

PRESSEMITTEILUNG

HPP Mobilitätsanbieter-Ranking 2022/2023: Fleetpool klarer Sieger der dynamischen Auto-Abo-Sparte

Micro- und Urban-Mobility-Konzepte immer vielseitiger; Auto-Abo verzeichnet mit 26 Prozentpunkten deutlichsten Anstieg der Marktdurchdringung aller Kategorien

Köln, 06. März 2023 – Fleetpool ist die Nummer 1 unter den Auto-Abo-Anbietern im deutschsprachigen Raum. Das belegt das Mobilitätsanbieter-Ranking 2022/2023 der etablierten Strategie- und Marketingberatung HPP. In der aktuellen Auflage der Studie haben die Experten die Mobilitätsanbieter in acht Kernkategorien untersucht, drei im Bereich der Micro- und fünf im Bereich der Urban-Mobility. Weitere Erkenntnis der ausführlichen Untersuchung: Keine andere Kategorie konnte so einen hohen Anstieg der Marktdurchdringung verzeichnen wie das Auto-Abo, das um 26 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahresniveau zulegen.

Im detaillierten Scoring der Studie konnte sich Fleetpool als einziger unter den Top Ten der Auto-Abo-Anbieter mit 4,5 von fünf möglichen Sternen an die Spitze in den Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz setzen – trotz deutlich zunehmenden Wettbewerbs. Neun Kennzahlen gingen in die Betrachtung ein, in der relevante Kriterien wie Kundenzufriedenheit, Modellvielfalt und Lieferzeit analysiert wurden.

Fazit: mehr Vielfalt und maßgeschneiderte Mobilitätsangebote

Auch im Gesamtkontext des immer breiteren Mobilitätsangebots gewinnt das Auto-Abo zunehmend an Bedeutung. Multimodale Mobilität zeigt sich vielfältiger und vernetzter als je zuvor – so lautet das Fazit des aktuellen HPP-Mobilitätsanbieter-Rankings. Vom E-Scooter-Sharing bis zum Auto-Abo können Kund*innen auf ein immer breiteres Angebotsportfolio zurückgreifen und für sich die ideale Mobilitätslösung wählen. Um ein möglichst klares Bild des aktuellen Angebots zu gewinnen, haben die Berater die drei Micro-Mobility-Sharing-Segmente E-Scooter, Bike und Moped identifiziert. Dazu kommen die fünf Urban-Mobility-Konzepte Car-Sharing, Ride-Hailing und -Pooling, das Auto-Abo und als weitere, noch nicht serienreife Alternative mit Potenzial in der Zukunft Air-Taxis. Insgesamt flossen in die Erhebung 278 Mobilitätsunternehmen unterschiedlichster Ausrichtung ein.

Während das Angebot immer breiter wird, sinkt allerdings die Zahl der Anbieter, da sich erste Akteure aufgrund der angespannten Wettbewerbssituation wieder aus dem Markt zurückziehen. Dennoch entwickelt sich die multimodale Mobilitätsvielfalt

über die urbanen Grenzen hinaus und auch im ländlichen Umfeld ist die Investition in ein Privatfahrzeug längst nicht mehr alternativlos.

Auto-Abos haben sich zudem als wichtiger Treiber der Mobilitätswende hin zu klimaneutralen Antrieben etabliert. Sie sind ideal für Autofahrer*innen, die ausprobieren wollen, ob Elektromobilität zu ihrem Leben passt – ohne dabei hohe Anschaffungskosten in Kauf zu nehmen oder sich Gedanken über zusätzliche Kosten machen zu müssen. Auch bei einem Kauf relevante Punkte wie der mögliche Restwert beziehungsweise die Vermarktung nach Ende der Nutzungsdauer sowie die Haltbarkeit der Batterie sind für Auto-Abo-Kund*innen unerheblich.

Auto-Abo: Bekanntheit und Interesse steigen stark

Über alle acht Kernkonzepte hinweg legte keine Kategorie in Sachen Marktdurchdringung stärker zu als das Urban-Mobility-Konzept Auto-Abo. Gerade das Auto-Abo erfüllt den Wunsch nach individueller All-inclusive-Mobilität in Kombination mit maximaler Flexibilität. So stößt die flexible Mobilitätslösung in der aktuellen Untersuchung bei 49 Prozent der befragten Teilnehmer auf Interesse oder ist bereits durch eigene Nutzung bekannt. Im Vorjahr waren lediglich 23 Prozent der Befragten mit dem Auto-Abo vertraut oder bekundeten Interesse für das Modell. Zum Vergleich: Andere Urban-Mobility-Konzepte erzielten im gleichen Zeitraum in Sachen Marktdurchdringung lediglich Zuwächse zwischen sechs und elf Prozentpunkten. Bereits etablierte Micro-Mobility-Konzepte wie Bike-Sharing erreichten sogar nur minimale Zuwächse von bis zu zwei Prozent gegenüber 2021.

„Ein Vorteil des Auto-Abos ist, dass es Mobilitätsbedürfnisse in urbanen und ländlichen Regionen gleichermaßen gut abdeckt“, sagt Niels Reimann, Chief Product Officer der Fleetpool GmbH. „Die sehr unterschiedlichen Kund*innen erwarten alle ein einfaches und unkompliziertes Angebot und legen großen Wert auf das mit dem Auto-Abo verbundene Gefühl der Freiheit. Sie fordern verlässliche individuelle Mobilität, ohne sich langfristig binden zu müssen.“

Maximal flexibel: Auto-Abo als optimale Lösung für unterschiedliche Zeiträume

Die dynamische Marktdurchdringung wird auch an einem anderen Befund der HPP-Studie deutlich: Hatten 2020 lediglich ein Prozent der Teilnehmer*innen das Auto-Abo schon selbst genutzt, waren es 2022 bereits elf Prozent der Befragten. Wie sehr dabei mittelfristige Lösungen im Fokus stehen, zeigt die Länge abgeschlossener Abos: 82 Prozent entscheiden sich für eine Haltedauer bis zwölf Monate, lediglich 18 Prozent binden sich länger als ein Jahr. Auf eine Abo-Dauer von vier bis sechs Monate



kommen 27 Prozent; als kurzzeitige Übergangslösung mit einer Dauer von ein bis drei Monaten werden 16 Prozent der Verträge abgeschlossen.

Wichtige Erkenntnisse liefert die Studie auch zum Wandel bei den Mobilitätstrends: So besaßen 57 Prozent der Auto-Abo-Nutzer*innen vor der Entscheidung für die flexible Lösung ein gekauftes Fahrzeug. Bei 22 Prozent war es ein finanziertes bzw. bei elf Prozent ein geleastes Modell. Zehn Prozent besaßen zuvor kein eigenes Fahrzeug und haben sich angesichts der flexiblen Konditionen überhaupt erst entschieden, ein Automobil zu nutzen.

Über Fleetpool

Die Fleetpool GmbH mit Sitz in Köln ist seit 2008 Anbieter für Auto-Abos. Der Branchenpionier hat seine marktführende Position als Komplettanbieter mit Eigenmarken und Co-Branded-Partner-Lösungen aufgebaut – mit einem 360-Grad-Ansatz von der Inhouse-Software-Entwicklung bis zum eigenen Logistikkonzept bildet Fleetpool die gesamte Wertschöpfungskette des Mobilitätsangebotes ab. Zum Portfolio gehören Marken wie like2drive (B2C) und eazycars (B2B2E) sowie Kooperationen mit Automobilherstellern und anderen Partnern, unter anderem CONQAR für SEAT, Jaguar & Land Rover SUBSCRIBE, Shell Recharge Auto Abo, Ford Auto Abo und Kia Flex. Seit Oktober 2021 gehört Fleetpool vollständig zum international führenden Mobilitätsanbieter ALD Automotive.

Mehr unter www.fleetpool.de

Kontakt:

Fleetpool GmbH

Heike Fass

Associate Public and Media Relations

Schanzenstraße 41 d

51063 Köln

Telefon: 0221 / 292 67 905

E-Mail: heike.fass@fleetpool.de

www.fleetpool.de