

Mobility in Logistics – Business Models

Prof. Dr. Niels Biethahn

Institut für Automobil Forschung (im RIF e.V.) und Professor für Unternehmenssteuerung und Projekt Manager für das Thema Automotive Management, BITS Business and Information Technology School gGmbH, Reiterweg 26b, 58535 Iserlohn, Niels.Biethahn@bits-iserlohn.de

In diesem Modul geht es um Veränderungen im Umfeld der Logistik und deren Folgen für die Geschäftsmodelle von betroffenen Firmen. Dabei wird insbesondere auf die Instrumente zur Ermittlung und Prädiktion von Veränderungen eingegangen.

Der Beitrag „*E-Mobility pathway: a method for the feasibility study*“ handelt über die Einführung von Elektromobilität im Öffentlichen Nahverkehr. Dies geschieht insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Anforderungen an den Nahverkehr mit dem Trend der Urbanität und Anforderungen von gestiegenen Feinstaubanforderungen in letzter Zeit gestiegen sind. Als eine Möglichkeit, diese Herausforderung zu bestehen, gilt die Einführung von elektromobilen Bussystemen. Diesen haftet bei bisherigen Systemen jedoch der Nachteil an, dass die Reichweite im klassischen Einsatzszenarien nicht ausreicht. Eine Möglichkeit besteht in der Nutzung von On Line Electric Vehicles (OLEV), d.h. die Busse werden drahtlos aufgeladen. In dem Beitrag wird eine Machbarkeitsstudie beleuchtet, in dem der Einsatz von OLEV in Florenz simuliert wird. Verwendet wurden dazu erhobene Daten von dem Florenz public mobility provider. Dieses Simulationsmodell ist so erstellt worden, dass es auch auf andere Fälle übertragen werden kann.

Der zweite Beitrag „*Instructions for being unreasonable*“ beschreibt in aller Kürze, wie Probleme, die vorhanden sind, mit fünf Kernpunkten gelöst werden können.

Neben Machbarkeitsstudien gehören Umfragen zu dem regelmäßigen Repertoire für die Überprüfung von Geschäftsmodellen. Die Relevanz und Akzeptanz von Umfragen bei Umfragen in Bezug auf die Zufriedenheit von Automobilbesitzern mit ihren Fahrzeugen hängt davon ab, wie genau die Befragten die eigenen Fahrzeuge mit ihren jeweiligen Konfigurationen zuordnen können. In dem Beitrag „*Validität und Identifikation von Fahrzeugen und Fahrzeugeigenschaften in Kundenbefragungen*“ wird zunächst die Genauigkeit des Wissens der Befragten in Bezug auf die eigene Fahrzeugkonfiguration untersucht. Anschließend werden die Aussagen der Befragten auf Validität und Vollständigkeit überprüft. Diese Ergebnisse wurden mit denen von anderen Studien verglichen. Abschließend wird analysiert, welche anderen Möglichkeiten für die eindeutige Fahrzeugidentifikation vorhanden sind.

Der Beitrag „*Einfluss gesellschaftlicher Trends auf die Automobilbranche*“ untersucht die internationalen Einflussfaktoren, die einen positiven oder negativen Einfluss auf den PKW-Besitz haben. Zunächst werden Einflussfaktoren im Konsumentenverhalten wie die Erweiterungen der Kundenwünsche, das weltweite Wachstum der Mittelschicht sowie die Verschiebung der Altersstruktur untersucht, um anschließend Ursachen für die Verschiebung von der Mono- zur Multimobilität aufzuführen. Insgesamt wird herausgearbeitet, welche neuen Konstellationen sich in Bezug auf neue Kundengruppen und Anforderungen an die private Mobilität ergeben.