

Autor: Alexander Wagner / alexmarkuswagner@web.de

November 2014

Thema der Masterarbeit:

---

## **INTERMODALE MOBILITÄT – EIN PHÄNOMEN DER GEGENWART UND ZUKUNFT?!**

MÖGLICHKEITEN INTERMODALER ROUTENPLANER IN DER TOURISMUSBRANCHE UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG VON INTERNETPORTALEN: EIN ÜBERBLICK

---

### **Einleitung und Zielsetzung der Arbeit**

Die zentralen Fragen dieser Ausarbeitung behandeln Intermodale Routenplaner. Doch was hat es mit diesem Begriff auf sich? Aufgegriffen wurde die Idee aus einem Artikel der FVW. ROGEL (2013, S. 19ff.) beschreibt Intermodale Routenplaner als die „neuen Alleskönner“. Doch schnell wurde klar, dass keine spezifische Begriffsklärung vorhanden ist. Aus diesem Grund erhält der Untersuchungsgegenstand eine **eigene modellbezogene Definition**. Demnach müssen folgende Kriterien für einen idealtypischen Intermodalen Routenplaner, erfüllt werden:

- Übersichtlicher Verkehrsmittelvergleich
- Von „Tür-zu-Tür“-Navigation
- Darstellung von Echtzeitdaten der Verkehrsmittel
- Möglichkeit der mobilen Nutzung per App (z.B. durch Smartphones)
- Individualisierbarkeit der Routen

Folglich handelt es sich bei Intermodalen Routenplanern um ein Verkehrsmittelvergleichsportal, welches unterschiedliche Transportmittel für eine Route gegenüberstellt. Dadurch muss der Reisende nicht unzählige Webseiten der Verkehrsträger aufrufen, um die gewünschte Verbindung zu finden.

Ziel dieser Arbeit ist es, einen Überblick über die Intermodalen Routenplaner zu erhalten. In diesem Zusammenhang werden insbesondere ihre Internetseiten miteinander verglichen (Internetseitenanalyse). Auch eine Marktsimulation wurde durchgeführt. Sie erforscht die Fähigkeiten der Suchmaschinen und wertet ihre Ergebnisse aus. Daneben helfen die Literaturoauswertung von Presstexten sowie Interviews mit Unternehmensvertretern eine SWOT-Analyse für jedes der 8 Verkehrsmittelvergleichsportal anzufertigen.

### **Forschungsfragen** über Intermodale Routenplaner im Überblick:

- Welche Intermodalen Routenplaner gibt es auf dem deutschen Markt?
- Welche Verkehrsmittel werden durch die Intermodalen Routenplaner angeboten?
- Welche Hauptziele verfolgen die Intermodalen Routenplaner?
- Wie unterscheiden sich die Intermodalen Routenplaner voneinander?
- Besitzen die Intermodalen Routenplaner Alleinstellungsmerkmale?
- Welche Zielgruppen sind für Intermodale Routenplaner relevant?
- Mit welchen Problemen ist bei der Etablierung eines Intermodalen Routenplaners zu rechnen?
- Welche Auswirkungen können Intermodale Routenplaner auf die Tourismusbranche ausüben?

Letztendlich will die Abschlussarbeit einen Überblick der aktuellen Marktsituation, in der sich die Verkehrsmittelvergleichsportale befinden, aufzeigen. Damit das gelingt wird vorerst der State of the Art des deutschen (Reise)verkehrsmarktes aufgezeigt.

### **Zentrale Befunde**

Im Laufe der Arbeit konnte festgestellt werden, dass es eine **Trendwende** in der **PKW-Nutzung** gibt. Autos besitzen demnach nicht den gleichen Stellenwert als das noch vor Jahrzehnten der Fall war. Beweise liefern Forschungsergebnisse des deutschen Mobilitätspanels (MOP), das vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur in Auftrag gegeben wird. Folgender Sachverhalt wurde eruiert (vgl. STREIT ET AL. 2014, S. 33 / FOLLMER ET AL. 2010, S 21):

Verkehrsaufkommen und Verkehrsleistung des motorisierten Individualverkehrs (MIV) sinken und nehmen beim öffentlichen Personenverkehr (ÖPV) zu. Allerdings zeigen die Resultate auch, dass die Bedeutung des MIV deutlich größer ist als die des ÖPV.

Aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse folgt die **Ursachenforschung**. Demzufolge besitzen weniger junge Menschen ein eigenes Auto, nutzen es weniger und weichen öfter auf andere Verkehrsmittel aus. Sprich, die Jugend wird multimodaler (vgl. ifmo 2011, S. 5 / LANZENDORF UND SCHÖNDUWE 2013, S. 39f.). Ebenso zeigt der Stadt-Land-Vergleich auf, dass die Bedeutung des Autos in urbanen Gebieten nach KOPP (2014, S.1) abnimmt.

Als Grund dieser Entwicklung sehen die Forscher unter anderem eine Veränderung des Mobilitätsverhaltens in der Gesellschaft. Das Auto hat nicht mehr den Symbolcharakter, den es einmal besaß. Es wird von anderen Produkten abgelöst. Zum Beispiel durch das Smartphone (vgl. LANZENDORF UND SCHÖNDUWE 2013, S. 40).

Werden die aktuellen Ereignisse im Verkehrsmarkt betrachtet, kann festgehalten werden, dass der Verkehr multimodaler und intermodaler wird. Die Menschen verwenden nicht nur das Auto. Nein, vermehrt auch alternative Verkehrsmittel, wie Mitfahrgelegenheit, Fernbus, Zug, Fahrrad etc. Infolgedessen stehen dem Intermodalen Routenplaner rosige Zeiten bevor.

Anhand der Marktsimulation, der Internetseitenanalyse und der Literaturlauswertung lässt sich eine **SWOT-Analyse** der jeweiligen Intermodalen Routenplaner erstellen. Durch diese erhält der Betrachter einen prägnanten Überblick über den Forschungsgegenstand.

Trotz aller ausgewerteten Informationen ist es schwierig einen **Marktführer** zu ermitteln. Das liegt daran, dass Umsatz, Gewinn und Gesamtkapital der Unternehmen nicht bekannt sind. Die einzigen Zahlen, die von Seiten der Unternehmen bekannt gegeben werden, sind zum einen die Nutzerzahlen und zum anderen die erhaltenen Investitionssummen. Fraglich ist allerdings, ob diese korrekt angegeben werden oder ob die Konkurrenz abgeschreckt werden soll. Auch wird niemals eine Vergleichszahl aufgeführt. Somit ist es schwierig, Vergleiche zu ziehen.

Darüber hinaus ist zu beobachten, dass alle Unternehmen versuchen ein **Alleinstellungsmerkmal** zu entwickeln. In diesem Zusammenhang nennen GoEuro, fromAtoB und Qixxit, dass ihre technologische Entwicklung für die Integration der Reisedaten einzigartig ist. Moovel hingegen konzentriert sich auf den urbanen Markt mit Schwerpunkt auf das eigene (Car Sharing)-Angebot, wie car2go und MyTaxi. Auch Allryder hat sich auf den urbanen Markt spezialisiert und bietet nach eigener Aussage das kompletteste urbane Verkehrsmittelvergleichsportale an. Rome2rio bietet, zusätzlich zu den Transportmitteln, passende Hotels an. Zudem kann die Suchmaschine Rundtrips berechnen. Darüber hinaus werden Verbindungen ins Angebot aufgenommen, die abseits der Hauptverkehrsachsen liegen. Wanderio punktet mit einer integrierten Buchungsoption und routeRANK hat sich erfolgreich im Geschäftsreisesegment etabliert.

Es ist zu erkennen, dass der Markt der Intermodalen Routenplaner im Aufschwung ist. Hohe Investitionen werden getätigt. Es stellt sich die Frage, ob es hierbei auch Auswirkungen auf den Tourismus geben wird?

Resultate der Evaluation zeigen an, ob es **Auswirkungen auf die Tourismusbranche** gibt: Der Einfluss auf stationäre Reisebüros ist kaum vorhanden, da die Verkehrsmittelvergleichssysteme noch keine große Stellung im Reisemarkt eingenommen haben. Online Reisebüros haben in diesem Fall eine höhere Bedeutung. Profitieren werden hingegen Endkunden und Geschäftsreisende, die mit dem neuen Angebot einige Vorteile, wie

Zeit- und Kostenersparnisse nutzen können. Diese Auswirkungen sind allerdings als eher gering einzuschätzen. Andere bereits etablierte Reisesuchmaschinen oder Metasuchmaschinen stehen in Konkurrenz zu Intermodalen Routenplanern. Hier wird der Kunde bestimmen, welche Suchmaschine letztendlich verwendet wird.

### **Schlussfolgerungen**

Es kann festgestellt werden, dass ein hoher Konkurrenzdruck im Bereich der Reisesuchmaschinen existiert. Neben den direkten Mitbewerbern kämpfen auch Metareisesuchmaschinen wie Kayak um Marktanteile. Demzufolge ist die Ausrichtung auf eine bestimmte Nische von Vorteil. Bei routeRANK, Allryder und moovel ist das bereits der Fall. Des Weiteren müssen sich die Verkehrsmittelvergleichsportale überlegen, auf welchen Kanälen Kapital erwirtschaftet werden kann. Neben Provision und Werbung ergeben sich weitere Möglichkeiten durch Cross Selling und White Label-Angebote. Denn Fakt ist, dass ohne eine stabile Eigenfinanzierung keine Zukunft für das Unternehmen möglich ist.

Ferner ist anzumerken, dass der europäische Reisemarkt sehr lukrativ ist. Durch die geringen Distanzen und die gute Verkehrsinfrastruktur ist das Angebot enorm. Anders verhält es sich mit den USA. Dort sind die Distanzen größer, wodurch in erster Linie Flugreisesuchmaschinen profitieren.

Neben den Routenplanern, die in dieser Ausarbeitung als Gegenstand der Untersuchung dienen, gibt es noch weitere Verkehrsmittelvergleichssysteme. Auch Google und Apple sind hier zu nennen. Google-Maps zeigt dem Nutzer schon heute ÖPV-Verbindungen an. Die Frage ist, inwiefern sie ins Marktgeschehen eingreifen werden?

Abschließend ist zu erkennen, dass die Intermodalen Routenplaner durchaus Chancen auf dem (Reise)verkehrsmarkt haben. Auch ein hohes Wachstumspotential ist ersichtlich. Dennoch ist in Deutschland das Auto Verkehrsmittel Nummer eins. Insofern wird es schwierig werden, sich in einer autodominierten Nation zu behaupten. Die Lösung liegt in der Nische oder in der Akquirierung internationaler Zielgruppen, die für die Reise durch Europa ÖPV-Angebote verwenden.