

Stellungnahme

Digitale Mobilitätsplattformen – Untersuchungen, Meinungsbilder und Reformvorschläge

18. April 2017
Seite 1

Bitkom vertritt mehr als 2.400 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 1.600 Direktmitglieder. Sie erzielen mit 700.000 Beschäftigten jährlich Inlandsumsätze von 140 Milliarden Euro und stehen für Exporte von weiteren 50 Milliarden Euro. Zu den Mitgliedern zählen 1.000 Mittelständler, 300 Start-ups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Hardware oder Consumer Electronics her, sind im Bereich der digitalen Medien oder der Netzwirtschaft tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 78 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, 9 Prozent kommen aus Europa, 9 Prozent aus den USA und 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom setzt sich insbesondere für eine innovative Wirtschaftspolitik, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine zukunftsorientierte Netzpolitik ein.

Nutzen statt Besitzen: Bundesdeutsche haben großes Interesse an neuen Mobilitätskonzepten und –plattformen.

Laut einer repräsentativen Umfrage des Bitkom unter mehr als 1.000 Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern ab 18 Jahren ist es 62 Prozent der Befragten heute wichtig, ein eigenes Auto zu besitzen. Gleichzeitig gaben 61 Prozent an, dass sie sich zukünftig kein eigenes Auto kaufen würden, wenn es flächendeckend möglich wäre, ein selbstfahrendes Auto zu rufen – z.B. per Smartphone. Knapp drei Viertel (72 Prozent) wünschen sich, für eine Reise mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln nur ein Ticket buchen zu müssen. 58 Prozent gaben an, sie hätten gern eine monatliche Pauschale, mit der man alle verfügbaren Verkehrsmittel innerhalb einer Stadt unbegrenzt nutzen kann. Solche Mobilitätsangebote können über digitale Plattformen angeboten und bundesweit skaliert werden.

Nutzer, Anbieter und Akteure können von digitalen Mobilitätsplattformen mit Fokus ÖP(N)V profitieren.

Der Grundgedanke einer Plattform, die alle Mobilitätsangebote z.B. einer Region vereint, ist die Transparenz für Nutzer und Anbieter. Während Nutzer einen komfortablen Überblick über das Angebot erhalten, bieten sich für Anbieter und andere

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation
und Neue Medien e.V.

Mario Sela

Referent Mobility

T +49 30 27576-250
m.sela@bitkom.org

Albrechtstraße 10
10117 Berlin

Präsident
Thorsten Dirks

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Stellungnahme Digitale Mobilitätsplattformen – Untersuchungen, Meinungsbilder und Reformvorschläge

Seite 2|3

Akteure, wie z.B. Kommunen, neue Möglichkeiten der Angebotsoptimierung. Plattformen können damit Informationstransparenz für Nutzer und Anbieter schaffen und die bedarfsgerechte Weiterentwicklung des Mobilitätsangebotes einer Region unterstützen.

Für Nutzer wird mit „seamless Mobility“ ein neuer Mobilitätsnutzen geschaffen.	Für Anbieter und Akteure entstehen neue Geschäftsmodelle und Handlungsfelder.
First/Last-Mile-Problem gelöst: Auf Mobility-Plattformen können Tür-zu-Tür-Verbindungen angeboten werden. So kann das Angebot des ÖPNV passgenau ergänzt werden.	Anbindung ländlicher Raum einfacher: Nutzer in weniger gut an Mobilitätsnetze angebotenen Regionen erhalten einfacher Zugriff auf Mobilitätsangebote.
Zugriff auf alle Dienste aus einer Hand: Nutzer können sich über eine einzige Anwendung über alle Mobilitätsangebote informieren und diese auch direkt buchen und bezahlen.	Optimierung Produkte & Vertriebskanäle: Plattformen schaffen Transparenz über nachgefragte Verbindungen: Sie ermöglichen die schnelle Optimierung von Angeboten und Nutzererlebnissen.
Mehr Flexibilität und Komfort: Nutzer sparen Zeit durch weniger Planungs- und Buchungsaufwand sowie Nutzung lediglich einer einzigen Anwendung.	Integration in Raumplanung: Mittel- und langfristig können Plattformen planerische Aufgaben (z.B. Haltestellennetz, Ladesäulen E-Mobility) unterstützen.

Um solche Anwendungen zu ermöglichen, müssen intermodale Verkehrsdaten-Verbundsysteme geschaffen werden.

Künftig müssen die unterschiedlichen Verkehrssysteme wie Straße, Schiene, Wasser, Luft und ÖPNV miteinander vernetzt werden, um Kunden Planung, Buchung und Bezahlung mit einem Knopfdruck zu ermöglichen. Erst dieser Austausch von verkehrsträgerübergreifenden Daten ermöglicht ein intermodales Mobilitätsangebot auf digitalen Plattformen.

Ein offener, innovationsfreundlicher Rechtsrahmen unterstützt die positive Entwicklung von Mobilitätsplattformen.

Ein offener Rechtsrahmen für Daten, aber auch für Haftungs- und Sicherheitsfragen bei innovativen Personenbeförderungskonzepten ist die Basis für übergreifende, digitale Mobilitätsplattformen. Dieser Rechtsrahmen muss sowohl für etablierte Konzepte, als auch für neue Anbieter ein Level-Playing-Field schaffen. Zudem muss er sowohl national weiterentwickelt werden als auch international anschlussfähig sein. Denn Mobilität darf nicht von Ländergrenzen eingeschränkt werden.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen zur Erhebung, Auswertung und Nutzung von Mobilitätsdaten müssen so gestaltet sein, dass – unter Wahrung von Datenschutz und Datensicherheit – datenbasierte Geschäftsmodelle für

Stellungnahme
Digitale Mobilitätsplattformen –
Untersuchungen, Meinungsbilder und Reformvorschläge

Seite 3|3

digitale Plattformen entwickelt und umgesetzt werden können. Dabei muss der Zugang zu Mobilitätsdaten für Nutzer und Anbieter diskriminierungsfrei gestaltet werden und für die Nutzer die Möglichkeit eines „Single-Sign-On“ vorsehen.

Ein angepasster Rechtsrahmen für die Personenbeförderung ermöglicht innovative wirtschaftliche Geschäftsmodelle, z.B. im Bereich Ridesharing. Auch die Digitalisierung von Genehmigungs- und Konzessionsprozessen für Mobilitätsanbieter kann Zugangsschwellen zum Markt abbauen und bessere Zugangsvoraussetzungen ermöglichen.