

Die Zukunft der Mobilität im Transport & Tourismus

Auswirkungen der Mobilitätswende auf den Transport- und Tourismussektor



Die Mobilität der Zukunft wird zu grundlegenden Veränderungen im Transport- und Tourismussektor führen. Beispielsweise werden Mobility-as-a-Service-Konzepte (MaaS) einen starken Einfluss auf das Geschäftsmodell der traditionellen Autovermietung haben. Zudem wird mit den Möglichkeiten des autonomen Fahrens eine komplette Neugestaltung von Unterhaltungsangeboten rund um das Fahrzeug einhergehen. Welche der aktuellen Trends kurz-, mittel- oder langfristig im Mittelpunkt stehen werden, erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

Aktuelle Trends

Multimodale, urbane Reisekonzepte

Neue multimodale Reise- und Ticketing-Apps werden die Art und Weise, wie wir uns in Städten bewegen, verändern. Bereits jetzt werden in einigen Städten Mobilitäts-Apps angeboten/getestet, die den eigenen Pkw ersetzen sollen. Diese Apps bündeln neben öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV) auch Angebote von Taxis, Fahrdiensten, Mietwagen und anderen Verkehrsträgern.

Auswirkung von Mobility-as-a-Service (MaaS) auf die traditionelle Autovermietung

Das Aufkommen lokaler städtischer Mobilitätsdienste wird voraussichtlich zur Konkurrenz für traditionelle Autovermietungen, welche heute stark von den Zielgruppen der Touristen und Geschäftsreisenden abhängig sind. Um in neue Mobilitätsbereiche zu investieren und Umsatzalternativen für die Zukunft zu erschließen, sind bereits jetzt viele der großen Kurzzeitvermieter dabei, ihre Geschäftsmodelle zu diversifizieren.

Shared Services für Lebensmittel-, Getränke- und Einzelhandelslieferungen

Die Corona-Krise hat die Akzeptanz von Lieferdiensten für Lebensmittel und Essen in neue Dimensionen gehoben.

Derzeit wird ein Großteil der Lieferungen im urbanen Raum mit dem Fahrrad abgewickelt; es besteht aber auch das Potenzial, dass Mobilitätsdienstleister mit ihren Fahrzeugflotten hier neue Geschäftspotenziale erschließen können –



Die Zukunft des Transport- & Tourismussektors wird kollaborativ, digital & nachhaltig sein – und sich noch mehr nach den Mobilitätsbedürfnissen der Endkunden richten.

Dr. Steffen Wagner
Head of Transport and Leisure

aufgrund der Distanzen vor allem im suburbanen bis ländlichen Raum.

Mittelfristige Aussichten

Globales Roaming für MaaS und multimodale Dienste

Eine logische Erweiterung bestehender multimodaler Ticketing-Apps und Mobilitätsdienste ist die Entwicklung eines globalen Roamingangebots. Dieses ermöglicht den Verbrauchern, das eigene, regionale Abonnement auch im Ausland zu nutzen. Für Geschäftsreisende und Frequent Traveler könnte dies eine besonders interessante Option werden.

Lieferroboter für die letzte Meile

Erste Unternehmen testen aktuell autonome Lieferroboter, die kleinere Pakete in urbanen Gebieten auf Gehwegen abholen beziehungsweise

zustellen können. Dies könnte sich auch zu einer neuer Zustellart von Lieferdiensten entwickeln.

Dekarbonisierung des Logistikverkehrs

Mittelfristig wird auch im Logistikbereich die Dekarbonisierung stärker forciert werden. Neben der Umstellung der Fahrzeugflotten auf Elektrofahrzeuge kann es in Teilen auch zur Entwicklung neuer, innovativer Konzepte für eine emissionsfreie Warenbeförderung kommen. So finden bereits Pilotversuche zur Frachtbeförderung in Straßenbahnen oder auch zur Nutzung von Lastenfahrrädern statt. Den etablierten Logistikern könnten durch diese Entwicklungen vor allem auf der letzten Meile neue Konkurrenten entstehen.

Langfristige Aussichten

Innerstädtische, autonome MaaS (AV) als Ride-Hailing-Dienste

Innerstädtische Mobilitätsdienstleistungen, die durch autonome Fahrzeuge erbracht werden, könnten sowohl das Taxigewerbe als auch das Geschäft von Fahrzeugvermietungen obsolet machen. Diese Entwicklung ist abhängig von einer wettbewerbsfähigen Preisgestaltung und einem attraktiven Angebot. Es bleibt abzuwarten, ob diese Art des Reisens zusätzlich auch die Wirtschaftlichkeit von bestehenden ÖPNV-Angeboten gefährdet und

welche negativen Entwicklungen dies z.B. durch die Überlastung von Straßen mit sich bringen könnte.

Neugestaltung von Entertainment Bereichen

Mit der zunehmenden Verbreitung von AVs müssen zukünftige Einzelhandelsstandorte möglicherweise umgestaltet werden. Traditionelle Unterhaltungs- und Einzelhandelsstandorte müssen ihre Zufahrts- und Eingangsbereiche anpassen, um Besucher zu berücksichtigen, die von AVs abgesetzt werden oder um Lieferzonen und Ladestationen anbieten zu können. Auf der anderen Seite könnten wiederum bestehende Parkplätze in Einzelhandelsflächen umgewandelt werden – insbesondere dann, wenn AVs an günstigeren Standorten außerhalb der Stadt selbstständig parken oder für eine Anschlusstour gleich weiterfahren.

Elektrische Flugtaxi

Einige Unternehmen entwickeln gegenwärtig batteriebetriebene „Flugtaxi“ für Kurz- und Mittelstreckenflüge. Die Etablierung von Urban-Air-Mobility-Konzepten wird auch Auswirkungen auf die vor- und nachgelagerten Tourismus- und Freizeitdienstleistungen sowie auf die zuständigen Luftfahrtbehörden nehmen, die diese regulieren werden.

Kontakt



Dr. Steffen Wagner
Head of Transport & Leisure

T: +49 69 9587-1507

E: SteffenWagner@kpmg.com



Thomas Marquardt
Director, Audit

T: +49 30 2068-4220

E: TMarquardt@kpmg.com

www.kpmg.de/socialmedia



www.kpmg.de

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2022 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und ein Mitglied der globalen KPMG-Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer Private English Company Limited by Guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Der Name KPMG und das Logo sind Marken, die die unabhängigen Mitgliedsfirmen der globalen KPMG-Organisation unter Lizenz verwenden.