

Mehr Mobilitätsanbieter in Deutschland:

Chancen für Verbraucher

Prof. Dr. Justus Haucap

(mit F. Pavel, R. Aigner, M. Arnold, M. Hottenrott, C. Kehder)

(DICE, Universität Düsseldorf)

DIW Berlin, 24.02.2015

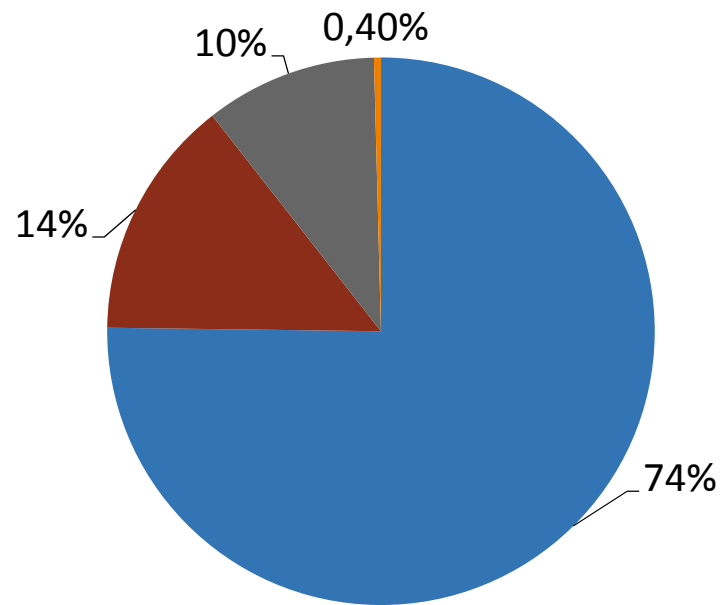
Worum geht es?

- Welche Chancen bietet die „Sharing Economy“?
- Aktuelle Regulierung stammt weitgehend aus den Zeiten vor der Digitalisierung.
- Neue Plattformen treten in den Markt ein und bewegen sich in einem Graubereich
- Neue Konkurrenz für Taxiunternehmen, Taxizentralen und Mietwagen.

Der Status Quo im Taximarkt

- Konzessionsvergabe nach subjektiven *und* objektiven Kriterien, i.d.R. quantitative Begrenzung → grauer Markt
- Betriebspflicht, Beförderungspflicht, technische Anforderungen und Tarifpflicht
- Ökonomische Rechtfertigung (in Teilen überholt):
 - Informationsmängel bei Fahrgästen,
 - Ruinöse Konkurrenz (heute in Teilen durch begrenzte Konzessionen ausgelöst).
- Der Mietwagenmarkt ist weniger reguliert (keine Betriebs-, Beförderungs- und Tarifpflicht, aber Rückkehrpflicht).

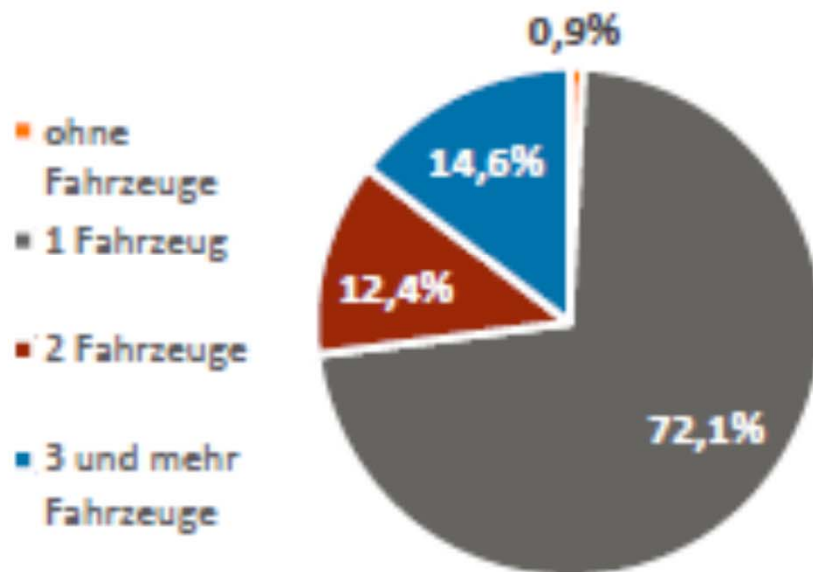
Der deutsche Taximarkt: Buchungsverhalten



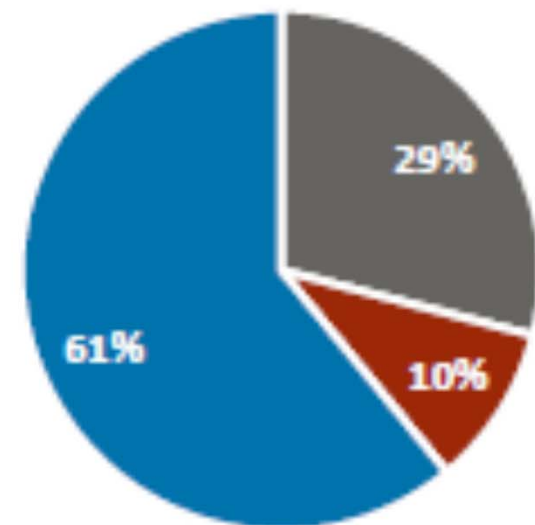
■ Telefonisch (Taxizentrale/Unternehmen) ■ Taxistand ■ Straßenrand ■ Per App/Internet

Der deutsche Taximarkt: Marktstruktur

21.751 Taxibetriebe



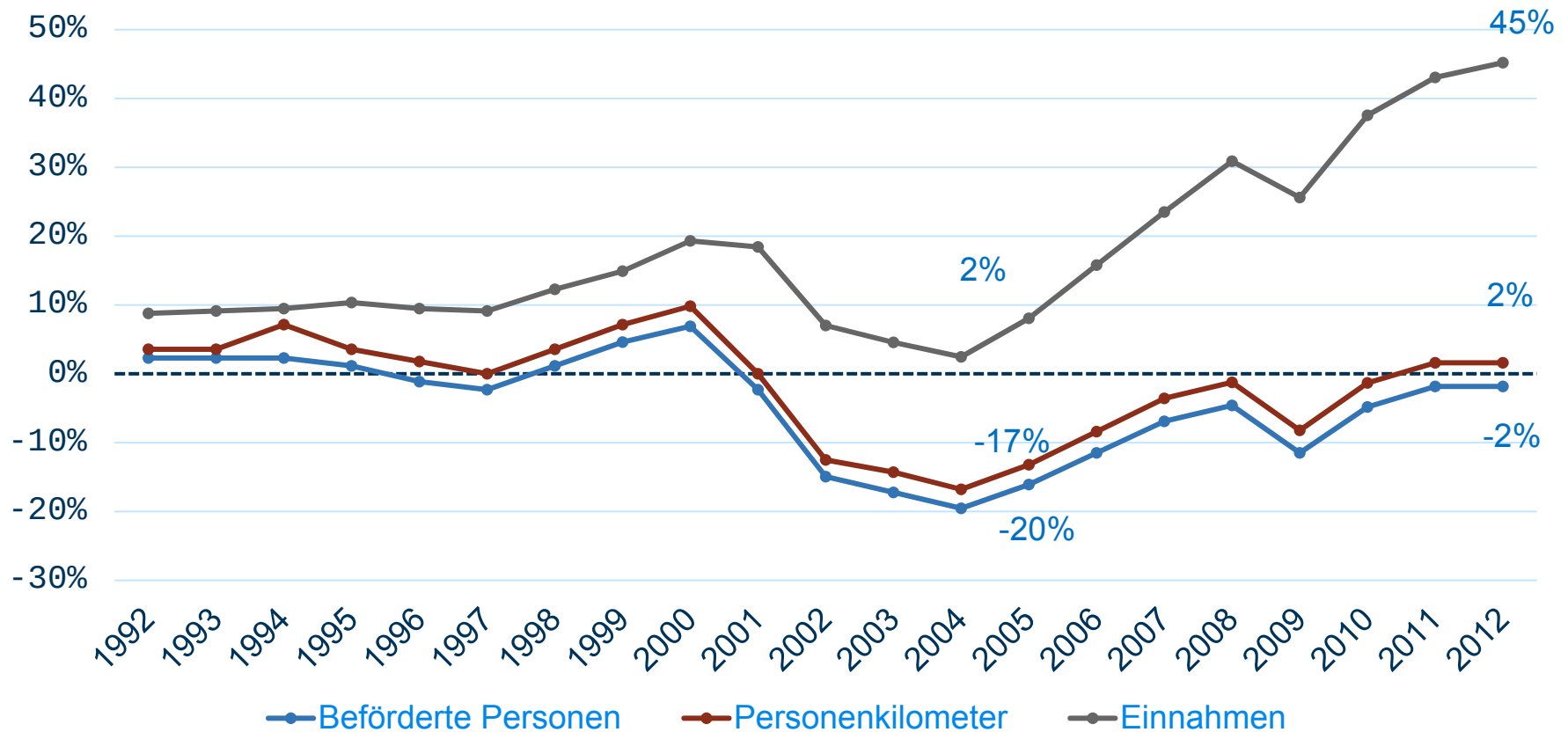
53.554 Taxis in Betrieben



Der Status Quo im Taximarkt: Entwicklungen

- Einnahmen in den letzten 10 Jahren deutlich angestiegen,
- Personenkilometer und beförderte Personen weitgehend konstant,
- Anzahl der Mietwagen hat sich seit 2000 fast verdoppelt,
- Taxidichte variiert stark zwischen den Städten ebenso wie die Mietwagendichte

Der Status Quo im Taximarkt: Entwicklungen



Quelle: BZP (2014, S. 10)

Neue Geschäftsmodelle

- Taxivermittlung durch Taxi-Apps
- Taxisharing
- Carsharing
- Ridesharing

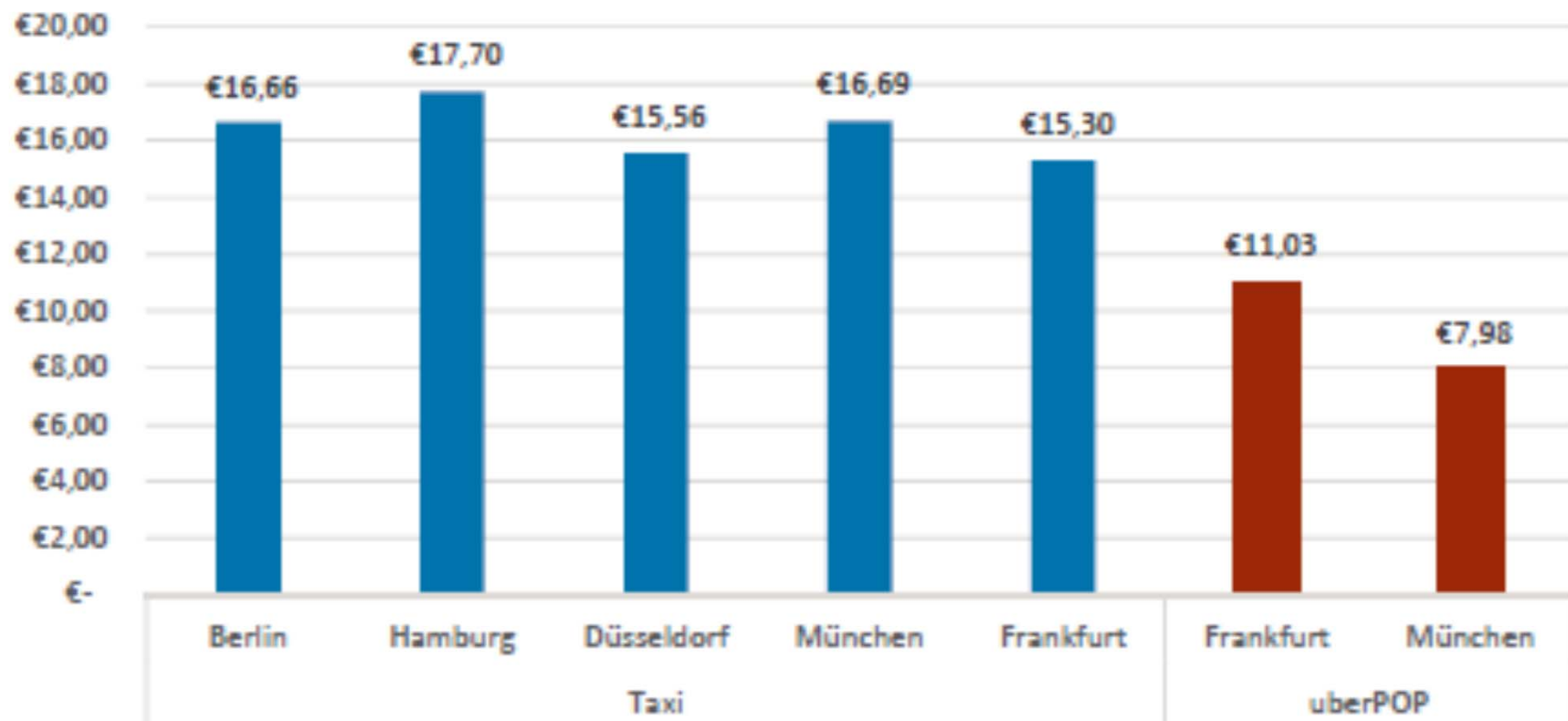
Potenzielle Auswirkungen

- Intensivierung des Wettbewerbs
- Erhöhung der Markttransparenz (Apps und Bewertungssysteme)
- Ökologische Aspekte
- Produktdifferenzierungsvorteile
- Sicherheitsaspekte
- Flexibilität von Angebot und Preisen
- sonstige Aspekte (z. B. Steuern)

Quantitative Analyse

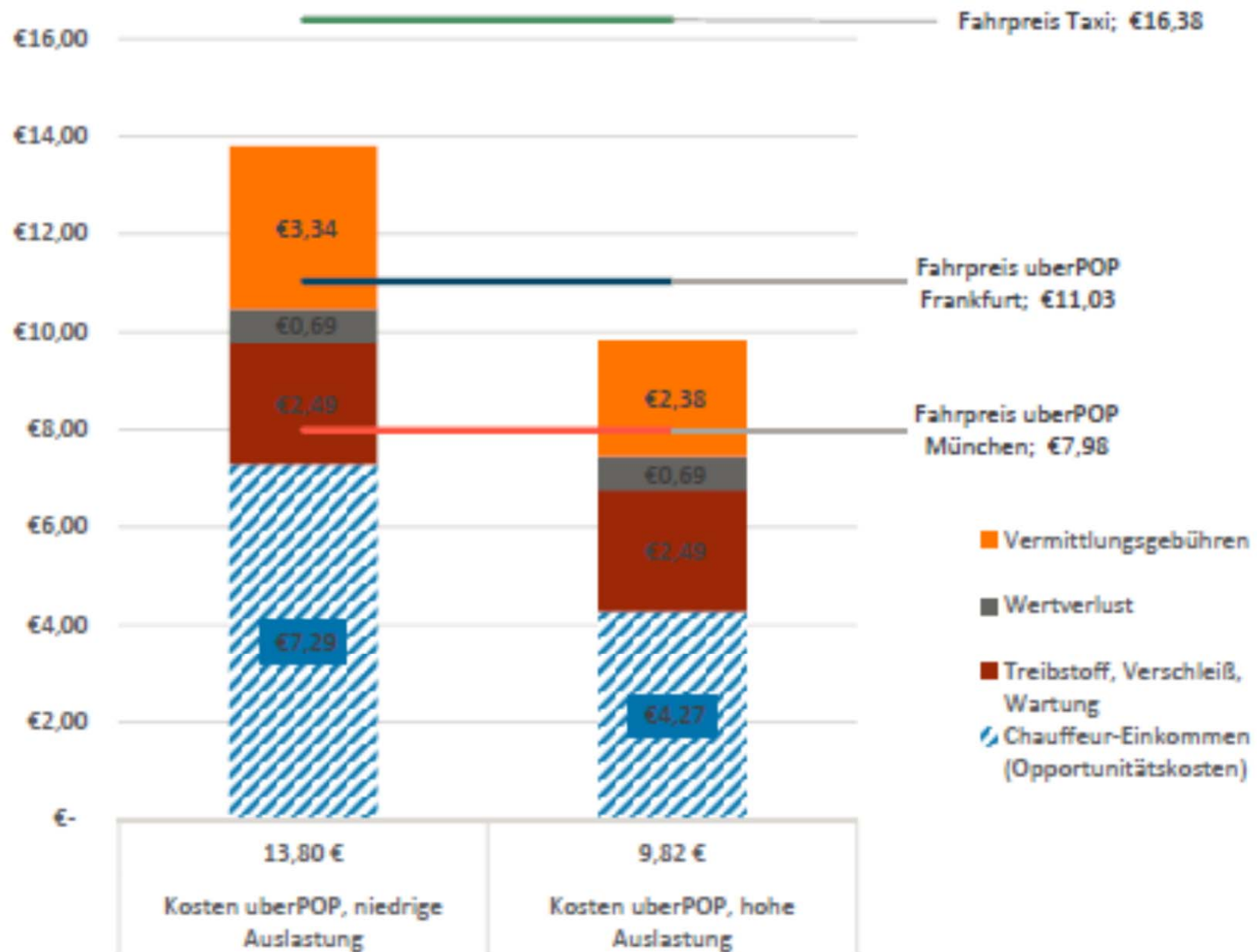
- Einschätzung des Preissenkungspotenzials durch eine erhöhte Wettbewerbsintensität in fünf deutschen Großstädten (Berlin, Hamburg, München, Frankfurt, Düsseldorf)
- Keine Schätzung einer möglichen Nachfrageausweitung
- Ausgangspunkt: Durchschnittliche Taxifahrt nach Hamburger Taxipanel 2013

Quantitative Analyse



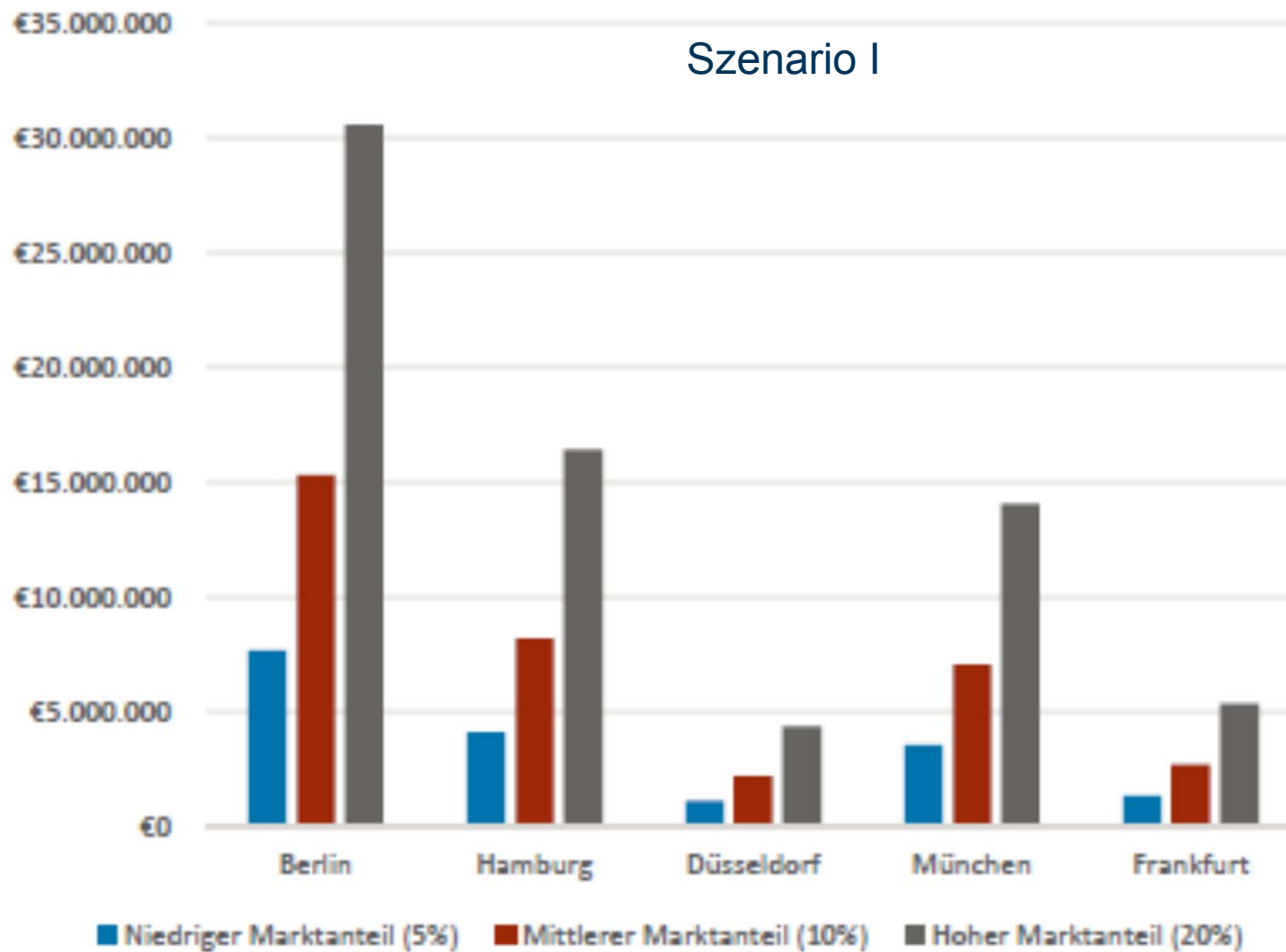
Quantitative Analyse

- Auswertung des Hamburger Taxipanel
– 28% der Zeit wird mit Fahrgästen verbracht, 72% ohne,
– 47% der km wird mit Fahrgästen verbracht, 53% ohne.
- Analyse von Uber-Daten:
– Auslastung erreicht schnell über 55-60% der Zeit.

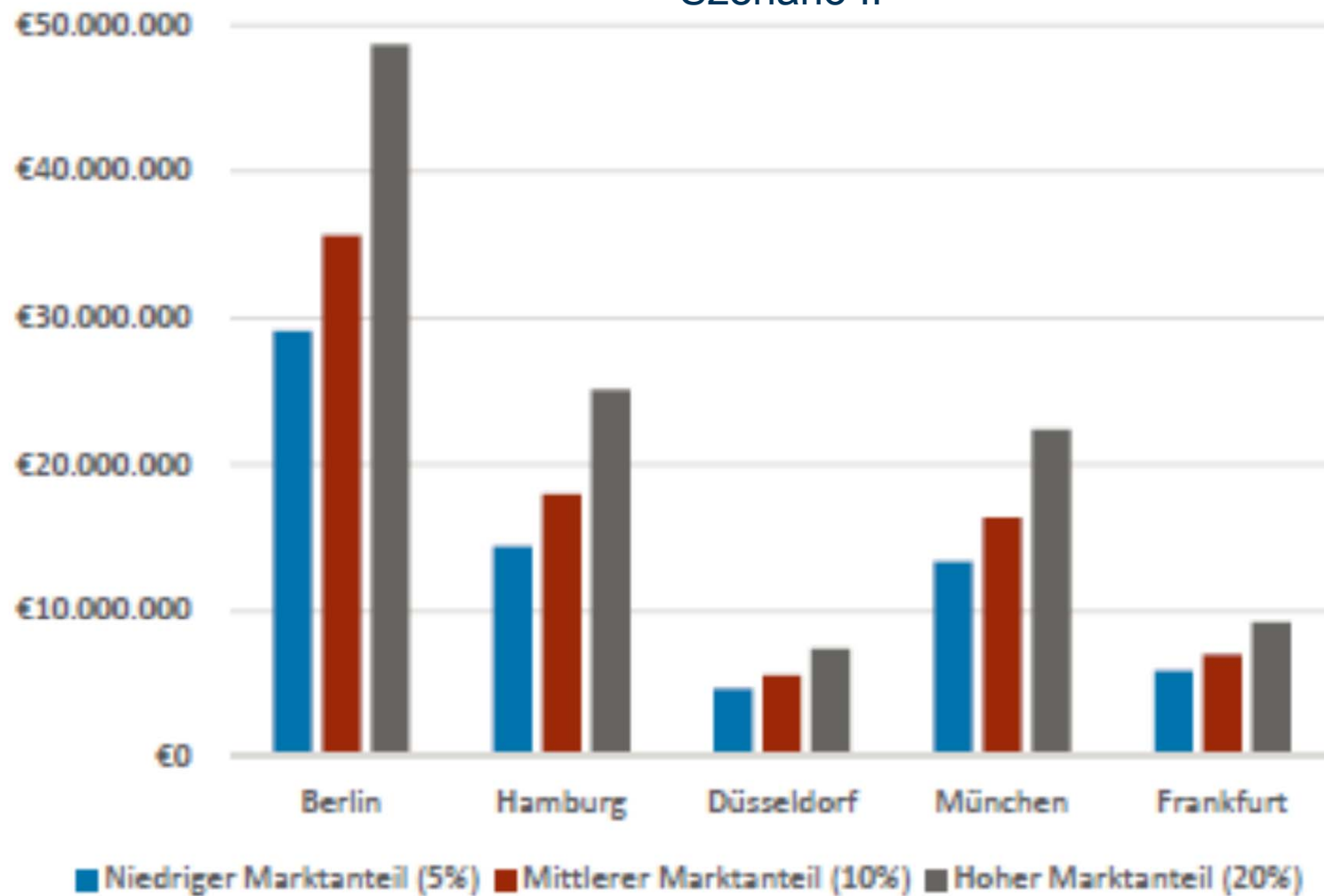


Quantitative Analyse

- *Szenario 1 – Keine Preisreaktion:* Im ersten Szenario wird angenommen, dass das traditionelle Taxigewerbe nicht mit Preissenkungen auf die neue Konkurrenz reagiert – entweder weil die Tarife weiterhin gesetzlich reguliert bleiben oder weil Preissenkungen als nicht gewinnbringend angesehen werden.
- *Szenario 2 – Preisreaktion:* Im zweiten Szenario wird angenommen, dass das traditionelle Taxigewerbe mit Preissenkungen auf die neue Konkurrenz reagiert.



Szenario II



Fazit

- Erhebliche monetäre Vorteile für Fahrgäste sind prinzipiell möglich.
- Darüber besteht das Potenzial für nicht-monetäre Vorteile.
- Anpassung der Regulierung wäre jedoch notwendig. Zentrale Fragen sind:
 - Versicherungspflichten,
 - Mindest-Anforderungen an PKW und Fahrer,
 - Tarifpflicht sollte graduell aufgehoben werden,
 - Begrenzung der Konzessionen sollte aufgehoben werden,

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Prof. Dr. Justus Haucap

Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE)

Universitätsstraße 1

40225 Düsseldorf

www.dice.hhu.de / www.diw.de

haucap@dice.hhu.de



Twitter: @haucap und @DICEHHU / @DIW_Berlin



Das Consulting-Unternehmen des DIW Berlin