansion**, um **profitabel** zu sein
- Die **Marktabdeckung** im **DACH-Raum** ist **weit vorangeschritten**, dadurch **kaum Potenzial** für neue Anbieter
- Ungewissheit über gesetzliche **Regulierungen** als **Markteintrittsbarriere** (z.B. Auswirkungen **Helmpflicht**)

- Größere **Akzeptanzprobleme** durch **Beeinträchtigung** des **Stadtbildes** in Folge der „**Marktflutung**“ mit Scootern
- **Sicherheitsbedenken** als **Hindernis** für die **Marktdurchdringung**
- **Klimabilanz** durch **Logistik**, **Akkutausch** und **Entsorgung** als **negativ** wahrgenommen
- **Einstellung** ggü. **Scooter-Sharing** deutlich **negativer** verglichen mit **anderen Sharing-Konzepten**

Der Markt für E-Scooter-Sharing wird im DACH-Raum von international agierenden Anbietern dominiert, doch auch kleine nationale Anbieter kämpfen um Marktanteile

### Anbieter für E-Scooter-Sharing im DACH-Raum (Auswahl \*)

																
	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓			
	✓	✓						✓	✓			✓	✓			

Wettlauf der Anbieter um die **attraktivsten Standorte** im DACH-Raum führt zu hoher **Angebotsdichte** im Markt

**Kleinere, nationale Anbieter** sind zunehmend dem **Risiko** ausgesetzt, durch **international agierende Anbieter** vom Markt gedrängt zu werden

Erste **Sättigungserscheinungen** führen zur **Konsolidierung des Marktes** (z.B. Übernahme **Circ** durch **Bird**)

\* 15 von 16 betrachteten E-Scooter-Sharing-Anbietern im DACH-Raum

Im umkämpften DACH-Markt platziert sich TIER Mobility noch vor den US-Wettbewerbern, die ihre Marktpräsenz durch strategische Akquisitionen ausgebaut haben

#	Unternehmen	Land	Gründung	Operating Model	Städte	HPP-Score
1	<b>TIER Mobility</b>		2018	Free-floating	Berlin, Wien, Zürich, u.a.	★★★★★
2	<b>Lime</b>		2017	Free-floating	Berlin, Wien, Zürich, u.a.	★★★★★
3	<b>Bird</b>		2017	Free-floating	Berlin, Wien, Zürich, u.a.	★★★★★
4	<b>Voi</b>		2018	Free-floating	Berlin, Linz, Zürich, u.a.	★★★★★
5	<b>Dott</b>		2018	Free-floating	Bonn, Köln, München, u.a.	★★★★★
6	<b>Circ</b> <sup>1</sup>		2018	Free-floating	Berlin, Wien, Zürich, u.a.	★★★★★
7	<b>hive</b>		2011	Free-floating	Berlin, Hamburg, Wien, u.a.	★★★★★
8	<b>WIND Mobility (Scooter)</b>		2017	Free-floating	Berlin, Frankfurt, Duisburg u.a.	★★★★★
9	<b>Rollmi Scooter</b>		2018	Free-floating	Wien, Dornbirn	★★★★★
10	<b>JUMP (Scooter)</b> <sup>2</sup>		2010	Free-floating	Berlin, Hamburg, München, u.a.	★★★★★

1) Übernahme durch Bird

2) Übernahme durch Uber, operativer Betrieb durch Lime

## AGENDA

---

1.	Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter	9
2.	Micro Mobility	19
	2.1. Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking	20
	2.2. E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking	27
<b>3.</b>	<b>Urban Mobility</b>	<b>34</b>
	3.1. Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking	35
	3.2. Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking	42
	3.3. Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking	49
4.	Fazit & Ausblick	56

## AGENDA

---

1.	Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter	9
2.	Micro Mobility	19
	2.1. Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking	20
	2.2. E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking	27
3.	Urban Mobility	34
	<b>3.1. Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking</b>	<b>35</b>
	3.2. Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking	42
	3.3. Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking	49
4.	Fazit & Ausblick	56



# Van-Pooling wird zurzeit durch eine schwierige Rechtslage gehemmt und primär von regionalen Anbietern betrieben



## Konzept Van-Pooling

- Die Idee des Angebots existiert bereits **seit vielen Jahren**, allerdings eher auf **festen Routen**, z.B. Airport Shuttle Anbieter
- **App-basierte Lösungen** bündeln verschiedenen Fahrtwünsche mit ähnlicher Fahrtrichtung, möglichen **flexiblen Routen** und **just-in-time Bestellungen** (z.B. durch Softwareanbieter wie **door2door**, **ViaVan** und **ioki**)
- Die **Rechtslage** für dieses Angebot ist allerdings **unscharf**, da sich das Prinzip genau zwischen Linienverkehr und Taxi bewegt
- Anbieter im **DACH-Raum** operieren zurzeit nur mit **Sondergenehmigungen**



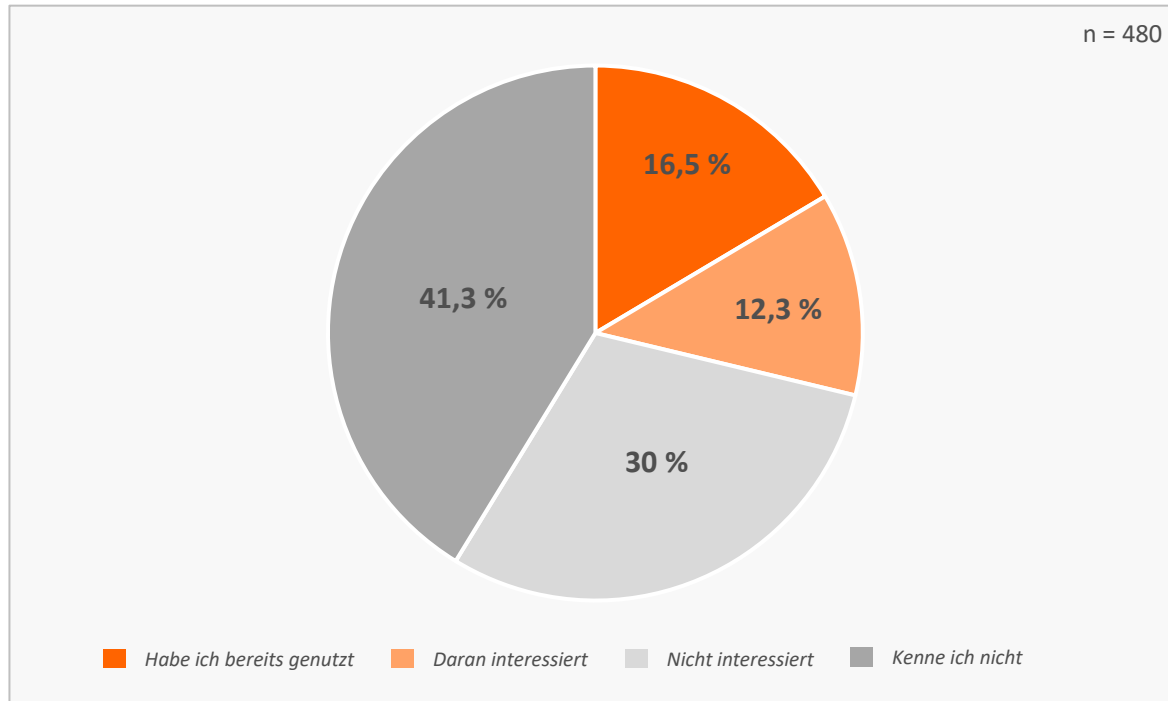
## Entwicklung

- Zentrale Marktakteure sind **etablierte Mobilitätsanbieter** und **(Software-) Start-Ups** oft in **Kooperation** mit **örtlichen Verkehrsgesellschaften** oder **originäre Angebote** der **ÖPNV-Träger**
- **Gesetzliche Regularien** blockieren noch eine flächendeckende Ausbreitung in **Deutschland**, **Österreich** und der **Schweiz**
- Meist **lokale Anbieter**, die oft auch **nur in einer Stadt oder einer Region** agieren
- **ViaVan** als ein **Technologieanbieter** kooperiert in mehreren Städten mit lokalen Verkehrsgesellschaften (z.B. **BerlKönig** in Berlin) und Services in der **Schweiz** sind in Planung (z.B. **Pikmi** in Zürich)

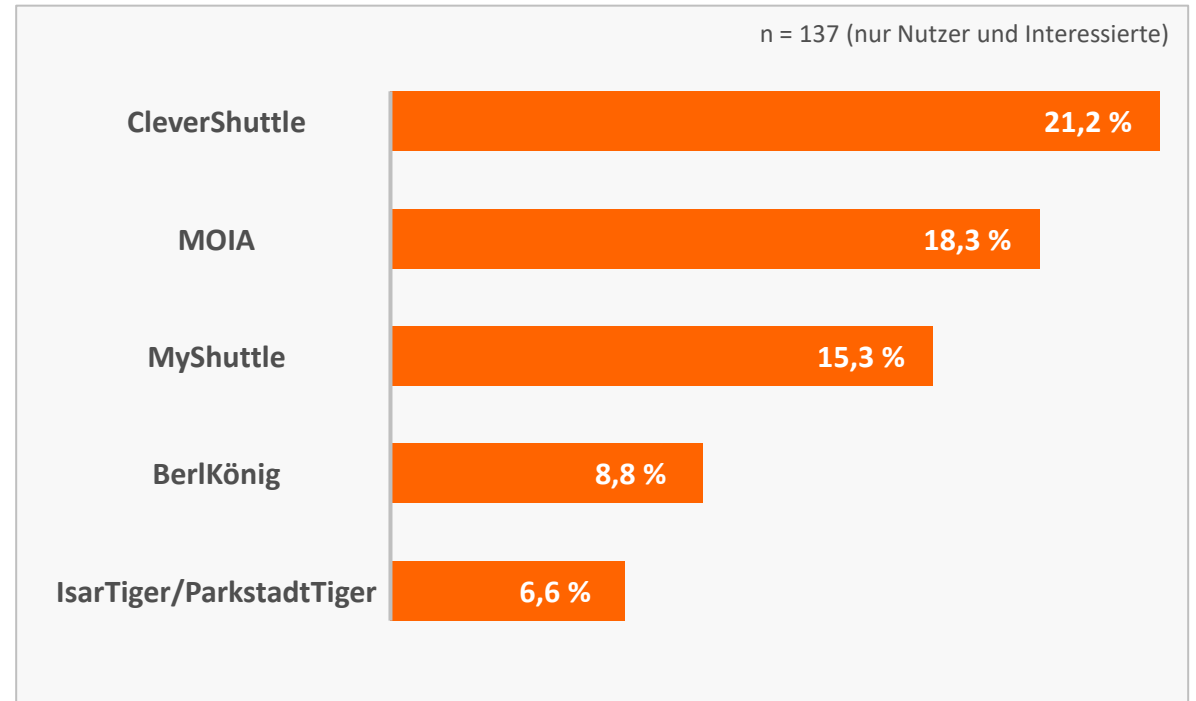
**Van-Pooling-Anbieter** sind vorwiegend vereinzelt und **lokal kooperierend** aktiv. Regierungen müssen erst die **rechtlichen Rahmenbedingungen** schaffen, um das **verkehrsentlastende** Konzept dauerhaft zu ermöglichen. Darüber hinaus sind die Konzepte aufgrund relativ **niedriger Fahrpreise** bei **moderater Auslastung** und gleichzeitig **hohen Kosten** für **Fahrer**, **Energie** und **IT** mit **Herausforderungen** hinsichtlich **Profitabilität** konfrontiert.

Da Van-Pooling noch stark von der öffentlichen Hand abhängig ist und meist regional angeboten wird, ist es noch relativ unbekannt und wird nur geringfügig genutzt

### Marktdurchdringung: Bekanntheit und Akzeptanz von Van-Pooling



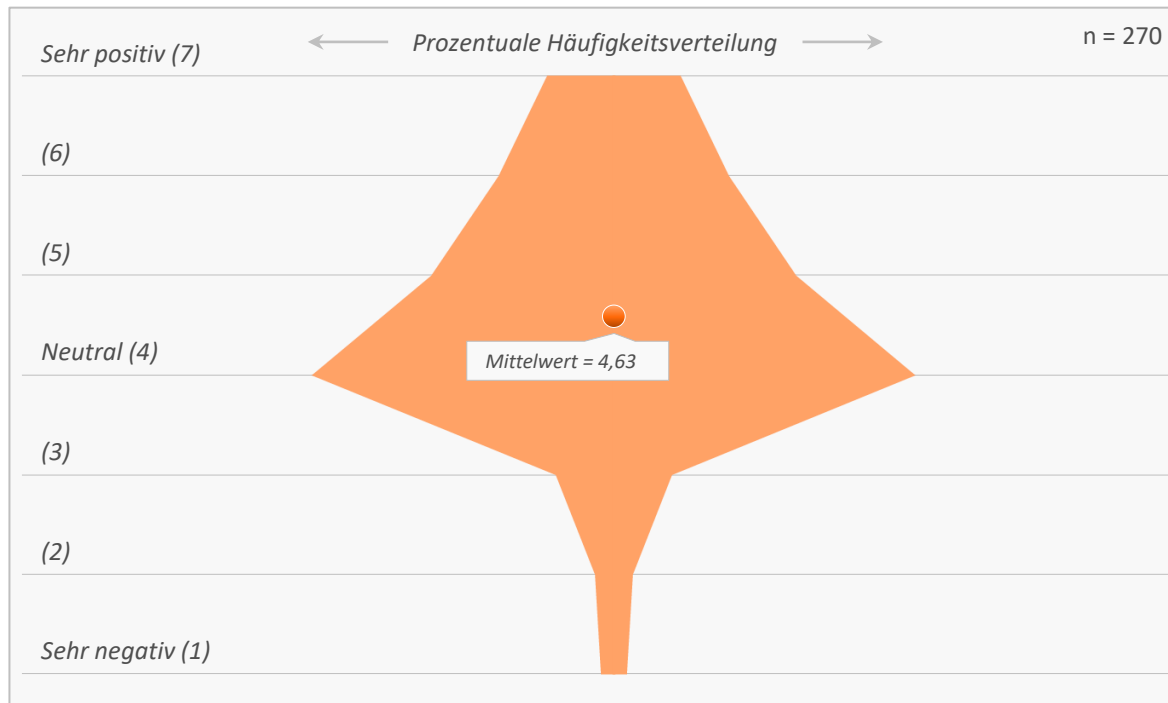
### Bekanntheit der Anbieter: Anzahl Nennungen in Prozent (Top 5)



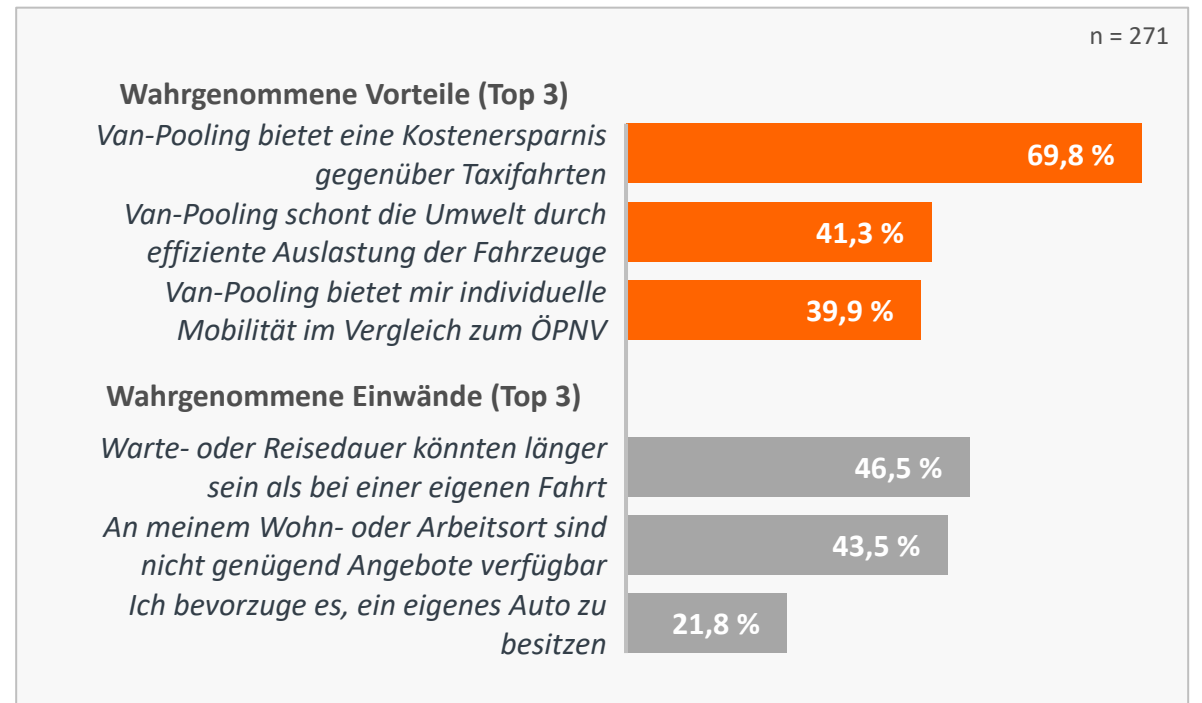
Van-Pooling ist wegen vorherrschender **Regionalität** noch **unbekannt** und eher als **Rufbus** oder **Sammeltaxi** mit **fixen Routen** verbreitet. **Städte** und **Gemeinden** nutzen ihre **Regulierungsposition**, um mit **White-Label-Lösungen** der Softwareanbieter ihre **eigenen Mobilitätsdienste** zu **erweitern** und **Kannibalisierungseffekte** zu **vermeiden**. Anbieter mit **eigenem Branding** und **proprietärer Software** wie **CleverShuttle** und **MOIA** sind am **bekanntesten**.

# Die positive Einstellung für Van-Pooling kann durch eine Erweiterung des Angebots zusammen mit einer Optimierung des Fahrtalgorithmus erhöht werden

## Einstellung gegenüber Van-Pooling im DACH-Raum inkl. Verteilung



## Wahrgenommene Vorteile und Einwände bzgl. Van-Pooling



Das Van-Pooling-Konzept findet eine **positive Resonanz** in der Bevölkerung. Insbesondere punktet es bei knapp 70% der Befragten durch eine **Kostenersparnis gegenüber Taxis**, aber auch durch **Umweltschonung** und mehr **individuelle Mobilität**. Einwände hingegen sind **Zeitverlust**, **regional begrenzte Angebote**. Auch **präferieren** viele Menschen weiterhin die **Mobilität mit dem eigenen PKW**.

# Das nachhaltige Potenzial von Van-Pooling wird zurzeit noch regional getestet – viele Barrieren hindern Unternehmen jedoch beim Markteintritt

- Hohes Angebot an Fahrzeugen und geringes für Software führen zu moderater Verhandlungsmacht der Lieferanten
- Regionaler ÖPNV mit hohem Kundenstamm zeigen hohe Verhandlungsmacht bei Kooperationen
- Teilweise Rückwärtsintegration der Van-Pooling-Anbieter durch Bereitstellung der eigenen Software an Verkehrsverbände

- Taxi und eigener Pkw als schnellere und sicherere, aber teurere Alternative
- Erhöhtes Risiko durch Substitutsangebote im Rahmen von Sharing-Konzepten
- Ride-Hailing Anbieter wachsen mit Ride-Pooling-Konzepten wie z.B. UberPool und Match von FreeNow und dominieren den Markt





















- Schwierige Rechtslage, hoher Investitions- und Kooperationsbedarf ergeben hohe Markteintrittsbarrieren
- Trotz einfacher Softwareintegration beschränken Sondergenehmigungen als Linienverkehr Effizienz/Profitabilität
- Regionale Marktabdeckung im Ballungsraum und ländlichen Gebieten oft durch ÖPNV und Softwareanbieter

- Kostengünstige Erweiterung zeitlicher und regionaler Lücken von ÖPNV-Angeboten ermöglicht flexible Nutzung
- Covid-19 als Risiko: Infektionsrisiko mindert gegenwärtig die Attraktivität von Pooling-Angeboten
- Akzeptanzvorteil von neuen Antrieben im Rahmen zunehmender Ökologieorientierung

Deutschland ist Van-Pooling-Vorreiter im DACH-Raum. Während schweizerische Pilotprojekte das Potenzial prüfen, findet das Konzept kaum Resonanz in Österreich

### Anbieter für Van-Pooling im DACH-Raum (Auswahl \*)

															
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	
															
	✓							✓					✓		✓

Aufgrund vieler regionaler Anbieter gibt es **keine klaren Machtverhältnisse** auf dem deutschen Markt. **Softwareanbieter verbreiten** ihr Angebot mit Kooperationen.

Neben kleinen **Pilotprojekten** in Gemeinden wird durch die Einführung des Services **Pikmi** im November 2020 auch ein **Stadtgebiet der Schweiz** getestet.

In Österreich sind **Ride-Pooling-Konzepte**, wie z.B. **blablacar** oder **Carpooler** für Pendler, **verbreiteter** als Van-Pooling-Angebote.

\* 15 von 17 betrachteten Van-Pooling-Anbietern im DACH-Raum

# Van-Pooling-Anbieter mit proprietärer Software setzen sich gegenüber den Angeboten aus Kooperationen mit Verkehrsgesellschaften durch

 HPP Top 10 Van-Pooling-Anbieter im DACH-Raum 2020						
#	Unternehmen	Land	Gründung	Operating Software	Städte	HPP-Score
1	CleverShuttle		2016	Inhouse	Leipzig, Düsseldorf, Kiel	★★★★☆
2	MOIA		2016	Inhouse	Hamburg, Hannover	★★★★☆
3	BerlKönig		2018	ViaVan	Berlin	★★★★☆
4	IsarTiger/ParkstadtTiger		2018	door2door	München	★★★★☆
5	Hofer LandBus		2019	door2door	Hof	★★★★☆
6	MyShuttle		2019	moovel	Karlsruhe	★★★★☆
7	ioki Hamburg		2018	ioki	Hamburg	★★★★☆
8	MainzRider		2020	ViaVan	Mainz	★★★★☆
9	LÜMO		2018	CleverShuttle	Lübeck	★★★★☆
10	Hopper		2019	door2door	Offenbach	★★★★☆

## AGENDA

---

1.	Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter	9
2.	Micro Mobility	19
2.1.	Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking	20
2.2.	E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking	27
3.	Urban Mobility	34
3.1.	Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking	35
3.2.	<b>Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking</b>	<b>42</b>
3.3.	Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking	49
4.	Fazit & Ausblick	56



# Car-Sharing-Konzepte verfolgen das Ziel der effizienteren Nutzung des Autos, um somit Verkehr und Umwelt zu entlasten



## Konzept Car-Sharing

- Konzept der **gemeinsamen Nutzung eines Fahrzeugs**
- Verleihmodelle:
  - Unternehmen an Privatpersonen
    - **Station-bound:** Fahrzeug in Stationen verfügbar
    - **Free-floating:** Fahrzeug in begrenztem Gebiet verfügbar
    - **Hybrid:** Kombination aus station-bound und free-floating
  - Privatperson an Privatperson: **Peer-2-peer Car-Sharing**
- Preismodelle:
  - **Minuten-, Stunden- oder Tagesbasis**
  - Fixbetrag für **All-inclusive Paket** mit/ohne Tanken
  - Monatliche Abos, Mitgliedsgebühren, Pauschalbeträge pro Strecke



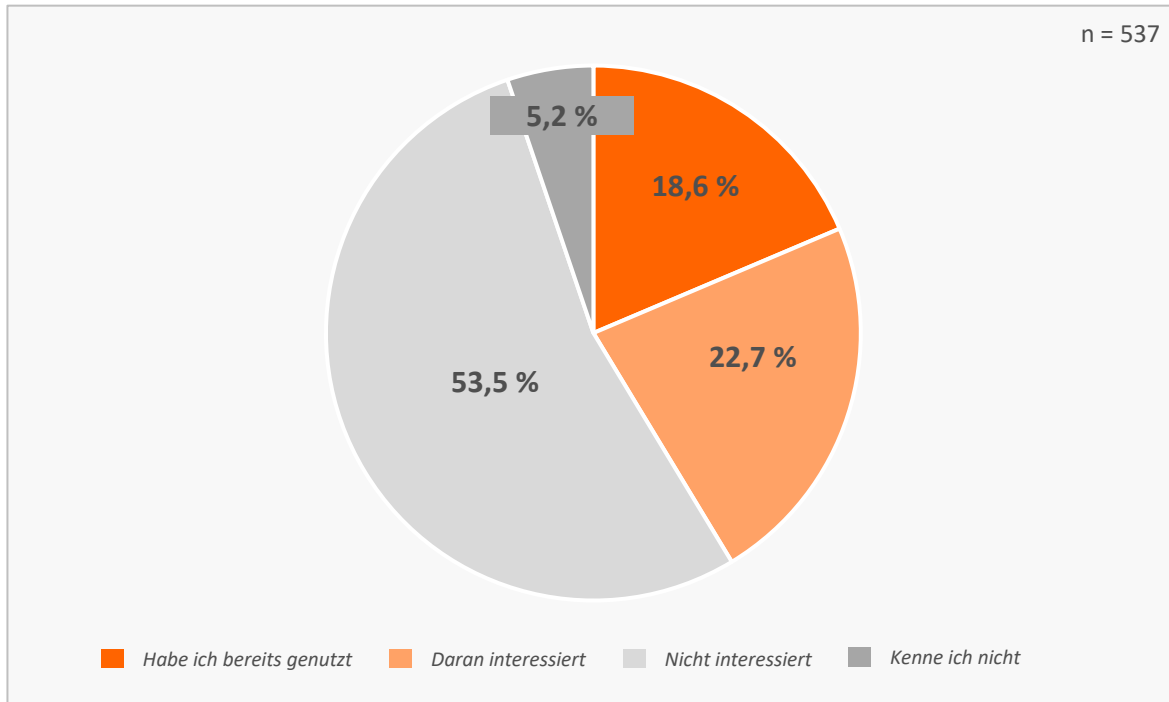
## Entwicklung

- Aufgrund **steigender Nachfrage** gibt es **viele regionale Car-Sharing-Anbieter** und **einige internationale Akteure**
- **Stationsgebundenes** Car-Sharing **überwiegt** im DACH-Raum
- **Free-floating Flottengröße stark gewachsen** aufgrund von Markteintritten von großen Anbietern aus der Automobilindustrie
- **Grundgedanke** einer Reduktion von Fahrzeugen **nur teilweise erfüllt**
- Stattdessen **erhöhte Parkproblematik: Verkehrswachstum** und **Verdrängungskämpfe** vor allem in Ballungsgebieten
- Keine tägliche Nutzung, Car-Sharing häufig nur als **Mobilitätsergänzung ohne Substitutionseffekt**

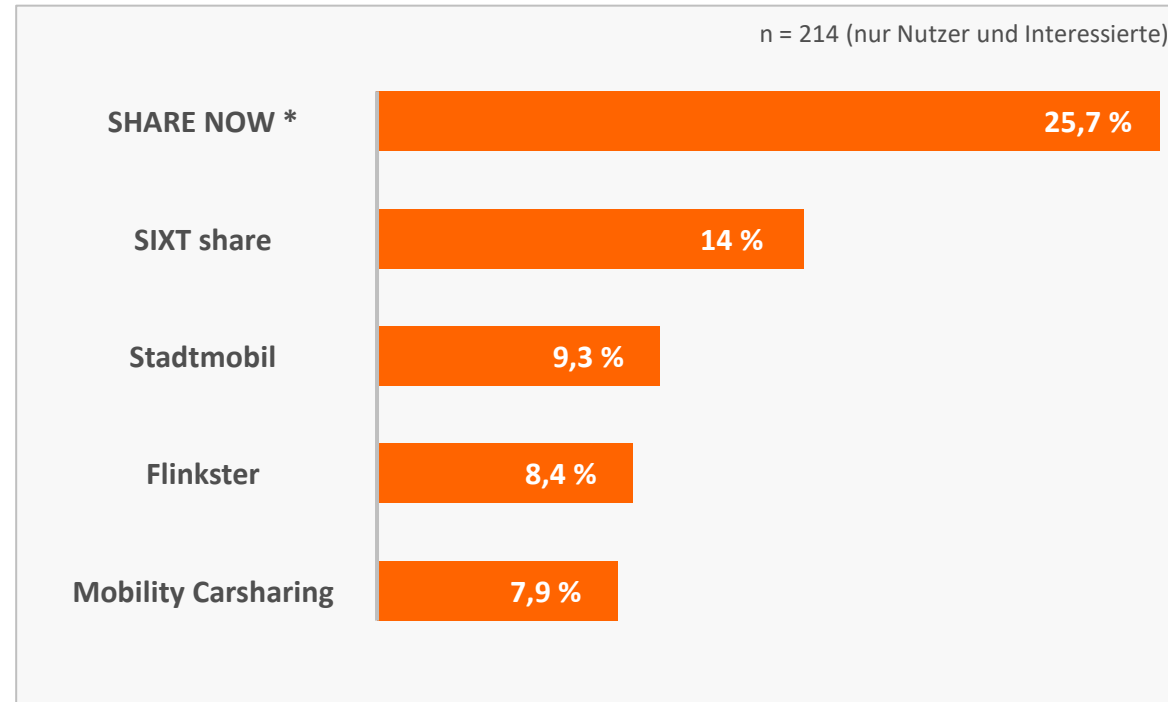
Das wachsende Car-Sharing-Angebot meist regionaler Anbieter sorgt für eine **allgemein hohe Verfügbarkeit** in der DACH-Region, allerdings **mit Lücken im ländlichen Raum** und **Verdrängungskämpfen** in den Städten. Ein **privater PKW** wird weiterhin **bevorzugt**, sodass eine Veränderung der Pkw-Besitzstruktur nicht in Aussicht ist. **Hybridmodelle** und **P2P-Car-Sharing** bieten jedoch **Potenzial** für eine **effizientere Fahrzeugauslastung**.

Da das Prinzip von Car-Sharing bereits seit Jahrzehnten existiert, ist es sehr bekannt und verbreitet im DACH-Raum, weist aber noch weiteres Nutzungspotenzial auf

Marktdurchdringung: Bekanntheit und Akzeptanz von Car-Sharing



Bekanntheit der Anbieter: Anzahl Nennungen in Prozent (Top 5)

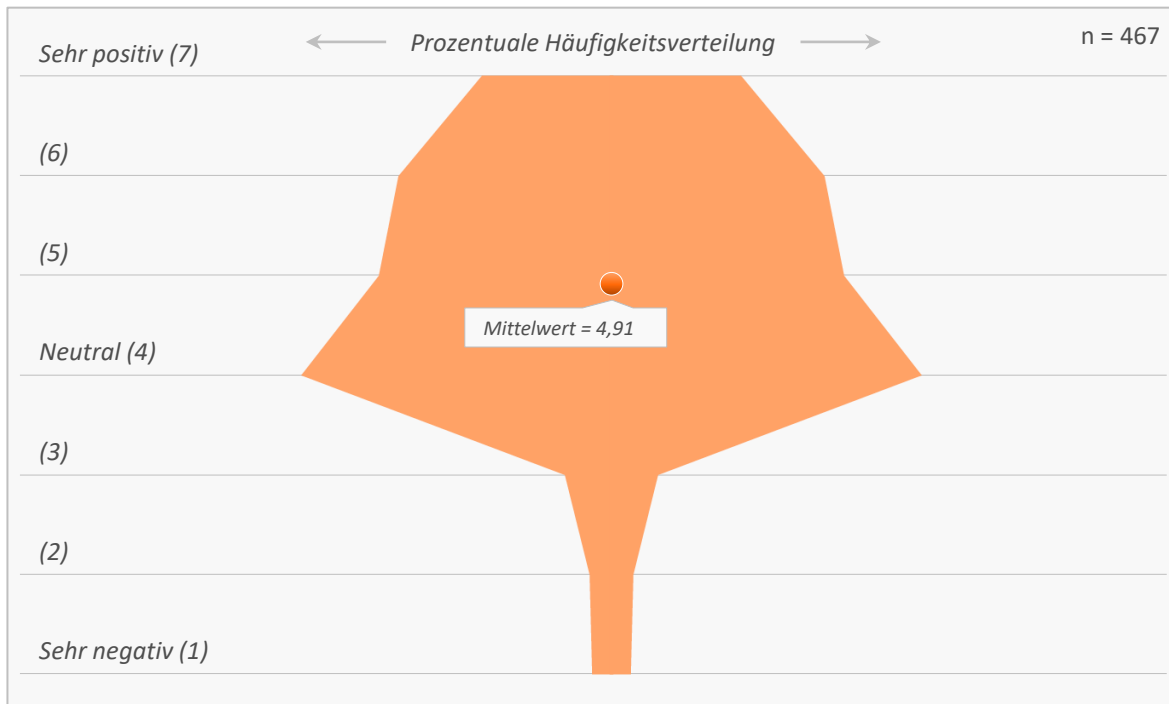


Die **lange** und **großflächige** Marktpräsenz führt zu einer **hohen Bekanntheit** und **Marktdurchdringung** von Car-Sharing - insbesondere **free-floating-Anbieter** wie **SHARE NOW** und **SIXT share** haben einen **hohen Wiedererkennungswert**. **Interesse für die geteilte Nutzung von Fahrzeugen** wurde von 23% der Teilnehmer geäußert – mehr als bei den anderen Mobilitätsdiensten. Das verdeutlicht großes **unausgeschöpftes Potenzial**.

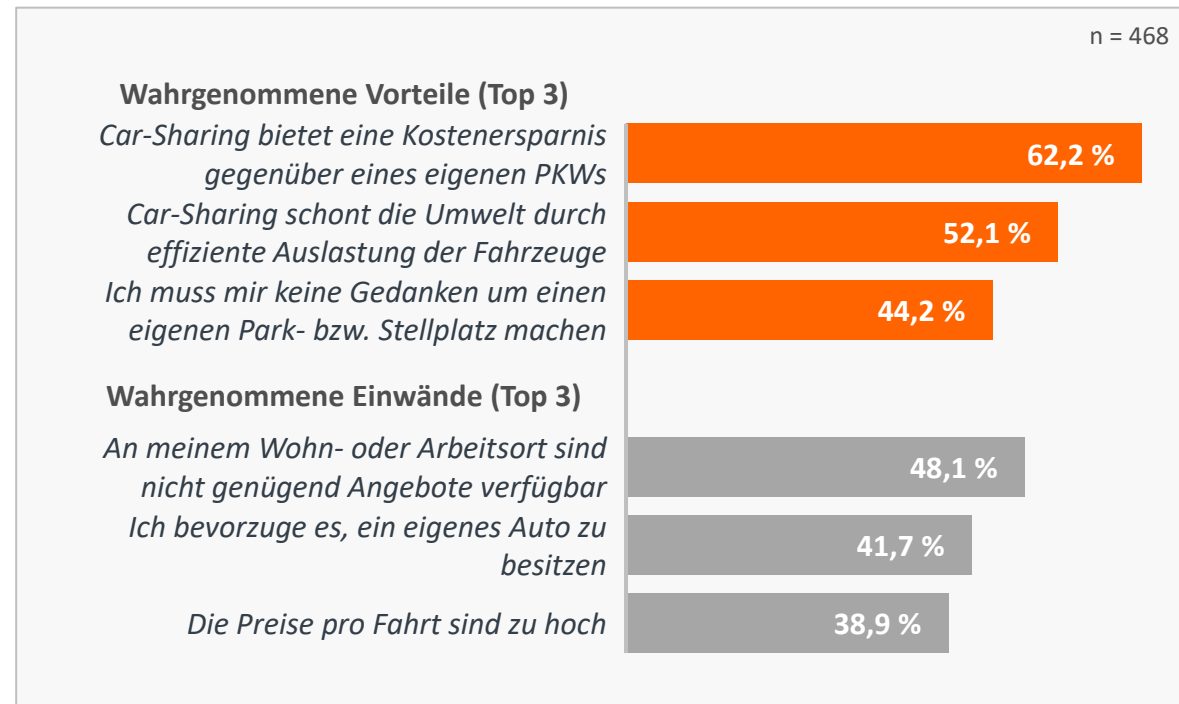
\* Nennungen von car2go und DriveNow werden SHARE NOW zugerechnet

# Die Einstellung gegenüber dem Konzept Car-Sharing ist sehr positiv, wobei insbesondere Kostenersparnisse und die Schonung der Umwelt zentrale Faktoren darstellen

## Einstellung gegenüber Car-Sharing im DACH-Raum inkl. Verteilung



## Wahrgenommene Vorteile und Einwände bzgl. Car-Sharing



Die **Kundeneinstellung** gegenüber Car-Sharing weist nach **Bike-Sharing** (Mittelwert = 4,96) den **zweithöchsten Wert** aller **Mobilitätsdienstleistungen** dieser Studie aus. **Kostenersparnis, Umweltschonung** und sorgenfreies **Abstellen** überwiegen dabei die Bedenken bezüglich mangelnder **Verfügbarkeit** und hohen **Fahrtkosten**. Weiterhin **präferieren** aber auch viele Menschen die **Nutzung des eigenen PKW**.

# Der regional wachsende Car-Sharing-Markt ist geprägt von Verdrängungskämpfen, Fusionen, geografischen und infrastrukturellen Herausforderungen

- **Regierungsförderungen** für E-Fahrzeuge, jedoch weiterhin **Unterstützungsbedarf** zur Errichtung von **Park- und Ladeinfrastruktur**
- **Partnerschaften** mit **multimodalen Plattformen** und **Full-Service-Angeboten** verstärken **Nutzungsintensität**
- Teilweise **Vorwärtsintegration** von **OEMs** durch eigene Sharing-Angebote **erhöht deren Verhandlungsmacht** als Lieferant

- **Vorteile** permanenter Verfügbarkeit und Sicherheit eines **eigenen Pkws überwiegen insbesondere** beim **Auto-Abo** oder **Full-Service Leasing**
- **Erhöhtes Risiko** durch **Substitutsangebote** im Rahmen anderer **Sharing- und Pooling-Konzepte**
- **Covid-19** als Chance: **Infektionsrisiko** mindert gegenwärtig die **Attraktivität** von **ÖPNV** und **Pooling-Angeboten**



- **Moderate Markteintrittsbarrieren** und **starker Expansionsdruck**, um **profitabel** zu sein
- Umfassende **Marktabdeckung** mit **kleinen und größeren Anbietern** im **lokal geprägten Markt**
- **P2P-Anbieter außerhalb des DACH-Raums** verschaffen sich mit steigender Vernetzung **Marktzutritt**
- **Erhöhte Nachfrage** nach flexiblen, kostengünstigen **Mobilitätsangeboten**
- **Akzeptanzvorteil** durch bessere Auslastung von **E-Fahrzeugen** bei zunehmender **Ökologieorientierung**
- **P2P-Trend** zur **Ansprache von Geschäftskunden** zur Optimierung der Verfügbarkeit und **Flottenauslastung**
- **Angebotskonzentration** in profitablen **Großstädten** führt zu **Engpässen** in **ländlichen Gebieten** und **mangelnder überregionaler Flexibilität**

# Durch die steigende Nachfrage gibt es viele regionale und einige internationale Car-Sharing-Anbieter – die Märkte sind von Verdrängungskämpfen geprägt

## Anbieter für Car-Sharing im DACH-Raum (Auswahl \*)

		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓
		✓			✓	✓			✓	✓					
	✓							✓							

**Deutscher Markt** wächst mit neuen Anbietern und Standorten – auch in ländlichen Regionen. Ausbau des städtischen Angebots ist jedoch begrenzt und **wettbewerbsintensiv**.

**Der österreichische Markt** ist mit vielen Anbietern deutlich gewachsen. Regionale Unterschiede in der Verteilung zeigen **Wien** und **Niederösterreich** als **Vorreiter**.

Car-Sharing hat in der **Schweiz** zwar stark zugenommen, das Angebot wird aber nur wenig genutzt. Der Markt wird weiterhin von **Mobility dominiert**.

\* 15 von 35 betrachteten Car-Sharing-Anbietern im DACH-Raum

## Es gibt überwiegend stationsgebundenes Car-Sharing im DACH-Raum – Hybrid-Modelle und P2P-Car-Sharing sind jedoch im Markt auch erfolgreich

 <b>HPP Top 10 Car-Sharing-Anbieter im DACH-Raum 2020</b>						
#	Unternehmen	Land	Gründung	Operating Model	Städte	HPP-Score
1	Flinkster		2001	Station-bound	Berlin, Frankfurt a.M., Wien, u.a.	★★★★★
2	SnappCar		2011	Peer-to-Peer	Berlin, Hamburg, München, u.a.	★★★★★
3	SHARE NOW		2019	Free-floating	Berlin, Stuttgart, Wien, u.a.	★★★★★
4	Getaround		2009	Peer-to-Peer	Berlin, München, Wien, u.a.	★★★★★
5	Mobility Carsharing		1997	Hybrid	Zürich, Genf, Basel, u.a.	★★★★★
6	cambio		2000	Station-bound	Berlin, Bremen, Köln, u.a.	★★★★★
7	SIXT share		2018	Hybrid	Berlin, Hamburg, München, u. a.	★★★★★
8	Stadtmobil		1999	Hybrid	Berlin, Hannover, Karlsruhe, u.a.	★★★★★
9	teilAuto		1992	Station-bound	Halle, Erfurt, Dresden, u.a.	★★★★★
10	MILES Mobility		2016	Free-floating	Berlin, Hamburg, Köln, u.a.	★★★★★

## AGENDA

---

1.	Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter	9
2.	Micro Mobility	19
	2.1. Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking	20
	2.2. E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking	27
3.	Urban Mobility	34
	3.1. Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking	35
	3.2. Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking	42
	<b>3.3. Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking</b>	<b>49</b>
4.	Fazit & Ausblick	56



# Auto-Abonnements bieten individuelle Mobilität im All-Inclusive-Paket mit viel Flexibilität im Hinblick auf Laufzeit, Freikilometer und Fahrzeugwahl



## Konzept Auto-Abo

- **Private PKW-Nutzung** für einen **festgelegten Zeitraum** mit **variablem Inklusivkilometerpaket**, ähnlich **digitalen Abo-Modellen** wie **Spotify**
- Fixe, **monatliche Gebühr**: Anmeldung, Versicherung, etc. in der **Gebühr enthalten** – „**All-Inclusive-Konzept**“, exkl. Tankfüllung
- Durch **flexible Laufzeiten** positioniert sich das Auto-Abo als **neues Segment** zwischen der kurzfristigen **Automiete** und dem längerfristigen **Leasing**
- Ermöglicht **individuelle Mobilität** ohne **langfristige Investition** und erhält damit die **finanzielle Flexibilität** des Kunden
- Regelmäßige **Fahrzeugwechsel** möglich, **Fahrzeugübernahme** durch **Lieferung** oder **Selbstabholung**



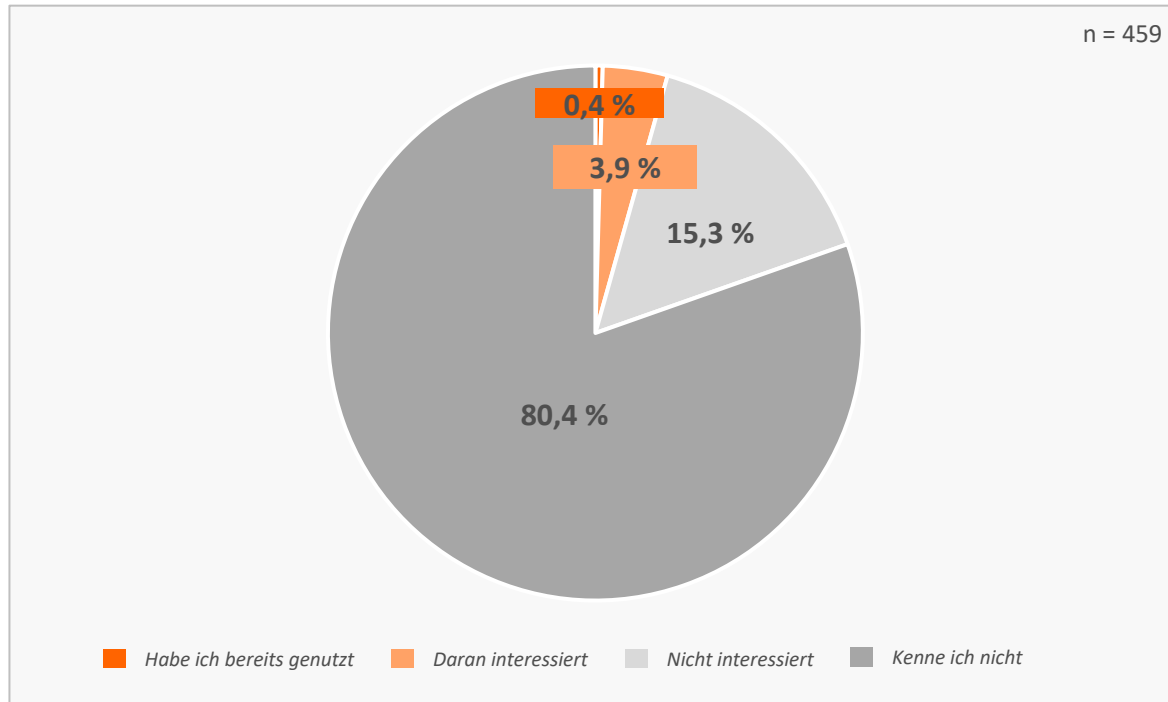
## Entwicklung

- Das Konzept **Auto-Abo** gewinnt im **DACH-Raum** seit **2018** und insbesondere in **2020** an Dynamik
- Der **Ausbruch von Covid-19** und die daraus resultierenden **Effekte** auf das **Mobilitätsverhalten** der breiten Bevölkerung führen zu einer **sprunghaft angestiegenen Nachfrage**
- Neben **spezialisierten Start-Ups** sind **zahlreiche Anbieter** in den **Markt eingetreten** (OEMs, Fzg.-Händler, Vermietungen, Banken)
- Anbieter verfolgen unterschiedliche Geschäftsmodellen: **Direktangebot** (meist vollständige Abdeckung der **Wertschöpfungskette**) oder **Plattformangebot** (Abo-Vermittlung in **Kooperation** mit **Handel**)

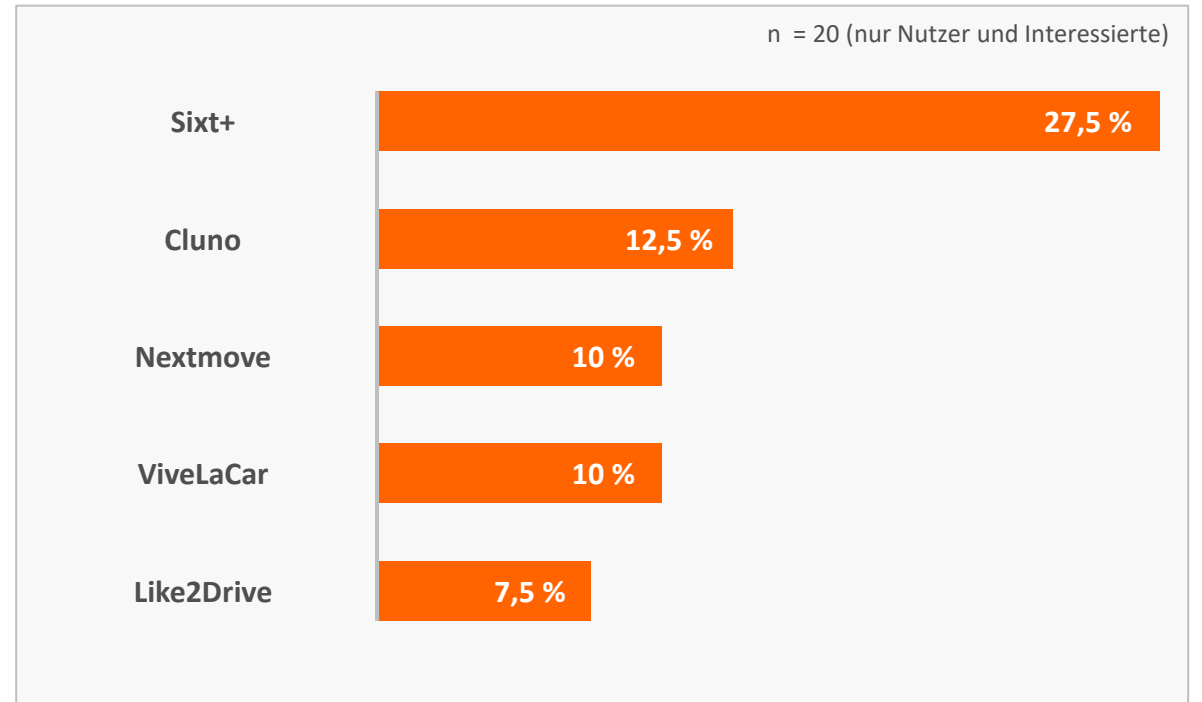
Das **Konzept Auto-Abo** positionieren sich **zwischen Miete** und **Leasing** als **vierte Variante** der **Autobeschaffung**. Insbesondere der Wunsch nach **individueller Mobilität** zur **Minderung** des **Infektionsrisikos** und die **Vermeidung** von **langfristigen Investitionen** als Effekte der **Covid-19-Pandemie** steigern die Attraktivität des Abo-Modells aus **Kundensicht**. Neu **Anbieter** mit unterschiedlichen **Geschäftsmodellen** betreten nun in **schneller Abfolge** den Markt.

# Die HPP-Kundenbefragung zeigt, dass Auto-Abonnements als vergleichsweise neues Konzept im DACH-Raum noch wenig bekannt sind

Marktdurchdringung: Bekanntheit & Akzeptanz von Auto-Abonnements

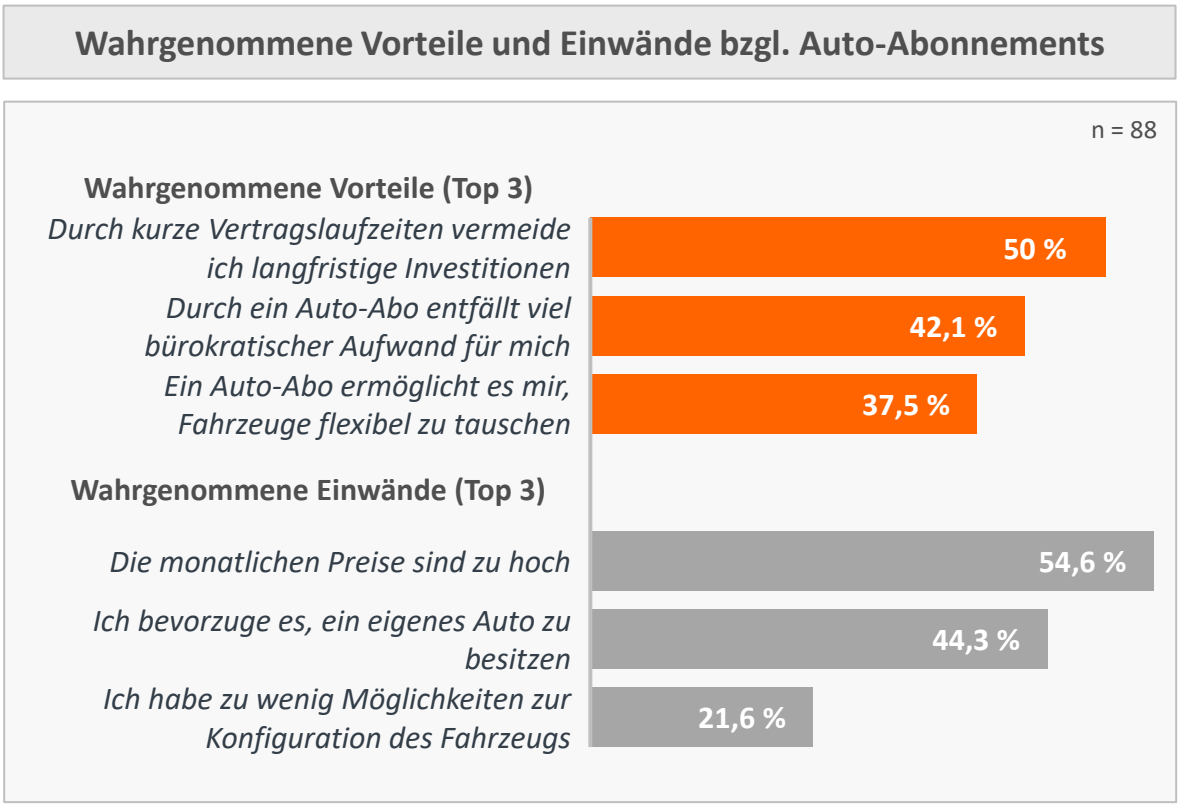
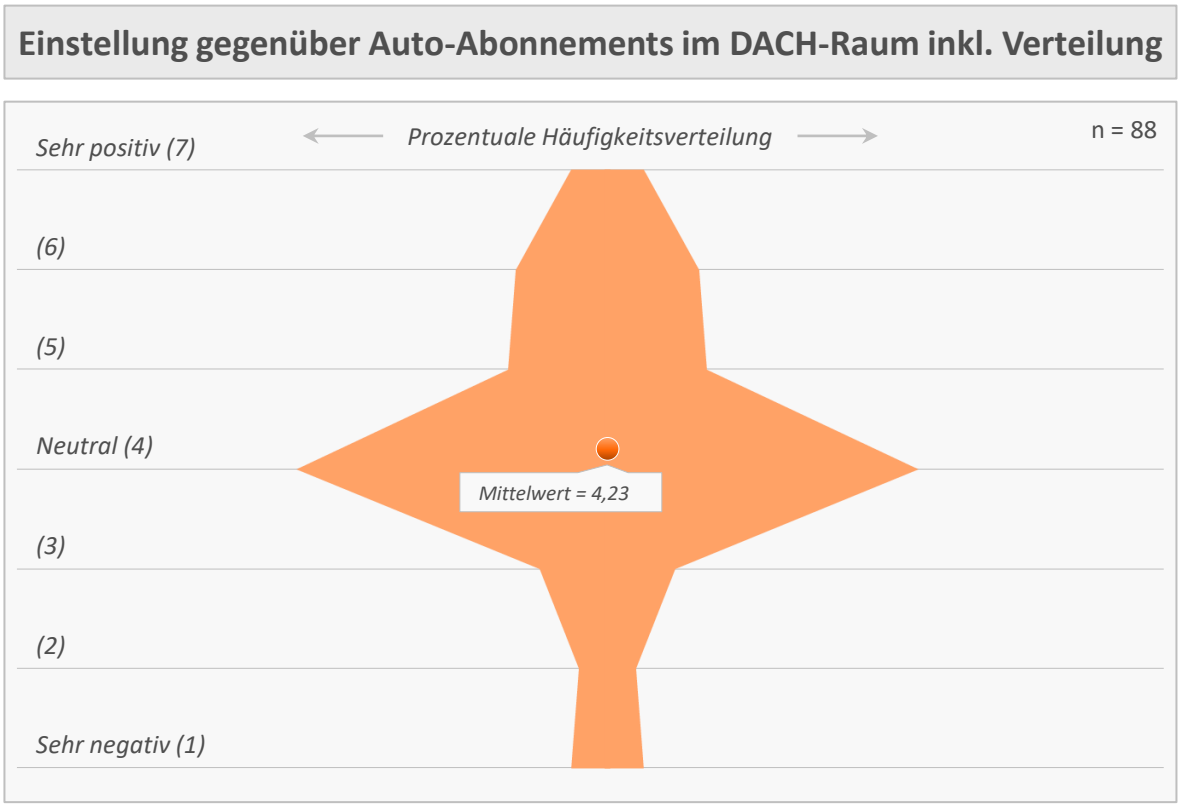


Bekanntheit der Anbieter: Anzahl Nennungen in Prozent (Top 5)



Der **Trend** zum **Auto-Abo** hat erst vor kurzem eingesetzt und nur rund einem **Viertel der Befragten** ist das Konzept **aktuell bekannt**. Anbieter sind nun angehalten, dass in Folge der **Covid-19-Pandemie** nochmals gestiegene **Potenzial** durch **zielorientierte Marketingstrategien** zu heben.

# Während Kunden vor allem kurze Vertragslaufzeiten und das All-Inclusive-Konzept des Abo-Modells schätzen, ist der hohe monatliche Preis für viele ein Hindernis



Die **Einstellung** gegenüber **Auto-Abonnements** im **DACH-Raum** ist überwiegend positiv. Insbesondere kurze **Vertragslaufzeiten**, der **Entfall von Bürokratie** sowie die **flexiblen** Möglichkeiten zum **Fahrzeugwechsel** werden von **Kunden** als **Vorteile** identifiziert. Dem gegenüber stehen jedoch oftmals **hohe Preise** und **geringe Konfigurationsmöglichkeiten** beim Fahrzeug. Auch empfinden es rund **44% der Befragten** weiterhin als wichtig, ein **eigenes Auto zu besitzen**.

# Die durch die Covid-19-Pandemie gestiegene Nachfrage nach Auto-Abos birgt aus Anbietersicht große Chancen, langfristig jedoch auch Herausforderungen

- **Kostenintensive Beschaffung** und **Prozessabwicklung**, insbesondere bei Abo-Modellen mit häufigen **Fahrzeugwechseln**
- **Starker Wertverlust** der für Auto-Abos zu meist genutzten Neuwagen in Phasen der **Nicht-Nutzung** gefährden **Profitabilität**
- **Covid-19** setzt aber auch **OEMs** und **Handel** unter Druck: **Eingebrochener Absatz** zwingt zur Erschließung **neuer Ertragskanäle**

- Das **Konzept Auto-Abo** positioniert sich als „**vierte Säule**“ der **Fahrzeugbeschaffung**
- **Abo-Modelle** bieten eine flexible **Alternative** zum **Fahrzeugleasing** und **-kauf** und erlaubt längerfristige Planbarkeit als **Mietangebote**
- **Private PKW-Verfügbarkeit** gewinnt gegenüber dem **ÖPNV** im Zuge von **Covid-19** an **Attraktivität** – Auto-Abo als **mittelfristiges Ersatzprodukt** für öffentliche Mobilität



- Moderate **Markteintrittsbarrieren** aufgrund **Fahrzeugbeschaffung/ Identifikation Kooperationspartner**
- Schneller **Markteintritt** neuer Anbieter aus **heterogenen Branchen** (z.B. OEMs, Vermieter, Versicherungen, Banken)
- **Heterogenes Anbieterfeld** resultiert in einem **differenzierten Abo-Angebot** in Bezug auf **Modalitäten** und **Fahrzeuge**

- **Potenzientfaltung** in Folge **Covid-19**: Auto als **geschützter, individueller Raum** minimiert **Infektionsrisiko**
- Kunden wollen **langfristige Investitionen in Krisenzeiten** vermeiden und **finanzielle Flexibilität** sicherstellen
- Das **Abo-Konzept** ist Kunden bereits aus ihrem **digitalen Alltag** bekannt (z.B. durch **Netflix, Spotify**)
- Abos **simplifizieren** die **Anschaffung** eines PKWs (**All-Inclusive-Angebot** und **Convenience-Gedanke**)

Das Abo-Angebote erstrecken sich zumeist nur auf ein einziges Land, allerdings ist mit einer geografischen Marktausdehnung aller Anbieter im DACH-Raum zu rechnen

Anbieter für Auto-Abonnements im DACH-Raum (Auswahl \*)

		CARIFY		Carvolution	CLUNO		FAAREN	finn.auto	INSTA DRIVE	like2drive	next move	SIXT+	smove	UPTO	ViveLaCar
	✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
									✓						✓
		✓		✓		✓								✓	✓

Große **Dynamik im DACH-Markt**, die durch zahlreiche **Markteintritte** verschiedener Akteure gekennzeichnet ist

Der **Großteil der Abo-Angebot im DACH-Raum** beschränkt sich derzeit noch auf die **jeweiligen Heimatmärkte**

**Steigender Wettbewerbsdruck** wird zur **geografischen Marktausdehnung** der Anbieter im **ganzen DACH-Raum** führen

\* 15 von 28 betrachteten Auto-Abo-Anbietern im DACH-Raum

# Im Anbieter-Ranking kann sich SIXT mit dem erst in 2020 gestarteten Abo-Modell SIXT+ knapp vor den spezialisierten Start-Ups positionieren

 HPP Top 10 Auto-Abo-Anbieter im DACH-Raum 2020						
#	Unternehmen	Land	Gründung	Operating Model	Städte/Auslieferung	HPP-Score
1	SIXT+		2020	Direktanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆
2	Cluno		2017	Direktanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆
3	finn.auto		2019	Direktanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆
4	Faaren		2018	Plattformanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆
5	Carvolution		2018	Direktanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆
6	Carify		2019	Plattformanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆
7	roadsurfer		2017	Direktanbieter	Selbstabholung	★★★★☆
8	ViveLaCar		2019	Plattformanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆
9	Maske		1959	Direktanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆
10	Clyde		2019	Direktanbieter	Endkundenauslieferung	★★★★☆

## AGENDA

---

1.	Einleitung: Neue Mobilitätsanbieter	9
2.	Micro Mobility	19
2.1.	Bike-Sharing: Marktbewertung und Ranking	20
2.2.	E-Scooter-Sharing: Marktbewertung und Ranking	27
3.	Urban Mobility	34
3.1.	Van-Pooling: Marktbewertung und Ranking	35
3.2.	Car-Sharing: Marktbewertung und Ranking	42
3.3.	Auto-Abo: Marktbewertung und Ranking	49
<b>4.</b>	<b>Fazit &amp; Ausblick</b>	<b>56</b>

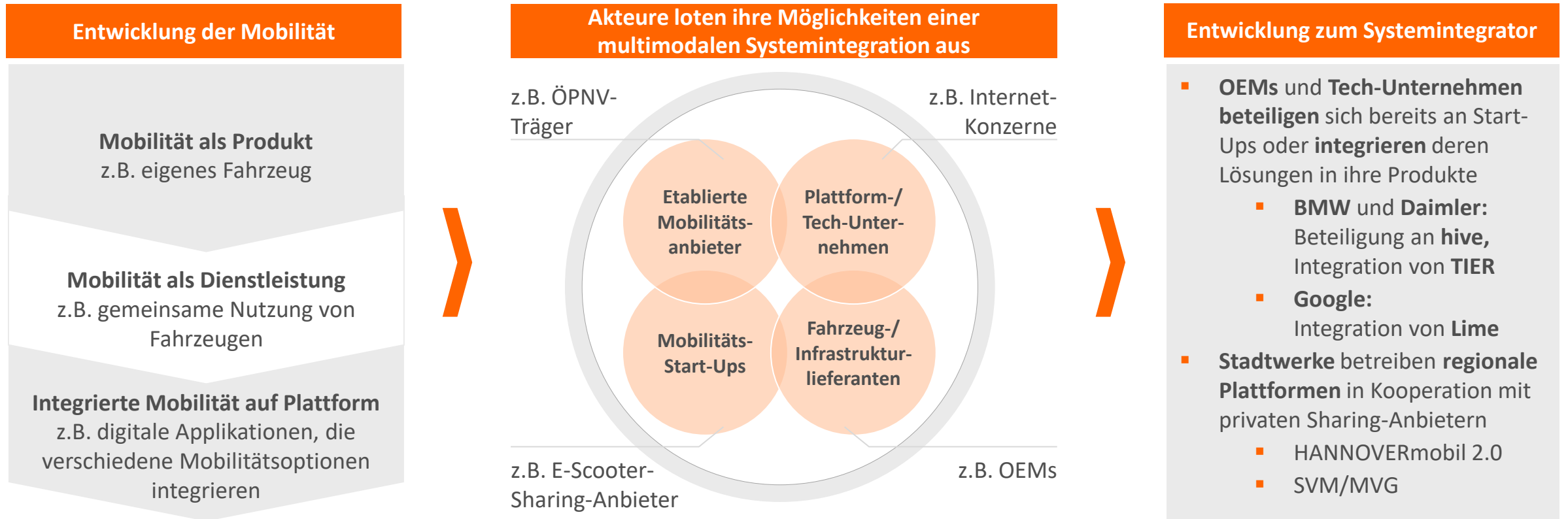


# Die Marktführer im HPP Mobilitätsanbieter-Ranking 2020 setzen zumeist auf ein multimodales Angebot, um ihre Profitabilität durch Synergieeffekte zu steigern

Bike-Sharing	E-Scooter-Sharing	Van-Pooling	Car-Sharing	Auto-Abo
<p>Mit LimeBike dominiert ein ausländische Anbieter den Bike-Sharing-Markt im DACH-Raum, aber auch europäische Unternehmen können sich behaupten</p>	<p>Im umkämpften DACH-Markt platziert sich TIER Mobility noch vor den US-Wettbewerbern, die ihre Marktpräsenz durch strategische Akquisitionen ausgebaut haben</p>	<p>Van-Pooling-Anbieter mit proprietärer Software setzen sich gegenüber den Angeboten aus Kooperationen mit Verkehrsunternehmen durch</p>	<p>Es gibt überwiegend stationsgebundenes Car-Sharing im DACH-Raum – Hybrid-Modelle und P2P-Car-Sharing sind jedoch im Markt auch erfolgreich</p>	<p>Im Anbieter-Ranking kann sich SIXT mit dem erst in 2020 gestarteten Abo-Modell SIXT+ knapp vor den spezialisierten Start-Ups positionieren</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LimeBike als Marktführer, aber auch <b>europäische</b> Unternehmen mit <b>starker Position</b></li> <li>▪ Weitere <b>Intensivierung</b> des <b>Wettbewerbsdrucks</b> und <b>Konsolidierung</b> des <b>Marktes</b> ist zu erwarten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TIER im heimischen Markt vor Lime und Bird</li> <li>▪ Größere <b>Akzeptanzprobleme</b> durch <b>negativen</b> Einfluss auf das <b>Stadtbild</b></li> <li>▪ <b>Marktentwicklung</b> ähnlich <b>Bike-Sharing</b>, läuft jedoch <b>beschleunigt</b> ab</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CleverShuttle und MOIA mit <b>eigener Software</b> bekannt und führend</li> <li>▪ <b>Viele regionale Anbieter</b> mit <b>Problemen</b> bei <b>Profitabilität</b> und <b>Rechtslage</b></li> <li>▪ <b>Deutschland</b> als <b>Vorreiter</b> im <b>DACH-Raum</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Europäische Anbieter wie <b>Flinkster</b>, <b>SnappCar</b>, <b>SHARE NOW</b> dominieren</li> <li>▪ Markt geprägt von <b>Regionalität</b>, <b>Verdrängungen</b>, <b>geografischen</b> und <b>infrastrukturellen</b> Hindernissen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Sixt+</b> setzt sich knapp als <b>Marktführer</b> durch</li> <li>▪ <b>Markteintritt</b> vieler <b>heterogener</b> Akteure (Banken, OEMs, etc.)</li> <li>▪ <b>Geografische</b> und <b>produktseitige Differenzierung</b> zu erwarten</li> </ul>

Die **Konsolidierung** von **Sharing-Teilmärkten** setzt sich fort und wird auch **neue Märkte** wie **E-Scooter-Sharing** und **Auto-Abo** erreichen. Das **HPP Mobilitätsanbieter-Ranking 2020** zeigt aber auch, dass sich zumeist diejenigen Anbieter, die über ein **multimodales Mobilitätsangebot** verfügen und so **Verbundeffekte** nutzen können, in einer **wettbewerbsintensiven Umgebung** als **Marktführer** positionieren können.

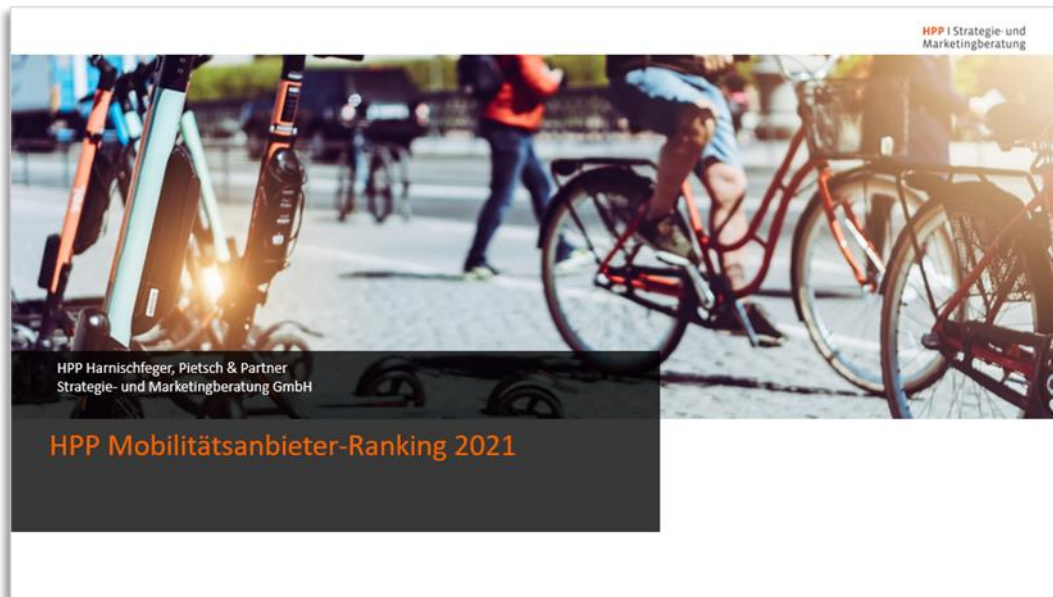
# Ausblick Systemintegration: Wesentlicher Erfolgsfaktor im künftigen Mobilitätsmarkt wird die Integration des multimodalen Angebots auf einer zentralen Plattform sein



Künftiger Erfolgsfaktor ist die **physische** und **digitale Integration verschiedener Verkehrsmittel** auf einer **zentralen Plattform**. Verschiedene Ansätze sind möglich: Globale Mobilitätsplattform mit dominantem Integrator, z.B. Tech-Unternehmen oder OEM, regionales Mobilitätsportal durch ÖPNV-Träger oder Plattform mit mehreren Kundeninterfaces. Die **Entwicklung zu Systemintegratoren** wird zu mehr **Kooperationen** und **Konsolidierungen** führen.

Das diesjährige HPP Mobilitätsanbieter-Ranking stellt den Auftakt zum jährlichen Branchen-Check dar. Die Vorbereitungen für das Ranking 2021 laufen bereits an

### HPP Mobilitätsanbieter-Ranking 2021



**Auch in 2021 führt HPP einen Branchen-Check durch: Mit erweitertem Scope analysieren wir die künftigen Veränderungen im Mobilitätsmarkt**

- Abgleich mit den Ergebnissen aus 2020: Welche Marktführer konnten sich behaupten? Wer wurde abgelöst? Wer ist aufgestiegen?
- Erweiterung um zusätzliche Mobilitätsdienstleistungen: Wer sind die führenden Ride-Hailing-Anbieter? Wer dominiert das Moped-Segment?
- Deep-Dive zu spezifischen Themen: Detailanalysen zu den Trends und Entwicklungen im Markt für Mobilität, z.B. Systemintegration

# Kontakt



**Ansprechpartner**  
**Dr. Thorsten Liebehenschel**

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 526  
Mobil: +49 (0) 171 | 37 71 197

E-Mail: [thorsten.liebehenschel@hpp-consulting.de](mailto:thorsten.liebehenschel@hpp-consulting.de)



**Ansprechpartner**  
**Dimitri Jakowlew**

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 578  
Mobil: +49 (0) 171 | 57 30 049

E-Mail: [dimitri.jakowlew@hpp-consulting.de](mailto:dimitri.jakowlew@hpp-consulting.de)



**Ansprechpartner**  
**Max Köppl**

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 512  
Mobil: +49 (0) 170 | 33 03 516

E-Mail: [max.koeppel@hpp-consulting.de](mailto:max.koeppel@hpp-consulting.de)

**HPP Harnischfeger, Pietsch & Partner**  
Strategie- und Marketingberatung GmbH

Goldsteinstraße 114  
D-60528 Frankfurt am Main

Website: [www.hpp-consulting.de](http://www.hpp-consulting.de)



# HPP Consulting ist als Hidden Champion seit über 20 Jahren erfolgreich am Markt positioniert

**1996**  
Management-Buy-Out  
Daimler Konzern

**1998 – 2002**  
Erschließung weitere  
Fokus-Branchen






Führend in den Bereichen Vertrieb & After-Sales,  
Marketing, Marke & Pricing in der Automobil- & Telko-  
Branche

brand eins Thema **B** 2019  
BESTE BERATER  
Heft 12

1996 2016  
HPP | 20 JAHRE  
KOMPETENZ  
ERFAHRUNG

# Als mittelständische Managementberatung mit über 20 Jahren Projekt-Erfahrung beraten wir Kunden in unterschiedlichsten Branchen


## Unternehmensprofil

	Frankfurt am Main
Standort	
	5,7 Mio. € (2019)
Umsatz	
	> 45
Mitarbeiter	
	Weltweite Projektumsetzung
Reichweite	
	Mehrfach ausgezeichnet
Hidden Champion	

## Branchenfokus



**Automobilindustrie.**  
Hier sind wir die Experten



**Mobility und Smart Services.**  
Innovativ in die Zukunft



**Telekommunikation.**  
Der Kunde im Mittelpunkt



Mercedes-Benz



MITSUBISHI MOTORS



smart



ŠKODA



VIESMANN



WEZAG®  
WERKZEUGE · TOOLS



Lufthansa



thyssenkrupp



m  
MEIKO



DB BAHN



Deutsche Glasfaser



EWE



unitymedia



PYUR



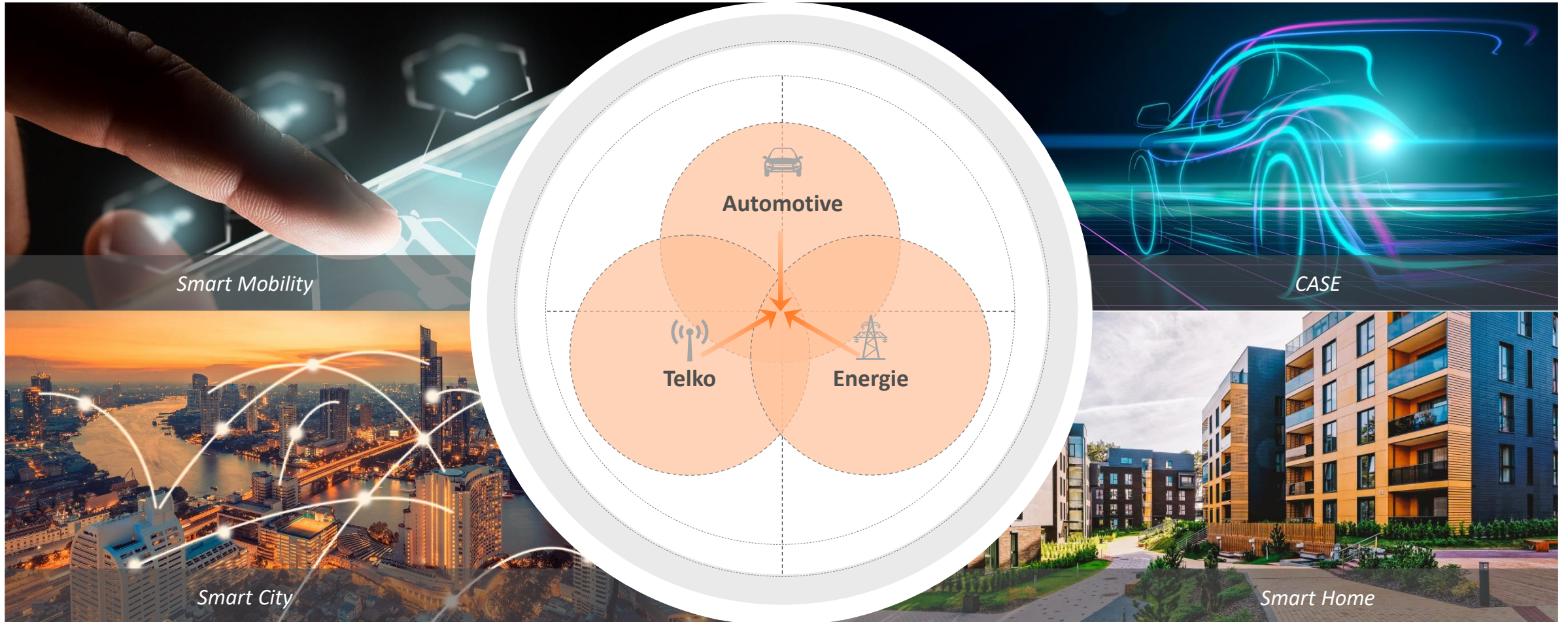
Thüringer Netkom



vodafone



Die Konvergenz der Industrien nimmt an Geschwindigkeit zu - wir besetzen mit unserer Branchenexpertise wichtige Themen und Schnittstelleninhalte



# HPP Consulting ist eine der führenden Beratungen im Automobilssektor und ist in mehreren Kompetenzfeldern ausgezeichnet

HPP ist mehrfach ausgezeichnet und zählt jährlich zu den besten Unternehmensberatungen, unter anderem in den Kompetenzfeldern:

- Auto und Zulieferer
- Vertrieb, After-Sales und CRM
- Marketing, Marke und Pricing
- **Neu:** Strategieentwicklung
- **Neu:** Technologie & Telekommunikation

