LEITFADEN

Carsharing im Wohnquartier:

Von der Idee zum tragfähigen Angebot

Inhaltsverzeichnis

1. Hintergrund und Einordnung
   - 1.1 Ziel des Leitfadens
   - 1.2 Vorteile von Carsharing im Wohnquartier
   - 1.3 Aktuelle Sachlage

2. Carsharing im Wohnquartier planen und umsetzen
   - 2.1 Erfolgsfaktoren für tragfähige Carsharing-Angebote im Wohnquartier
   - 2.2 Aspekte der Projektumsetzung
   - 2.3 Herausforderungen

3. Checkliste für die Projektumsetzung

4. Best Practice

1. Hintergrund und Einordnung

1.1 Ziel des Leitfadens

Der VdW Rheinland Westfalen und der Bundesverband Carsharing haben diesen Leitfaden gemeinsam erarbeitet. Er soll Wohnungsunternehmen und -genossenschaften bei der Umsetzung von Carsharing in ihren Wohnquartieren unterstützen. Gleichzeitig richtet er sich an Carsharing-Anbieter und hilft ihnen, ihre Angebote auf die Anforderungen der Wohnungswirtschaft abzustimmen. So sollen gemeinsame Projekte einfacher, schneller und langfristiger umgesetzt werden können.

Der VdW Rheinland Westfalen ist der größte Regionalverband der sozial orientierten Wohnungswirtschaft in Deutschland. Sein Verbandsgebiet umfasst Nordrhein-Westfalen und das nördliche Rheinland-Pfalz. In NRW lebt etwa jeder fünfte zur Miete wohnende Mensch in einer der etwa 1,1 Millionen Wohnungen seiner rund 480 Mitgliedsunternehmen und -genossenschaften.

Der Bundesverband Carsharing e.V. (bcs) ist der Dachverband der deutschen Carsharing-Anbieter. Ziel des Verbandes und seiner Mitglieder ist es, den Autobestand und Autoverkehr sowie die Umweltbelastung durch den motorisierten Individualverkehr zu verringern. Der bcs fördert Carsharing als Teil einer ressourcenschonenden und klimafreundlicheren Mobilität in enger Zusammenarbeit mit den weiteren Akteuren des Umweltverbunds.

Mit diesem Leitfaden möchten beide Verbände dazu beitragen, Carsharing in weiteren Wohnquartieren zu etablieren und die Auslastung der Angebote zu verbessern. Dadurch können die Vorteile des Carsharings für alle Seiten bestmöglich genutzt werden.

1.2 Vorteile von Carsharing im Wohnquartier

Grundsätzlich profitiert die Allgemeinheit davon, wenn in Wohnquartieren viel Raum für Grünflächen und gemeinschaftlichen Aufenthalt zur Verfügung steht. Das gelingt dann, wenn die vorhandenen Flächen nicht vorwiegend als Stellplätze für private Pkw genutzt werden müssen. An dieser Stelle kann Carsharing unter den richtigen Umständen zu einer Lösung beitragen.

"Carsharing verfolgt das Ziel, Menschen eine verlässliche Alternative zum eigenen Pkw zu bieten und durch das Teilen die Zahl der Pkw auf Stellplätzen und im fließenden Verkehr zu reduzieren."

Die Carsharing-Idee beruht auf der Tatsache, dass die meisten privaten Pkw einen Großteil der Zeit nicht gefahren werden, sondern nur bereitstehen. Es ist daher möglich, die Pkw-Nutzungswünsche mehrerer Haushalte auf wenigen Fahrzeugen zu bündeln. Messungen zeigen, dass ein Carsharing-Fahrzeug eines stationsbasierten Anbieters in Deutschland durchschnittlich elf private

Pkw ersetzt. In innenstadtnahen Wohngebieten von Großstädten wurden noch höhere Ersetzungsquoten (bis 1:19) ermittelt, im ländlichen Raum ist die verkehrsentlastende Wirkung niedriger (1:3). Die geringere Zahl benötigter Pkw schafft freie Flächen auf privaten Grundstücken und im öffentlichen Raum.

Die am Carsharing teilnehmenden Haushalte treffen zudem andere Mobilitätsentscheidungen als autobesitzende Haushalte. Sie nutzen häufiger den ÖPNV und das Fahrrad, weil sie nicht durch hohe Fixkosten an den Pkw gebunden sind. Das bietet Vorteile für Klima und Umwelt, reduziert den Autoverkehr und verringert die Lärm- und CO2-Emissionen. Carsharing schafft vielfältige Vorteile für Nutzende, Kommunen und für die Wohnungswirtschaft.

"Durch Carsharing können zu errichtende Stellplätze abgelöst, Pkws im Quartier reduziert und Räume für Freiflächenentwicklung geschaffen werden."

Vorteile für die Wohnungswirtschaft:
Das Angebot von Carsharing kann, abhängig von den jeweiligen Stellplatzregelungen in den Kommunen, dafür genutzt werden, Stellplätze abzulösen. Insbesondere bei Neubauprojekten hat das den Vorteil, dass weniger Stellplätze geschaffen werden müssen. So werden

- Baukosten reduziert,
- Flächen zur Grün- und Freiraumgestaltung gewonnen und
- das Wohnumfeld attraktiver gestaltet.

Carsharing trägt darüber hinaus zum Nachhaltigkeitsauftrag des Wohnungsunternehmens bei, insbesondere durch die Reduzierung von Flächenversiegelung im Hinblick auf Stadtkühlung und Versickerungsflächen. Das zusätzliche Mobilitätsangebot kann zudem die Bindung der Mieterinnen und Mieter zu den Wohnungsunternehmen und -genossenschaften stärken.

Vorteile für die Mieterschaft:
Mieterinnen und Mieter können auf die Anschaffung eines (zusätzlichen) Pkw verzichten und so Kosten einsparen. Sie haben über Carsharing Zugang zu einem Pkw, zahlen aber nur für die tatsächliche Nutzung. Dadurch ist beispielsweise die Nutzung eines Deutschlandtickets ergänzt um einzelne Carsharing-Fahrten deutlich günstiger als ein eigenes Auto. Berechnungen des Bundesverbands Carsharing zeigen, dass Carsharing bis zu einer Fahrleistung von 12.500 Kilometern pro Jahr meist günstiger ist als ein eigenes Auto.

Kundenbefragungen zeigen in diesem Zusammenhang, dass Carsharing insbesondere für folgende Nutzungszwecke gebucht wird:

- Größere (Wochen-) Einkäufe sowie Besuch im Baumarkt, Gartencenter oder Möbelhaus
- Besuche von Bekannten und Verwandten in anderen Städten
- Hol- und Bringdienste zu Bahnhof oder Flughafen
- Freizeitaktivitäten am Abend und am Wochenende
- Urlaubsfahrten

Alltägliche Wege etwa zur Arbeit oder Ausbildung werden eher selten mit einem Carsharing-Fahrzeug zurückgelegt. Die Nutzerinnen und Nutzer verwenden hierfür vor allem ÖPNV und Fahrrad.

Mieterinnen und Mieter profitieren von einem geringeren Pkw-Bestand im Quartier, da dadurch weniger Parkraum benötigt wird. Das senkt den Parkdruck und freiwerdende Flächen können zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität genutzt werden. In Neubauten profitieren die Mieterinnen und Mieter von niedrigeren Baukosten, wenn weniger Stellplätze geschaffen werden müssen. Das gilt insbesondere, wenn Tief- oder Quartiersgaragen gebaut werden müssen, deren Kosten später auf die Mieten umgelegt werden.

"Carsharing-Anbieter profitieren in der Zusammenarbeit mit der Wohnungswirtschaft durch die Bereitstellung geeigneter Stellplätze und durch Werbung in der Mieterschaft."

Vorteile für Kommunen:
Jeder Stellplatz, der gebaut werden muss, beansprucht Fläche, die der Allgemeinheit nicht anderweitig zur Verfügung steht. Kommunen profitieren daher von eingesparten Stellplätzen im öffentlichen Raum, denn mehr öffentlicher Raum kann dann im Sinne des Gemeinwohls genutzt werden, zum Beispiel für attraktive Fuß- und Fahrradwege oder zur Gestaltung von Grün- und Freiflächen. So werden attraktive Wohnumfelder und eine Verbesserung des Stadtklimas geschaffen. Auch verkehrspolitisch profitieren Kommunen, da Carsharing-Haushalte im Durchschnitt den öffentlichen Nahverkehr und das Fahrrad häufiger nutzen als Haushalte mit eigenem Auto.

Vorteile für Carsharing-Anbieter:
Carsharing-Anbieter benötigen für gute Angebote in erster Linie Stellplätze, die in Wohngebieten liegen. Weitere positive Effekte entstehen, wenn Wohnungsunternehmen die Carsharing-Angebote aktiv an ihre Mieterinnen und Mieter vermitteln und so der Nutzerkreis gesteigert wird.

Vorteile für die Umwelt:
Carsharing ersetzt private Pkw und reduziert dadurch den Flächenbedarf für parkende Fahrzeuge. Ein nachweislich verändertes Mobilitätsverhalten der Carsharing-Nutzenden mit weniger Verkehrsaufkommen und weniger Pkw-Besitz führt zu geringeren Emissionen von Lärm und Luftschadstoffen. Ein Carsharing-Fahrzeug eines stationsbasierten oder kombinierten Anbieters in Deutschland spart jährlich etwa 13 Tonnen CO_2 ein. Wegfallende Stellplätze können klimafreundlich und naturnah gestaltet werden, was sich positiv auf das Klima in der unmittelbaren Umgebung auswirkt.

1.3 Aktuelle Sachlage

Was ist Carsharing?

Das deutsche Carsharinggesetz (CsgG) definiert in Paragraf 3 ein Carsharing-Fahrzeug als „[...] ein Kraftfahrzeug, das einer unbestimmten Anzahl von Fahrern und Fahrerinnen auf der Grundlage einer Rahmenvereinbarung und einem die Energiekosten mit einschließenden Zeit- oder Kilometertarif oder Mischformen solcher Tarife angeboten und selbstständig reserviert und genutzt werden kann." Damit unterscheidet sich Carsharing vom Konzept des privaten nachbarschaftlichen Autoteilens oder der klassischen Autovermietung.
Es gibt zwei unterschiedliche Angebotsformen:

- Beim **stationsbasierten Carsharing** stehen vorab reservierbare Fahrzeuge an örtlich festgelegten Abhol- und Rückgabestellen bereit.
- Beim **stationsunabhängigen Carsharing** stehen spontan nutzbare Fahrzeuge ohne Rücksicht auf vorab örtlich festgelegte Abhol- und Rückgabestellen innerhalb eines definierten Geschäftsgebietes bereit.

Dieser Leitfaden fokussiert sich auf das Konzept des stationsbasierten Carsharings. Zum einen werden stationsunabhängige Fahrzeuge fast ausschließlich in den Zentren von Großstädten angeboten.
Am Stadtrand, in Klein- und Mittelstädten sowie im ländlichen Raum kommt diese Angebotsform kaum vor.
Zum anderen lässt sich ein verlässlich verfügbares, wohnungsnahes Angebot für Mieterinnen und Mieter nur mit stationsbasierten Carsharing-Fahrzeugen realisieren.

Bestehende Carsharing-Angebote in Deutschland

Das Carsharing-Angebot in Deutschland wächst seit vielen Jahren kontinuierlich. Anfang 2026 wurden im stationsbasierten Segment 18.390 Fahrzeuge gezählt, die von 290 Anbietern in 1.479 Gemeinden bereitgestellt wurden.

Carsharing-Angebote gibt es in nahezu jeder deutschen Großstadt, aber auch in vielen kleinen Gemeinden und im ländlichen Raum.

Gemeinden mit Carsharing-Angebot in Deutschland nach Größe (2026)

Gemeindegröße nach Einwohnenden (EW)	Anzahl Carsharing-Orte	Anteil an allen Gemeinden
Großstädte (ab 100.000 EW)	**74**	**92,5 %**
50.000 - 99.999 EW	**87**	**75,7 %**
20.000 - 49.999 EW	**282**	**55,2 %**
Unter 20.000 EW	**1.047**	**10,4 %**
Gesamt	**1.490**	**13,9 %**

Quelle: Bundesverband Carsharing
Stand: 1. Januar 2026, Anzahl alle Gemeinden mit Stand 31.12.2024

In Innenstädten und innenstadtnahen Wohnlagen werden unabhängig von der Größe der Stadt meist die ersten Fahrzeuge eines Angebotes stationiert, da hier die Nachfrage deutlich höher ist und die Wirtschaftlichkeit schneller erreicht wird. Ausgehend von den Zentren entwickeln sich die meisten Carsharing-Angebote schrittweise weiter nach außen und reichen entlang von ÖPNV-Trassen mittlerweile häufig bis ins Umland.

"Carsharing-Angebote findet man insbesondere in verdichteten Wohngebieten mit einer guten Nahversorgung sowie attraktivem ÖPNV-Angebot."

Da die Carsharing-Angebote eigenwirtschaftlich betrieben werden, findet der Angebotsausbau seine Grenzen dort, wo nur eine geringe Nachfrage zu erwarten ist. Das ist oft in Ortsteilen der Fall, die durch niedrige Bevölkerungsdichte, hohe Verfügbarkeit von Pkw-Stellplätzen im privaten Raum sowie geringe Qualität des ÖPNV-Angebots und der Fahrradinfrastruktur gekennzeichnet sind.

In Gemeinden, in denen bereits heute ein Carsharing-Angebot existiert, ist der Aufbau neuer Stationen einfacher. Die Dienstleistung ist dort bereits bekannt, wodurch die Gewinnung neuer Kunden und Kundinnen schneller gelingt. Zudem benötigt ein bereits ansässiger Anbieter keinen erheblichen Mehraufwand für die Stationierung von Fahrzeugen in bisher nicht bedienten Gebieten, weil er die Serviceprozesse, zum Beispiel für die Reinigung und Wartung der Fahrzeuge, nicht neu aufbauen muss. Noch nicht erschlossene Regionen benötigen eine deutlich längere Anlaufphase, bis ausreichende Nutzende für einen wirtschaftlichen Betrieb gewonnen werden können. Das Betreiben neuer Standorte in größerer Entfernung zu bestehenden Geschäftsgebieten bedeutet zudem einen wesentlich höheren Personal- und Arbeitsaufwand für den Carsharing-Anbieter.

2. Carsharing im Wohnquartier planen und umsetzen

Dieser Leitfaden soll die Projektierung von Carsharing in Wohnquartieren vereinfachen und beschleunigen. Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden Erfolgsfaktoren vorgestellt, die wesentlich zum Gelingen eines Carsharing-Projektes beitragen, sowie wichtige Aspekte der Projektumsetzung erklärt.

2.1 Erfolgsfaktoren für tragfähige Carsharing-Angebote im Wohnquartier

Wichtigstes Ziel eines Carsharing-Projekts im Wohnquartier ist, dass es von vielen Mieterinnen und Mietern genutzt wird und eigenwirtschaftlich tragfähig ist.

Damit dieses Ziel erreicht wird, sollten im direkten Umfeld des Carsharing-Projekts möglichst die folgenden Erfolgsfaktoren gegeben sein:

- **Gute Alternativen zum eigenen Pkw für tägliche Wege:** Carsharing funktioniert dort gut, wo die täglichen Wege zu Arbeit und Ausbildung (z.B. Kita, Schule, Hochschule) gut zu Fuß, mit dem ÖPNV oder mit dem Fahrrad zurückgelegt werden können. Das ist häufiger der Fall, als man denkt. Beispielsweise kann dieses Kriterium bereits in einem kleinen Dorf mit S-Bahn-Anbindung an ein Oberzentrum erfüllt sein.
- **Gute Nahversorgung:** Einkaufsmöglichkeiten des täglichen Bedarfs, eine ärztliche Grundversorgung sowie Freizeitangebote in Wohnungsnähe senken die Pkw-Abhängigkeit und erhöhen die Bereitschaft, ÖPNV, Fahrrad und Carsharing zu nutzen. Wenn hingegen viele alltägliche Wege zwingend mit dem Auto zurückgelegt werden müssen, spielt Carsharing eher eine Rolle als Ersatz für Zweit- und Drittwagen.
- **Hohe Bevölkerungsdichte:** Das Einzugsgebiet einer Carsharing-Station beträgt etwa 400 Meter fußläufige Entfernung. Eine verdichtete Wohnbebauung ist hilfreich, um eine ausreichende Nachfrage einer Station zu gewährleisten. Einfamilienhaussiedlungen sind in der Regel weniger geeignet, da dort weniger Menschen die Station fußläufig erreichen können.
- **Wenig Pkw-Stellplätze im privaten Raum:** Hoher Parkdruck senkt die Attraktivität des Pkw-Besitzes und erhöht die Carsharing-Nachfrage. Er entsteht häufig dort, wo nur wenige Pkw-Stellplätze im privaten Raum zur Verfügung stehen, beispielsweise in innenstadtnahen Wohnvierteln mit Gründerzeitbebauung oder in autoarm geplanten Neubauquartieren.
- **Soziodemografische Faktoren:** Erfahrungsgemäß werden Carsharing-Angebote häufiger von Personen genutzt, die angestellt sind und einen akademischen Bildungshintergrund haben. Sie gehören oft zu den sogenannten „First Movers“, wenn ein Carsharing-Angebot in einem Quartier neu etabliert wird. Andere soziodemografische Gruppen müssen oft mit besonderen Kommunikationsmaßnahmen stärker angesprochen werden.

"Zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren für ein tragfähiges Carsharing-Angebot zählen gute Anbindungen mit ÖPNV und Fahrrad, eine gute Nahversorgung, eine hohe Bevölkerungsdichte sowie hoher Parkdruck."

Neben den Umfeldfaktoren beeinflussen auch die folgenden Erfolgsfaktoren die Attraktivität und Eigenwirtschaftlichkeit eines Carsharing-Projekts maßgeblich:

- **Einbindung ins gemeindeweite Carsharing-Angebot:** Wohnungsunternehmen sollten in ihren Projekten möglichst vor Ort bereits bestehende Carsharing-Angebote einbinden. Ein in das gemeindeweite Angebot eingebundenes Carsharing bietet eine bessere Verfügbarkeit, weil Nutzende bei Fahrzeugengpässen an der eigenen Station auf andere Stationen ausweichen können. Zudem erleichtert dies die Vermarktung, da sich potenzielle Kunden häufig an den Erfahrungen ihres sozialen Umfelds orientieren. Wenn Nachbarinnen, Kollegen oder Freunde bestätigen, dass Carsharing vor Ort eine verlässliche Alternative zum Pkw ist,

unterstützt dies die Entscheidung für den Einstieg.

- **Öffentliches Carsharing-Angebot:** Das Carsharing-Angebot sollte grundsätzlich öffentlich zugänglich sein. Dadurch wird der potenzielle Nutzerkreis erweitert und somit die Auslastung erhöht, was die Wirtschaftlichkeit verbessert. Carsharing-Angebote, die nur für geschlossene Nutzergruppen (beispielsweise nur die Mieterinnen und Mieter einer Wohnanlage) verfügbar sind, erreichen nur selten eine für die Wirtschaftlichkeit erforderliche Auslastung.
- **Mieterkommunikation und Marketing:** Damit ein Carsharing-Projekt im Wohnquartier erfolgreich ist und die Mieterinnen und Mieter eines Wohnungsunternehmens davon profitieren, ist eine frühzeitige, umfassende und kontinuierliche Kommunikation entscheidend.
- **Geeignete Projekte vor allem bei Neubau und Modernisierung:** Die Implementierung von Carsharing-Angeboten eignet sich insbesondere bei Neubauprojekten und Modernisierungen mit anschließender Neuvermietung. Im Zuge eines Umzugs planen Menschen ihre Alltagswege neu und setzen sich intensiver mit Mobilität auseinander.
  Dadurch sind sie empfänglicher für Alternativen zum eigenen Auto. Alternative Mobilitätsangebote können dann auch ein Anreiz sein, in ein bestimmtes Quartier zu ziehen. Im Gegensatz dazu kann es schwieriger sein, Menschen im bestehenden Alltag von neuen Mobilitätslösungen zu überzeugen, da kein konkreter Veränderungsanlass besteht.
  In solchen Fällen wird über Mobilitätsalternativen häufig nur dann nachgedacht, wenn das bisher genutzte Fahrzeug ersetzt werden soll. Dies geschieht im Durchschnitt etwa alle acht Jahre.

Was tun, wenn die Erfolgsfaktoren nicht vorliegen?
Wenn einzelne Erfolgsfaktoren nicht erfüllt sind, ist es dennoch sinnvoll, das konkrete Projekt mit einem Carsharing-Anbieter zu besprechen. Insbesondere Anbieter, die vor Ort bereits aktiv sind, besitzen umfangreiche Daten und Erfahrungen auf dem lokalen Markt und können die Erfolgsaussichten eines Projekts differenziert bewerten.

Sind viele oder alle Erfolgsfaktoren nicht gegeben, kann es schwierig werden, einen Carsharing-Anbieter zu finden, der das Carsharing auf eigenes Risiko betreiben will. In einem solchen Fall kann das Wohnungsunternehmen prüfen, ob eine Entwicklungspartnerschaft mit einem Carsharing-Anbieter sinnvoll ist. Im Rahmen einer solchen Partnerschaft sichert das Wohnungsunternehmen für einen begrenzten Zeitraum dem Carsharing-Anbieter einen Verlustausgleich für den Betrieb einer Carsharing-Station zu. Ziel der Partnerschaft ist es, die Carsharing-Station möglichst schnell in die Eigenwirtschaftlichkeit zu überführen. Auch in Gebieten ohne optimale Ausgangsbedingungen können so eigenwirtschaftlich funktionierende Carsharing-Stationen entstehen. Die Anlaufphase kann allerdings bis zu fünf Jahre betragen.

Die Wirtschaftlichkeit eines Carsharing-Projektes liegt auch im Interesse des Wohnungsunternehmens, insbesondere dann, wenn darüber Stellplätze abgelöst wurden. Denn wenn ein Carsharing-Projekt aufgrund von Unwirtschaftlichkeit eingestellt werden muss, stellt sich im Anschluss die

Frage, wie mit den abgelösten Plätzen zu verfahren ist. Im ungünstigsten Fall müssen diese nachträglich nachgerüstet oder durch Zahlungen abgelöst werden.

2.2 Aspekte der Projektumsetzung

Partner und Rollenverteilung
Um ein Carsharing-Projekt erfolgreich umzusetzen, ist frühzeitige und niederschwellige Kommunikation mit allen direkt und indirekt beteiligten Partnern wichtig – idealerweise parallel, damit alle Beteiligte über den gleichen Informationsstand verfügen. Bereits während der Planung eines Neubaus oder einer Modernisierungsmaßnahme, in die Carsharing integriert werden soll, sollte das Thema aktiv kommuniziert werden.

"Bei einem Neubau- oder Modernisierungsprojekt mit Carsharing müssen Kommune und potenzielle Carsharing-Partner frühzeitig in den Planungsprozess eingebunden werden."

Mit der **Kommune** muss geklärt werden, welche anderen Carsharing-Angebote sich in der Nähe des Quartiers befinden, ob und gegebenenfalls wo, Stellplatzausschreibungen für Carsharing-Fahrzeuge geplant sind und ob und welche Kooperationen bei der Umsetzung des Carsharing-Projekts möglich sind. Wichtig sind aber auch Informationen zu Infrastrukturplanungen, insbesondere zum Ausbau des ÖPNV sowie zur Radverkehrsinfrastruktur. Sofern die Stellplatzsatzung der Gemeinde keine Vorgaben zu Mobilitätskonzepten macht, sollte gemeinsam geprüft werden, wie der Stellplatzschlüssel durch die Bereitstellung von Carsharing-Fahrzeugen reduziert werden kann.

Mit dem **kommunalen Verkehrsunternehmen** muss das Wohnungsunternehmen klären, welche ÖPNV-Anbindung für das Neubauvorhaben und das Quartier vorgesehen sind.

Der **Carsharing-Anbieter** sollte frühzeitig über Größe und Art des Quartiers, die zu erwartenden soziodemografischen Strukturen sowie die geplanten Standorte der Fahrzeuge informiert werden. Gemeinsam sollte anschließend die Anzahl der benötigten Carsharing-Fahrzeuge vor Ort festgelegt werden. Mitunter erwarten Kommunen bereits in der Planungsphase eine Absichtserklärung oder Rahmenvereinbarung darüber, dass ein Carsharing-Angebot zum Einzug bereitgestellt wird.

Im Falle von E-Carsharing, insbesondere wenn die zu errichtenden Stationen im öffentlichen Raum entstehen, sollten auch die **örtlichen Stadtwerke** beziehungsweise **Energieunternehmen** eingebunden werden. So kann frühzeitig geklärt werden, ob und wie Ladeinfrastruktur und ein entsprechender Netzanschluss vor Ort verfügbar sein können.

Den passenden Carsharing-Anbieter (vor Ort) finden

In den meisten Gemeinden gibt es nur einen Carsharing-Anbieter. Dieser ist für gewöhnlich auch der beste Ansprechpartner, da er die lokalen Rahmenbedingungen einschätzen und zusätzliche Stationen meist kostengünstiger einrichten kann als externe Anbieter.

An Orten, an denen bisher noch kein Carsharing-Angebot besteht, ist die Anbietersuche aufwändiger und sollte nach Möglichkeit in Abstimmung mit der Kommune erfolgen. Nur wenige Carsharing-Anbieter sind bereit, eine neue Gemeinde ausschließlich aufgrund eines einzelnen Neubauprojekts zu erschließen. Bestehen aber seitens der Kommune bereits Pläne, die Ansiedlung von Carsharing-Angeboten zu fördern, können hier Synergie-Effekte genutzt werden.

"Gibt es bereits einen Carsharing-Anbieter vor Ort, ist er der beste Ansprechpartner für weitere Carsharing-Stationen."

Häufig treten die kommunalen Verwaltungen auch als Ankermieter auf. Das heißt, dass Carsharing-Fahrzeuge während der Arbeitszeiten der Verwaltung als Ersatz für eigene Dienstfahrzeuge genutzt werden. Dies kann die Zeit bis zur wirtschaftlichen Tragfähigkeit einer neuen Station erheblich verkürzen.

In NRW gibt es zudem eine Anschubförderung für die Stationierung von Carsharing-Fahrzeugen in bisher nicht bedienten Gebieten im Rahmen der Förderung der vernetzten Mobilität und des Mobilitätsmanagements (FöRi MM). Antragsberechtigt sind die Kommunen. Über dieses Programm können auch Stationen in neuen Gebieten über drei Jahre mit einem Defizitausgleich finanziert werden.

In Städten mit mehr als einem Carsharing-Anbieter sollte grundsätzlich der Kontakt zu allen Unternehmen aufgenommen werden. Grundsätzlich gilt: Keine Angst vor kleinen Anbietern oder Carsharing-Vereinen. Diese arbeiten oft sehr professionell. Ihre Produkte und Hintergrundprozesse sind zudem oft standardisiert, da viele kleinere Anbieter für die Abwicklung ihrer Dienstleistung die Buchungssysteme der großen Anbieter als Mandanten nutzen.

Dimensionierung des Carsharing-Angebots

Eine pauschale Aussage zur Anzahl der benötigten Carsharing-Fahrzeuge bezogen auf die Zahl der Wohneinheiten bzw. Mietenden ist kaum möglich. Im Jahr 2026 kommen deutschlandweit 58 registrierte Fahrberechtigte auf ein stationsbasiertes Carsharing-Fahrzeug. Allerdings unterscheidet sich die Zahl der Kundinnen und Kunden pro Fahrzeug je nach Anbieter und räumlichen Gegebenheiten erheblich. In einem Fall können acht Vielfahrende ausreichend sein, um einen wirtschaftlichen Betrieb des Fahrzeuges zu gewährleisten, in anderen Fällen kommen über 80 Wenignutzende auf ein Carsharing-Auto – eine verlässliche Verfügbarkeit ist auch dort gegeben.

Weiterhin muss bedacht werden, dass nicht alle zukünftigen Mieterinnen und Mieter tatsächlich Carsharing nutzen wollen. Selbst in autofreien oder -reduzierten Wohnanlagen werden nicht alle Mietende zu Car-

sharing-Kunden. Eine allgemeine Kennzahl gibt es daher nicht. Die regionalen Carsharing-Anbieter können aber aufgrund ihrer langjährigen Erfahrungen den tatsächlichen Bedarf vor Ort meist gut einschätzen.

Bei der Dimensionierung eines Carsharing-Angebots muss sichergestellt werden, dass Angebot und Nachfrage auf Dauer in einem angemessenen Verhältnis stehen. Denn der Standort muss für den Carsharing-Anbieter wirtschaftlich sein. Werden mehr Fahrzeuge stationiert als regelmäßig genutzt, kann das Projekt in der angedachten Ausgestaltung nicht langfristig aufrechterhalten werden. Zu Beginn des Projekts wird es einige Zeit dauern, bis die Nutzerzahlen steigen und Carsharing in der Breite angenommen wird. Nur selten rechnet sich eine neue Station bereits im ersten Jahr.

"Um eine Überdimensionierung zu vermeiden, ist es sinnvoll, mit einer geringeren Zahl von Fahrzeugen zu starten und das Projekt mit steigendem Bedarf weiterzuentwickeln."

Oft ist es relativ einfach, bei hoher Nachfrage weitere Autos zu ergänzen. Deutlich aufwändiger und teurer ist, ein überdimensioniertes Angebot über einige Jahre zu finanzieren.

Carsharing-Stationen mit nur einem Fahrzeug sind allerdings in der Regel nicht empfehlenswert, denn die Verfügbarkeit entwickelt sich nicht linear. Bei nur einem Fahrzeug ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass Buchungswünsche ins Leere laufen. Diese Unzuverlässigkeit schreckt potenzielle Nutzerinnen und Nutzer ab.

Wichtig ist zudem, abzugleichen, ob sich in unmittelbarer Nähe des Projekts bereits andere Carsharing-Stationen befinden. Eine gegenseitige Kannibalisierung sollte im Sinne des sinnvollen Gesamtkonzepts vermieden werden. Erste Informationen zu bereits bestehenden Angeboten in der Umgebung finden Sie auch in der Stationskarte[1] des Bundesverband Carsharing.

Viele Bauordnungen und Stellplatzsatzungen sehen noch keine flexiblen Ansätze bei den angeforderten Mobilitätskonzepten vor. Die Zahl der zu errichtenden Pkw-Stellplätze wird zu einem frühen Zeitpunkt festgelegt – und somit wird auch der Investitionsbedarf geplant. Eine Nachsteuerung zu einem späteren Zeitpunkt ist dadurch erschwert. Umso wichtiger ist daher, frühzeitig den Dialog mit Kommune und Carsharing-Anbieter zu suchen, um Potenziale abzustimmen.

"Eine Carsharing-Station sollte möglichst zentral im Quartier und sichtbar platziert werden, damit sie für einen großen Nutzerkreis gut wahrnehmbar und erreichbar ist."

Standort des Carsharing-Angebots

Bei großen Quartieren ist ein Stationsnetz aus mehreren kleinen Stationen optimal.

Die Carsharing-Fahrzeuge sollten möglichst sichtbar stationiert werden, damit sie auch von nicht teilnehmenden Bewohnerinnen und Bewohnern des Quartiers gut wahr-

[1] Die Karte ist nicht vollständig, weitere Hinweise zum Carsharing-Bestand gibt der Bundesverband auf Anfrage.

genommen werden und einfach zu finden sind.

Die Carsharing-Fahrzeuge sollten in Sichtweite oder auf üblicherweise genutzten Wegen zu ÖPNV-Haltepunkten platziert werden, da ÖPNV-Nutzende in der Regel „First Mover“ beim Einstieg ins Carsharing sind.

Die Carsharing-Fahrzeuge sollten für alle einfach zugänglich sein – ein Standort hinter einer Schranke oder in einer zugangsbeschränkten Tiefgarage schränkt auch den Nutzerkreis ein. Der beste Standort ist daher im öffentlichen Raum oder auf einer gut einsehbaren privaten Stellplatzfläche im Wohnquartier.

Müssen Carsharing-Fahrzeuge in einer Tiefgarage platziert werden, muss diese öffentlich zugänglich sein, damit der Nutzerkreis über die eigene Mieterschaft hinausgeht. In Tiefgaragen muss zudem darauf geachtet werden, dass ein ausreichendes Handynetz verfügbar ist, da sonst die Ansteuerung der Bordcomputer und die Technik zum Öffnen und Schließen der Fahrzeuge per App nicht sicher funktioniert. Ist das Handynetz schlecht, können Repeater helfen, es zu verstärken.

Die Carsharing-Fahrzeuge sollten nicht in Angsträumen stehen: Gute Beleuchtung, gute Einsehbarkeit und Standorte nahe an Eingängen oder Zufahrten sind Pflicht.

Die Carsharing-Stellplätze und die Bereiche zum Ein- und Ausparken sollten breit sein und es sollten möglichst keine Poller oder Säulen nah am Rangierbereich stehen. Viele Carsharing-Nutzende fahren nur selten Auto und sind an die Abmessungen der Fahrzeuge nicht gewöhnt. Statistiken bei Carsharing-Anbietern zeigen, dass insbesondere in Tiefgaragen stationierte Fahrzeuge häufig höhere Schadensquoten haben.

Tarifstruktur des Carsharing-Angebots
Carsharing-Tarife bepreisen ausschließlich die Fahrzeugnutzung, die anteiligen Kosten für Fahrzeugbereitstellung, Fahrzeugservice, App und Buchungssystem, Wartung und Versicherung sowie die Energiekosten sind in diesen Preisen enthalten. Stationsbasierte Anbieter haben gewöhnlich Tarife, die sich aus einem Zeitpreis für die Buchungsdauer und einem Kilometerpreis für die gefahrenen Kilometer zusammensetzen. Diese Tarifstruktur ist darauf abgestimmt, dass viele Pkw-Nutzungszwecke mit langen Standzeiten zwischen den Autofahrten verbunden sind (zum Beispiel Ausflüge, Urlaube oder Transporte). Durch den zweigeteilten Tarif fallen in den Standzeiten nur niedrige Gebühren an. Tarife, die ausschließlich die Zeit oder die gefahrenen Kilometer bepreisen, müssen mit Paketpreisen für mehrere Stunden und Tage ergänzt werden, um die Nutzungsmuster ähnlich gut abzubilden.

Die Carsharing-Tarife variieren nach Fahrzeuggröße und Antriebsart. In der Regel gibt es zudem Tarifoptionen für Wenig- und Vielfahrer. Die Anbieter stellen darüber hinaus Möglichkeiten bereit, die Kosten der Selbstbeteiligung im Schadensfall zu reduzieren. Teilweise verlangen die Anbieter eine Aufnahmegebühr oder auch einen regelmäßig zu zahlenden Mitgliedsbeitrag.

Marketing und Kommunikation

Eine Mieterbefragung kann vorab Interesse und Bedarf für Carsharing abfragen. In Neubauprojekten oder bei Mieterwechseln sollten potenzielle Mieterinnen und Mieter bereits bei der Bewerbung der Wohnanlage, bei der Wohnungsbesichtigung und erneut beim Einzug auf das Angebot aufmerksam gemacht werden. Im Rahmen von Mieterfesten oder anderen Veranstaltungen kann das Carsharing-Fahrzeug beispielsweise bei Testfahrten beworben und die Funktionsweise erklärt werden.

"Bei Projekten im Bestand sollten Mieterinnen und Mieter bereits vor Projektbeginn über die geplante Einführung von Carsharing informiert werden."

Darüber hinaus sind (digitale) Aushänge und die Präsenz in Mieterapps Möglichkeiten zur Bekanntmachung der Carsharing-Angebote. Wichtig ist, dass regelmäßig informiert wird, damit das Thema aktuell bleibt. Erfahrungsberichte oder Statements von Nutzenden spielen eine wichtige Rolle, um die Alltagstauglichkeit von Carsharing herauszustellen. In Bezug auf die digitale Integration sollte darauf geachtet werden, dass die Carsharing-App direkt per Link aus Mieterapps heraus erreichbar ist. Eine tiefere Integration ist nicht zu empfehlen. Carsharing-Apps entwickeln sich schnell weiter und tief integrierte Anwendungen in externen Apps veralten schnell, wenn sie nicht kontinuierlich angepasst werden.

Ein mögliches Branding des Fahrzeugs im Corporate Design des Wohnungsunternehmens oder des Quartiers kann die Aufmerksamkeit für Mieterinnen und Mieter erhöhen und das „Wir-Gefühl" in Bezug auf das Angebot stärken.

Wohnungsunternehmen und -genossenschaften können das Carsharing für Mieterinnen und Mieter durch Vergünstigungen bewerben, beispielsweise durch Rabatte auf Aufnahmegebühren, Sicherheitspakete zur Senkung der Selbstbeteiligung oder auf die Nutzungspreise. Die Rabatte auf Nutzungspreise sollten immer vorübergehend sein, denn es ist nicht beabsichtigt, dauerhafte Anreize zum Vielfahren zu setzen. Aus demselben Grund sind Carsharing-Flatrates abzulehnen.

Kosten und Finanzierung

Die monatlichen Bereitstellungskosten für ein Carsharing-Fahrzeug mit Verbrennungsmotor liegen bei etwa 800 bis 1.200 Euro netto (Stand 2026). Enthalten sind hier Fahrzeugbeschaffung/ -leasing, Versicherung, App und Buchungssystem, Bordcomputer, Wagenwartung und Reinigung, Reparaturen, Kundenkommunikation und Marketing. Hinzu kommen gegebenenfalls noch Stellplatzmieten oder Sondernutzungsgebühren. Nicht enthalten sind Energiekosten.

Bei E-Fahrzeugen liegen die Bereitstellungskosten höher. Insbesondere die Investitionsmehrkosten für die Beschaffung der E-Fahrzeuge sowie Kosten für die Ladeinfrastruktur fallen ins Gewicht. Reparaturen fallen zwar seltener an, sind aber dann teurer. Die Kosten liegen bei 1.200 bis 1.500 Euro pro Monat (netto).

Im optimalen Fall trägt sich das Carsharing-Angebot nach einigen Monaten selbst und bedarf keiner zusätzlichen Finanzierung durch Dritte. Doch in nachfrageschwachen Lagen gelingt das nicht immer oder erst nach einigen Jahren. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Carsharing-Anbieter und Wohnungsunternehmen damit umgehen können:

Förderungen: Eine nationale Förderung für die Ansiedelung und den Betrieb von Carsharing gibt es bisher nicht (Stand: Juni 2026). Im Bundesland Nordrhein-Westfalen gibt es zwei nutzbare Förderungen: Gemäß **„Förderrichtlinie Mobilitätsmanagement (FöRiMM)"** kann der Aufbau von Carsharing-Angeboten in bislang noch nicht erschlossenen Gebieten gefördert werden. Antragsberechtigt sind Kommunen.

Förderung für E-Carsharing: Gemäß Förderrichtlinie **„progres.nrw – Emissionsarme Mobilität"** kann Ladeinfrastruktur an Carsharing-Stellplätzen und die Anschaffung neuer E-Carsharing-Fahrzeuge gefördert werden.

In anderen Bundesländern gibt es keine systematische Förderung. In Baden-Württemberg gibt es aufgrund der dort bestehenden landesweiten Carsharing-Strategie zuweilen kurzfristige Förderaufrufe.

Höhere Preise: In Kommunen mit mehreren Carsharing-Standorten sind Preiserhöhungen für einzelne unwirtschaftliche Stationen ausgeschlossen, da die Vergleichbarkeit und die Verfügbarkeit niedrigerer Preise im Umfeld die Nachfrage an der Station im oder am Wohngebäude senken würden. In Alleinlagen sind höhere Preise für das Carsharing denkbar. Allerdings sind Carsharing-Nutzende überdurchschnittlich preissensibel, weil für sie aufgrund der nutzungsbezogenen Einzelabrechnung die Kosten der Automobilität transparenter sind als für autobesitzende Haushalte. Die Tarifgestaltung muss daher unbedingt mit dem Carsharing-Anbieter abgestimmt werden.

Auslastungssteigerung durch dienstliche Nutzung: Wohnungsunternehmen und ihnen verbundene Partnerunternehmen können öffentliche Carsharing-Fahrzeuge für dienstliche Fahrten nutzen. Dafür wird ein Teil der öffentlichen Carsharing-Fahrzeuge dem Personal werktags für Dienstfahrten zur Verfügung gestellt. Außerhalb der Dienstzeiten (nachmittags, abends und am Wochenende) können (auch) diese Fahrzeuge von den Mieterinnen und Mietern genutzt werden. Für das Carsharing-Angebot bedeutet dies zusätzliche Auslastung in Zeiten, in denen private Haushalte das Carsharing ohnehin wenig nutzen. Für das Wohnungsunternehmen führt die (Mit-) Nutzung des Carsharings zu sinkenden Kosten für dienstliche Mobilität.

Übernahme von Kosten durch das Wohnungsunternehmen: Die Übernahme von Kosten kann auf verschiedene Weise erfolgen. Wohnungsunternehmen können die laufenden Kosten des Carsharing-Angebots für den Anbieter senken, indem sie Stellplätze kostenlos zur Verfügung stellen, die Kosten für das Marketing gegenüber den Mieterinnen und Mietern tragen oder die Reinigung und Wartung der Fahrzeuge mit eigenem Personal übernehmen.

Wohnungsunternehmen können die Investitionskosten des Carsharing-Anbieters senken, indem sie die Ladeinfrastruktur für E-Fahrzeuge bereitstellen oder selbst Fahrzeuge beschaffen und dem Carsharing-Anbieter für den Betrieb überlassen.

Finanzierung von Defiziten: Wohnungsunternehmen können den Carsharing-Anbietern einen Defizitausgleich anbieten. Dieser kann entweder in einem Einmalzuschuss oder in einem längerfristigen Ausgleich des Betriebskostendefizits bestehen. Bei einem längerfristigen Defizitausgleich trägt das Wohnungsunternehmen die Differenz zwischen Einnahmen des Angebots und Bereitstellungskosten. Werden Gewinne erwirtschaftet, können diese ganz oder teilweise beim Wohnungsunternehmen verbleiben.

2.3 Herausforderungen

Nachfolgende Fehler haben bei der Umsetzung von Carsharing-Angeboten durch Wohnungsunternehmen und -genossenschaften in der Vergangenheit dazu geführt, dass die Projekte gar nicht oder nur sehr langsam Wirtschaftlichkeit erzielen konnten:

- **Zu große Carsharing-Station:** Die Größe der Station wird meist zu einem sehr frühen Zeitpunkt der Planungen festgelegt. Dabei machen die Stellplatzsatzungen der Kommunen zum Teil Vorgaben für die Zahl der wegfallenden Stellplätze pro Carsharing-Fahrzeug. Die entstehenden Stationen sind häufig stark überdimensioniert. Erfolgt die Kommunikation mit einem Carsharing-Anbieter nicht schon in der Planungsphase, dann lässt sich an der Größe der Station häufig nichts mehr ändern.
- **Mangelnde öffentliche Zugänglichkeit der Carsharing-Station:** Wird nicht bereits in der Planungsphase geklärt, dass eine Carsharing-Station öffentlich zugänglich sein soll, dann lässt sich dies später oft nicht mehr herstellen.
  Das gilt insbesondere für Stationen in Tiefgaragen.
- **Das Marketing erfolgt zu spät:** Mieterinnen und Mieter sind bereits eingezogen (oder kurz davor) und haben ihre Mobilität am neuen Wohnort bereits organisiert. Das Zeitfenster, um auf Carsharing umzusteigen, hat sich bereits wieder geschlossen.

Exkurs: Herausforderungen beim E-Carsharing

Carsharing ist in Deutschland Vorreiter bei der Antriebsumstellung. 22,1 Prozent der stationsbasierten Fahrzeuge sind bereits batterieelektrisch (Stand: 01.01.2026). Allerdings bestehen bei Carsharing-Nutzenden genauso wie bei privaten Pkw-Besitzenden noch immer Vorbehalte gegenüber elektrischen Fahrzeugen im Hinblick etwa auf Reichweite und die tatsächliche Verfügbarkeit von Ladepunkten bei längeren Fahrten. Sie werden daher in der Regel weniger und für kürzere Fahrten genutzt als klassische Verbrennerfahrzeuge.
Dies führt dazu, dass elektrische Carsharing-Fahrzeuge häufig geringere Einnahmen generieren, da gerade längere Fahrten die Wirtschaftlichkeit bei Carsharing-Fahrzeugen herstellen. Schon deshalb operieren

viele Anbieter mit gemischten Fahrzeugflotten. Eine Beschränkung des Carsharing-Angebotes ausschließlich auf E-Fahrzeuge schließt viele potenzielle Kunden aus.

Gleichzeitig sind höhere Investitionen für die Anschaffung von Carsharing-geeigneten Elektrofahrzeugen erforderlich. Zudem muss beim E-Carsharing neben dem üblichen Stellplatz auch eine Ladeinfrastruktur bereitgestellt und im besten Fall bereits im Planungsprozess mitbedacht werden. Öffentlich zugängliche Ladepunkte stellen keine Alternative dar.

Insbesondere für die Errichtung von Ladepunkten fallen erhebliche Mehrkosten an. Neben den Kosten muss bei der Errichtung der Ladeinfrastruktur auch ein ausreichender Netzanschluss mitbedacht werden – eine unmittelbare Nähe zur Wohnbebauung kann dies vereinfachen.

3. Checkliste für die Projektumsetzung

Carsharing im Neubau / bei Modernisierung mit Neuvermietung

Vor Baubeginn

Prüfung/Abstimmung mit Kommune	☑ Stellplatzerstellungspflicht und mögliche Reduzierung durch Carsharing-Angebote
Prüfen der Carsharing-Erfolgsfaktoren im Gebäude/ im Umfeld	☑ Qualität ÖPNV und Fahrradinfrastruktur (insbesondere für Wege zur Arbeit und Ausbildung) ☑ Qualität der Nahversorgung ☑ Bevölkerungsdichte ☑ Verfügbarkeit Pkw-Stellplätze im privaten Raum ☑ Soziodemografie
Abstimmung mit Kommune und ÖPNV über Verkehrsangebot	☑ Geplante ÖPNV-Projekte im Quartier und in der Umgebung ☑ Geplante Fahrradinfrastruktur im Quartier und in der Umgebung
Markterkundung Carsharing-Anbieter	☑ Interesse an Kooperation ☑ Dimensionierung und Anforderungen an Carsharing-Station(en)

Vor Baubeginn		☑ Anforderungen an Marketing ☑ Perspektive für Eigenwirtschaftlichkeit
	Prüfung möglicher Förderungen	☑ für Mobilitätskonzepte ☑ für die Ansiedelung von (E-)Carsharing
	Koordination mit weiteren Projektpartnern	☑ Architekt (Lage Station im Quartier, Zugangskonzept für Stationen in Gebäuden) ☑ Kommunaler Energieversorger (bei E-Carsharing)
Ab Baubeginn	**Vertrag mit Carsharing-Anbieter**	☑ Leistungen Anbieter, Laufzeit, Kündigung ☑ Angebotseinholung bei Bestellung, Konditionen Defizitausgleich
	Kommunikation	☑ Vermarktung Carsharing an Interessenten (Werbematerial, Schulung Vertriebspersonal)
Nach Baufertigstellung	**Kommunikation**	☑ Marketing zum Einzug ☑ Kontinuierliches Marketing ☑ Einbindung in digitale Mieterplattform
	Evaluierung Carsharing-Angebot	☑ Jährlicher Review mit Carsharing-Anbieter (in der Anlaufphase öfter) ☑ Im mehrjährigem Intervall Mieterbefragung

Vor Projektbeginn	**Prüfung Bedarf**	☑ Befragung Mieterinnen und Mieter
	Prüfen der Carsharing-Erfolgsfaktoren im Gebäude / im Umfeld	☑ Qualität ÖPNV und Fahrradinfrastruktur (insbesondere für Wege zur Arbeit und Ausbildung) ☑ Qualität der Nahversorgung ☑ Bevölkerungsdichte ☑ Verfügbarkeit Pkw-Stellplätze im privaten Raum ☑ Soziodemografie
	Abstimmung mit Kommune und ÖPNV über Verkehrsangebot	☑ Geplante ÖPNV-Projekte im Quartier und in der Umgebung ☑ Geplante Fahrradinfrastruktur im Quartier und in der Umgebung
	Markterkundung Carsharing-Anbieter	☑ Interesse an Kooperation ☑ Dimensionierung und Anforderungen an Carsharing-Station(en) ☑ Anforderungen an Marketing ☑ Perspektive für Eigenwirtschaftlichkeit
	Prüfung möglicher Förderungen	☑ für Mobilitätskonzepte ☑ für die Ansiedelung von (E-)Carsharing
	Koordination mit weiteren Projektpartnern	☑ Kommunaler Energieversorger (bei E-Carsharing)
	Vertrag mit Carsharing-Anbieter	☑ Leistungen Anbieter, Laufzeit, Kündigung ☑ Angebotseinholung bei Bestellung, Konditionen Defizitausgleich
Projekt-start	**Start-Marketing**	☑ Einweihung Station ☑ Erstinformation Mieter, Start-Marketing (Rabatte?) ☑ Einbindung in digitale Mieterplattform

Nach Projektstart		
	Kommunikation	☑ Marketing zum Neueinzug ☑ Kontinuierliches Marketing
	Evaluierung Carsharing-Angebot	☑ Jährlicher Review mit Carsharing-Anbieter (in der Anlaufphase öfter) ☑ Im mehrjährigem Intervall Mieterbefragung

4. Best Practice

Projekt der Gemeinnützigen Wohnungsverein zu Bochum eG (GWV eG)

Ort des Projekts (Stadt, Quartier/ Straße): Bochum.
Die Standorte liegen bewusst an den Quartiersrändern, genauer gesagt an der Christstraße, der Haderslebener Straße, Erbhof, der Eiberger Straße, dem Melschedeweg und an der Wasserstraße/Kampmannstraße.

Kooperationspartner: GWV Bochum eG und Stadtmobil Rhein-Ruhr.

Laufzeit: Unbegrenzt.

Neubau/ Bestand: Die Carsharing-Standorte liegen alle im Bestand. Aber aufgrund der großen Nachfrage wird bereits ein Carsharing-Standort am Neubau Am Dornbusch geplant.

Quartiers-/ Bewohnerstruktur: Die GWV eG hat sich bewusst dafür entschieden, die Carsharing-Standorte an großen Wohnquartieren in zentraler Lage zu platzieren. Hier gibt es viele potenzielle Nutzerinnen und Nutzer. Zudem ergab eine vorangegangene Befragung, dass der Parkdruck hier groß ist.

Die Stellplätze liegen alle an sehr gut sichtbaren Stellen am Rand des Quartiers, welches auch einen gewissen Werbeeffekt für die Wohnungsgenossenschaft nach sich zieht. Mit diesem mobilitätsfreundlichen Angebot möchte die Wohnungsgenossenschaft nicht nur zur Entlastung der Parksituation beitragen, sondern auch das nachhaltige, gemeinschaftliche Mobilitätsverständnis im Sinne der gesamten Stadt stärken.

Umfang: Insgesamt bestehen derzeit sechs Stationen mit zwölf Elektrofahrzeugen. Eine weitere Station ist angedacht.

Vorgehen in der Planung des Carsharing-Projekts: Es gab eine umfangreiche Mitgliederbefragung. Ein Feedback dieser

Befragung war, dass der Parkdruck hoch ist. Daraufhin wurde über Carsharing nachgedacht und ein Kooperationspartner gesucht.

Rolle des Wohnungsunternehmens:

- Bereitstellung der Stellplätze durch die GWV eG
- Kommunikation und Werbung für das Carsharing-Angebot über Flyer und Pressemeldungen
- Rabatte für GWV-Mitglieder

Kostenstruktur:
GWV eG errichtet die Stellplätze und trägt die Baukosten sowie Kosten für Strominfrastruktur

Bewertung des Projekts: Die große Nachfrage zeigt, dass die Idee aufgeht: Die Fahrzeuge werden im Durchschnitt zweimal täglich genutzt und legen rund 1.500 Kilometer im Monat zurück. Damit sind sie erheblich stärker im Einsatz als ein durchschnittlicher privater Pkw.

Was würden Sie bei einem neuen Projekt anders machen?
Die GWV eG ist mit dem Verlauf des Projekts durchweg zufrieden.

Kontakt für Rückfragen:

Bundesverband Carsharing e.V. (bcs):

Jonas von Brunn
Referent für Verkehrspolitik

Schönhauser Allee 141 B
10437 Berlin
Telefon: 0152 56716519
E-Mail: jonas.von.brunn@carsharing.de
Website: www.carsharing.de

Verband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft Rheinland Westfalen e.V. (VdW Rheinland Westfalen):

Lena Weinert
Referentin für Energie, Klima, Mobilität und Digitalisierung

Goltsteinstraße 29
40211 Düsseldorf
Telefon: 0211 1699868
E-Mail: l.weinert@vdw-rw.de
Website: www.vdw-rw.de