

Deutschland als Cluster für die Mobilität von morgen

Chancen für das Mobilitätssystem der Zukunft – gemeinsame Thesen
des VDA und des Bundesverbands Deutsche Startups



Vorwort



Dr. Kay Lindemann

Veränderungen gesellschaftlicher und technologischer Bedingungen haben seit einigen Jahren auch einen Wandel in der Mobilität ausgelöst – vornehmlich im urbanen Raum. So fordert das Wiederanwachsen der Städte Lösungen zur effizienteren Nutzung des vorhandenen Parkraums. Unabhängig davon zeigt sich bei einem Großteil junger urbaner Nutzer, dass sie ihre Verkehrsmittelwahl pragmatisch und situationsangepasst treffen. Beides macht es erforderlich, die Verkehrsnutzer mit gezielten Echtzeit-Informationen über vorhandene Mobilitätsalternativen zu versorgen. Ähnliches gilt für Nutzer von Elektrofahrzeugen, die angesichts der noch unzureichenden Ladeinfrastruktur Informationen über geeignete Aufladepunkte brauchen. Über das mobile Internet bestehen heute die technischen Voraussetzungen, sich jederzeit und überall die gewünschten Informationen zu beschaffen. Noch bedeutsamer: Die Digitalisierung wird die Lebenswirklichkeit in den Städten rapide verändern, hin zu datengetriebenen, dynamischen Angeboten („on demand“). Die evolutionäre Weiterentwicklung der Fahrzeuge vom heute hoch- bis in der Zukunft vollautomatisierten Fahren ermöglicht erhebliche Effizienzgewinne und neuen Raum durch stärkere gemeinschaftliche Nutzung und weniger Parkplatzbedarf.



Dr. Tom Kirschbaum

Eine immer wichtigere Rolle in der Gestaltung dieser modernen Mobilität spielen Startup-Unternehmen. Sie leisten heutzutage nicht nur wichtige Beiträge in der Entwicklung automobiler Technik, sondern bieten darüber hinaus innovative, spezifische Informationsservices, die es uns ermöglichen, noch effizientere Verkehrsentscheidungen zu treffen. Je disruptiver Innovationen sind, also je mehr Veränderung des Status quo mit ihnen einhergeht, umso eher wird diese Innovation von Startup-Unternehmen getrieben werden. Mit der Weiterentwicklung der Automobilhersteller zu Mobilitätsdienstleistern wird es künftig noch mehr Bereiche geben, in denen sich etablierte und junge Unternehmen gegenseitig bereichern können und sollten.

Der VDA und der Bundesverband Deutsche Startups haben sich daher entschieden, in einen vertieften Dialog einzutreten, um verkehrspolitische Gemeinsamkeiten und Aufgaben zu identifizieren und um die Brücke zwischen etablierten Akteuren und Startup-Unternehmen zu schlagen. Ziel ist, im Interesse eines attraktiven, bedarfsgerechten und nachhaltigen Mobilitätssystems der Zukunft gemeinsame Positionen zu entwickeln und im Ergebnis die weltweite Innovationsführerschaft Deutschlands in der (Auto-)Mobilität

schaft nachhaltig zu verteidigen. Als Ausgangspunkt für Dialog und Zusammenarbeit der Verbände und ihrer Mitglieder sind die nachfolgenden Thesen zu verstehen. Sie sollen die Debatte anregen und sich Ergebnissen und Entwicklungen anpassen.

Dieses Thesenpapier bildet aber erst den Auftakt: Der VDA und der Bundesverband Deutsche Startups werden ihren Dialog weiter fortsetzen und entsprechende Foren schaffen, um auch den direkten Dialog zwischen den Unternehmen beider Branchen zu fördern. Damit bietet sich den Unternehmen auch die Gelegenheit, Möglichkeiten einer wirtschaftlichen Zusammenarbeit zu betreiben, um bei der Entwicklung von Lösungen für den Mobilitätsnutzer von morgen gemeinsame Stärken zu nutzen. In ihrem Dialog mit den verkehrspolitischen Entscheidungsträgern werden beide Organisationen für die Berücksichtigung der hier aufgelisteten politischen Handlungsempfehlungen werben. Dazu gehört auch die Empfehlung an die Politik, zu prüfen, ob Initiativen notwendig sind, die eine bessere Versorgung von Startups mit Gründungs- und Wagniskapital sicherstellen. Dies gilt insbesondere für solche Startups, die dazu beitragen, Ressourcen unseres Mobilitätssystems effizienter zu nutzen. Sie sind damit im verkehrspolitischen und ökologischen Interesse. Damit würde Deutschland den Anspruch erheben, nicht nur weltweiter Leitmarkt für Elektromobilität zu sein, sondern auch Leitmarkt für innovative Mobilitätsdienstleistungen.

Dr. Kay Lindemann, Geschäftsführer
Verband der Automobilindustrie e.V.

Dr. Tom Kirschbaum, Vorstandsmitglied
Bundesverband Deutsche Startups e.V.,
Gründer und Geschäftsführer door2door

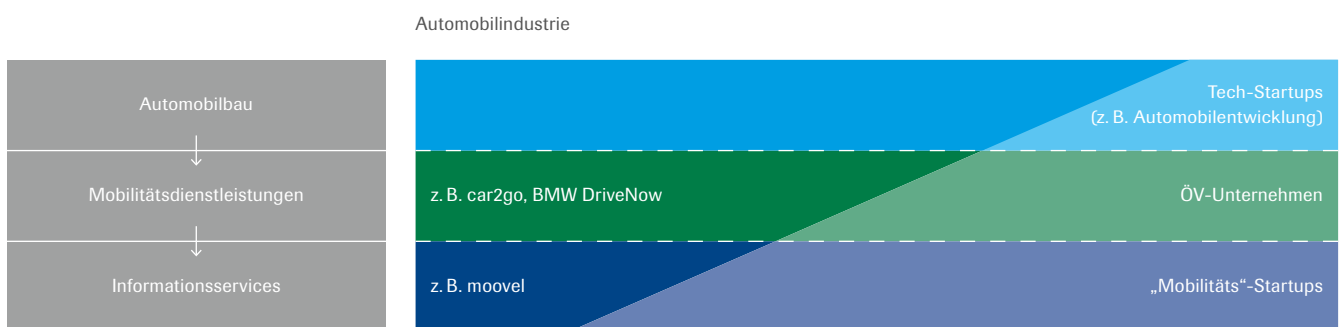
Zusammenfassung

Mobilität ist zu einem Ausdruck von Freiheit und Wohlstand geworden. Die Zukunft der Mobilität wird allerdings nicht mehr nur durch einen wachsenden Mobilitätsbedarf geprägt, sondern auch durch eine zunehmende Mobilitätsvielfalt. Die deutsche Automobilindustrie will diesen Wandel im Interesse eines effizienten, ressourcenschonenden und nutzergerechten Verkehrs proaktiv mitgestalten. Einen wichtigen Baustein hierzu sieht sie in der vertieften Zusammenarbeit mit Startup-Unternehmen. Beide Branchen – etablierte Industrieunternehmen und junge

Technologieunternehmen – bieten mit ihren jeweiligen Leistungsprofilen eine vielversprechende gegenseitige Ergänzung und werden fortan Möglichkeiten einer verstärkten Kooperation auf den Weg bringen. Auch die Politik steht vor der Herausforderung, diesen Wandel der Mobilität mitzugestalten und Innovationen „Made in Germany“ zu ermöglichen. Hierzu haben der VDA und der Bundesverband Deutsche Startups als Auftakt für ihren Dialog Leitgedanken entwickelt:

- Verkehrsnutzer sind in ihrem Mobilitätsverhalten zunehmend pragmatischer. Zugleich gehen Pkw-Verkehr und öffentlicher Verkehr in ihren Profilen zunehmend ineinander über. Statt einer Regulierung der Verkehrsmittelwahl sollte die Politik darauf vertrauen, dass der voll informierte Mobilitätsnutzer effiziente Mobilitätsentscheidungen trifft.
- Die Digitalisierung setzt die Verfügbarkeit von Daten voraus. Deren Nutzung sollte als Chance begriffen und unter Berücksichtigung des Prinzips der informationellen Selbstbestimmung ermöglicht werden.
- Das Auto wird weiterhin unverzichtbarer Bestandteil unserer Mobilität bleiben. Dies gilt vor allem auch vor dem Hintergrund, dass zunehmend automatisiertes Fahren den Bedürfnissen einer älter werdenden Gesellschaft entgegenkommt. Die Politik muss daher den Stellenwert des Autos für unsere Mobilität anerkennen und ermöglichen, dass es sich nahtlos in digital getriebene Nutzungsszenarien einfügt.
- Die Urbanisierung ist auch ein Auftrag, Daten zu nutzen, um den städtischen Verkehr zu verflüssigen und Parksuchverkehre einzusparen.
- Automobilindustrie und Startups haben ihre Angebote anhand von Carsharing und Ridesharing an den Trend hin zur Sharing Economy angepasst. Nun muss auch der rechtliche Rahmen auf mögliche Hürden für die Sharing Economy hin überprüft werden (z. B. Personenbeförderungsrecht).
- Die Automobilhersteller bieten eine breite Palette von Elektrofahrzeugen über alle Segmente an. Die Politik muss ihren Beitrag zum Übergang hin zur Elektromobilität ergänzen – vor allem durch den Ausbau der Aufladeinfrastruktur.
- Politische Rahmenbedingungen sind in Deutschland so zu gestalten, dass Entwicklung und Anwendungen organisatorischer und technologischer Innovationen erleichtert werden.
- Es ist zu prüfen, ob Instrumente öffentlicher Förderung angepasst werden müssen, um Investitionen in Startuptechnologien attraktiv zu machen. Investitionen in junge Technologieunternehmen werden auch Bestandteil der Innovationsaktivitäten etablierter Unternehmen sein.

Wertschöpfungskette Mobilität



Alternative Anbieter

Thesen zur Mobilität der Zukunft



Digitalisierung – der Schlüssel zu einem Effizienzsprung in der Mobilität

Die Digitalisierung ist der große technologische Megatrend. Ihre Bedeutung wächst in fast allen Bereichen des täglichen Lebens – auch und insbesondere in der Mobilität.

Zum einen schafft sie im Straßenverkehr die technische Voraussetzung dafür, dass Fahrzeuge ihre Umgebung selbstständig erkennen, interpretieren und miteinander und mit der Infrastruktur kommunizieren. Schon heute können Fahrzeuge hochautomatisiert fahren – wie beispielsweise auf der A 9 als dem digitalen Testfeld Autobahn. Das heißt, das Fahrzeug übernimmt in einem bestimmten Anwendungsfall selbstständig Gasgeben, Bremsen und Lenken, ohne dass der Fahrer das System überwachen muss. Er muss es lediglich wieder übernehmen, sobald er dazu aufgefordert wird. Mittel- bis langfristig wird auch vollautomatisiertes bzw. fahrerloses Fahren möglich sein, das in allen Fahrsituationen ohne jeden Eingriff des Fahrers auskommt.

Zum anderen hilft das mobile Internet, die Ressourcen des Mobilitätssystems, zum Beispiel Fahrzeuge, freie Parkplätze oder Mitfahrmöglichkeiten, viel effizienter als bisher den Mobilitätsnutzern zuzuordnen. Entsprechende Apps vernetzen Anbieter und Nachfrager freier Ressourcen im digitalen Raum miteinander und schaffen vollständige Information. Zuneh-

mend ermöglichen die Apps die Bestellung bzw. Bezahlung der Ressource (z. B. vorübergehend freie private Parkplätze). Insofern erfüllen das mobile Internet und die Startup-Unternehmen eine wichtige Allokationsfunktion. Nicht zuletzt erleichtert die Digitalisierung von Fahrdaten die Dokumentation und Abrechnung von Fahrten beispielsweise durch automatische Erstellung digitaler Fahrtenbücher.

Dabei ist davon auszugehen, dass die Nutzung dieser digitalen Dienste in der Zukunft auch schon deswegen wachsen wird, weil der Anteil der „Digital Natives“ an der Gesamtbevölkerung kontinuierlich steigen wird.

Damit verändert die Digitalisierung auch die Wertschöpfungskette des „Produkts“ Mobilität. Der Anteil der „Hardware“ (d. h. z. B. der Karosserie und des Motors) an der Gesamtwertschöpfung nimmt sukzessive ab zugunsten der „Software“, d. h. der virtuellen Daten- und Informationsströme, nach denen sich die Mobilität zunehmend organisiert. Dies erfordert zwangsläufig auch neue technologische und unternehmerische Allianzen – wie beispielsweise zwischen der etablierten Automobilindustrie und der Startup-Branche.

➔ Leitgedanke

Mit den „Digital Natives“ verändert sich auch das Verhältnis der Gesellschaft im Umgang mit Daten. Die Erfassung und Bereitstellung von Daten, beispielsweise im Verkehr, sollte als Chance begriffen werden. Es ist daher nur folgerichtig, wenn zum Beispiel die Politik erwägt, die Verwendung von Mautdaten künftig zum Zwecke der Verkehrslenkung und Verkehrsforschung zu ermöglichen, sofern sie vollständig anonymisiert sind und dies in enger Abstimmung mit den

Datenschutzbeauftragten erfolgt. Bei Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten ist ausgewogene Sensibilität gefragt. Grundsätzlich soll jeder Nutzer die Tragweite der Nutzung „seiner“ Daten erkennen und darauf basierend entscheiden können, ob er in bewusster Kenntnis eine Anwendung nutzen möchte oder nicht (informativ-nelle Selbstbestimmung).



Neue Mobilitätsstile – individueller, pragmatischer

Das Auto wird zwar weiterhin unverzichtbar für unsere Mobilität bleiben. Dies gilt auch für den urbanen Raum. Jedoch wird sich hier der schon seit einigen Jahren erkennbare Trend fortsetzen, dass ein wachsender Teil des jungen urbanen Milieus einen pragmatischen und situationsangepassten Mobilitätsstil praktiziert. Man besitzt kein eigenes Auto, sondern greift auf den öffentlichen Nahverkehr zurück, ergänzt durch Carsharing und Fahrrad – je nach Bedarf und aktueller Verfügbarkeit dieser Verkehrsmittel. Sogar diejenigen jungen Städter, die ein Auto besitzen, lassen dieses heute auch öfter mal stehen und sind multimodaler unterwegs als vorangegangene Generationen. Die Entwicklung wird maßgeblich getrieben durch mobile Applikationen, die die Suche nach sowie die Bestellung und Bezahlung von Verkehrsmitteln extrem einfach und komfortabel machen.

Dem kommt entgegen, dass sich dank vermehrter Semester- und Jobtickets die ÖPNV-Nutzung anbietet. Begleitend kommen kulturelle (Trend zur Sharing Economy) und technologische Rahmenbedingungen (Verfügbarkeit von mobilem Internet) hinzu. Insofern speist sich der neue Mobilitätsstil aus Motiven, die sich wechselseitig verstärken.

Gerade dieser Trend bestätigt aber auch, dass der Verkehrsnutzer ein Bedürfnis nach möglichst individuellen und maßgeschneiderten Lösungen hat. Zudem zeigt er, dass auch diejenigen, die kein Auto besitzen, vom öffentlichen Verkehr (ÖV) maßgeschneiderte Lösungen erwarten. Dieser hat bereits auf die neue Entwicklung reagiert und beginnt, sich über ergänzende Car- und Bikesharing-Angebote und Informationsservices zu „individualisieren“. In einem nächsten Schritt wird das bestehende angebotsbasierte System (statische Routen und Haltestellen, feste Fahrpläne) mehr und mehr durch ein nachfragebasiertes Modell (dynamische Routen, Demand-Responsive Transport) ersetzt werden. Dazu bedarf es jedoch einer Modernisierung des Personenbeförderungsrechts (siehe Abschnitte „Sharing Economy“ und „Innovationsfreundliche Rahmenbedingungen“).

Umgekehrt haben auch die Automobilhersteller diese neuen Mobilitätsnutzer entdeckt. Sie haben daher ihr Leistungsportfolio ausgedehnt und bieten Mobilitätsdienstleistungen an, die von Carsharing bis hin zu verkehrsträgerübergreifenden Informationsdiensten reichen. Dafür werden auch Kooperationen mit ÖV-Unternehmen gesucht. Automobilhersteller und ÖV-Anbieter wachsen damit aufeinander zu. Der motorisierte Individualverkehr wird öffentlicher, der öffentliche Verkehr individueller.

➔ Leitgedanke

Dadurch, dass der Pkw-Verkehr und der öffentliche Verkehr zunehmend ineinander übergehen, macht auch eine Verkehrspolitik, die beide als Konkurrenz zueinander begreift und gegeneinander ausspielt, keinen Sinn mehr. Es wird Zeit für eine ideologiefreie Verkehrspolitik, die dem Mobilitätsnutzer zutraut, selbst eine rationale Verkehrsmittelwahl zu treffen. Dies gilt erst recht vor dem Hintergrund,

dass ihm durch die neuen Informationsservices alle Informationen für eine rationale Verkehrsmittelwahl zur Verfügung stehen. An die Stelle einer Regulierung, die versucht, Marktanteile von Verkehrsmitteln ex ante festzulegen, tritt der mündige, voll informierte Mobilitätsnutzer.



Das Auto – auch weiterhin unverzichtbarer Bestandteil unserer Mobilität

Alle derzeit verfügbaren Prognosen gehen davon aus, dass in den kommenden 15–20 Jahren der Personenverkehr hierzulande sein Niveau mindestens halten und der Güterverkehr weiterhin spürbar wachsen wird. Autos werden – trotz sich wandelnder Mobilitätsstile im urbanen Raum – auf absehbare Zeit das zentrale Verkehrsmittel und Rückgrat unseres

Verkehrssystems bleiben. Ohne Zweifel wird gleichzeitig die Nutzung von Fahrzeugen Veränderungen unterliegen (z. B. Car-sharing), denn Vernetzungen und intelligente Technologien ermöglichen eine weitaus dynamischere, effizientere Zuordnung von Ressourcen.

➔ Leitgedanke

Auch künftig muss die Verkehrspolitik den Stellenwert des Autos in unserem Verkehrssystem anerkennen und ermöglichen, dass sich Autos nahtlos in digital getriebene

Nutzungsszenarien einfügen. Eine Politik, die gegen das Auto gerichtet wäre, verstieße gegen die Präferenzen und Bedürfnisse eines Großteils der Bevölkerung.



Demografie – gerade für Ältere wird das Auto noch attraktiver

Die Altersstruktur unserer Bevölkerung wird sich spürbar verändern. Der Anteil der über 64-Jährigen an der Gesamtbevölkerung wächst von heute 20 Prozent selbst bei starker Zuwanderung auf über 30 Prozent im Jahr 2050. Dabei wächst der Anteil der hochbetagten Personen mit 80 Jahren und älter sogar von heute 5 Prozent auf dann 13 Prozent. Entsprechend wird der Anteil jüngerer Altersgruppen abnehmen. Der Rück-

gang im Schüler- und Ausbildungsverkehr wird sich tendenziell negativ auf das Aufkommen des öffentlichen Personennahverkehrs auswirken. Der höhere Anteil älterer Personen an der Gesamtbevölkerung erfordert eine stärkere Berücksichtigung ihrer Bedürfnisse in der Gestaltung des Mobilitätssystems (Barrierefreiheit, einfache Bedienung, Sicherheit im öffentlichen Raum, kurze bis keine Fußwege etc.).

➔ Leitgedanke

Autofahren ist heute schon teilautomatisiert möglich. Zum Beispiel übernimmt das Auto schon völlig selbstständig das Einparken. In den nächsten Jahren wird sich das Auto so weiterentwickeln, dass es auf Wunsch sämtliche Fahrfunktionen übernehmen kann. Dadurch wird das (eigene oder geteilte) Auto für ältere Menschen in seiner Bedeutung als

Verkehrsmittel der Zukunft noch zunehmen. Es wird selbst hochbetagten und mobilitätseingeschränkten Personen die Teilhabe am sozialen Leben ermöglichen. In dem Sinne ist Verkehrspolitik auch Sozialpolitik. Gerade auch vor diesem Hintergrund sollte die Verkehrspolitik dem Auto und modernen Nutzungsformen positiv gegenüberstehen.



Urbanisierung – vor allem die Städte müssen ihre Mobilitätsressourcen besser nutzen

Seit der Jahrtausendwende ist ein Trend zur Reurbanisierung zu beobachten – die Bevölkerung konzentriert sich zusehends in Städten, insbesondere in den großen Metropolen, während sich ländliche Räume entleeren. Es wird erwartet, dass diese Entwicklung anhält und die Einwohnerzahl in den zehn größten deutschen Städten bis 2030 um bis zu 30 Prozent anwächst. International ist die Entwicklung hin zu Megastädten mit mehr als 10 Mio. Einwohnern noch viel dramatischer. Der Personen-

verkehr wird sich daher künftig stärker als heute in den Städten konzentrieren. Für die Autonutzer sind daher auch künftig Informationsangebote interessant, die ihnen helfen, Staus auszuweichen und Parksuchverkehr zu vermeiden. Das gilt für die Nutzer eigener Autos natürlich ebenso wie für diejenigen, die Autos im Rahmen des an Bedeutung gewinnenden Carsharings benutzen.

➔ Leitgedanke

Die kommunale Verkehrspolitik sollte Lösungen zur Verflüssigung des Verkehrs und für die Einsparung des Parksuchverkehrs bereithalten. Dazu gehören unter anderem die möglichst flächendeckende Erfassung des fließenden und ruhenden Verkehrs durch entsprechende Sensoren und die Bereitstellung der Daten für Dritte. Der Beitrag, den diese Instrumente zur verkehrlichen Entlastung der Städte in

praxi leisten können, wird am deutlichsten, wenn entsprechende Anwendungen in ausgewählten Städten als nationale Leuchtturmprojekte etabliert werden. Das unterstreicht nicht zuletzt auch unseren Anspruch, unsere weltweite Innovationsführerschaft auf dem Gebiet der Mobilität zu verteidigen.



Sharing Economy – Ressourcen sparen durch Teilen

Ein weiterer kultureller Trend, der an Bedeutung gewinnt, ist die Sharing Economy. Die Nutzung von Sharing-Angeboten in einer bestimmten Altersgruppe ist tendenziell umso höher, je jünger sie ist. Unter den 14- bis 29-Jährigen haben schon zwischen 2 Prozent und 9,5 Prozent Gastfreundschaftsnetzwerke, Verleihplattformen für private Geräte oder Übernachtungsmöglichkeiten genutzt. Noch höher fällt sogar die

Nutzung von Carsharing-Angeboten (12,4%) und Fahrdiensten (13,2%) aus. Ein Motiv für das Teilen ist auch hier wieder die Einsparung von Kosten ebenso wie der Komfortgewinn. Es kommt aber zum Teil auch ein idealistischer Anspruch hinzu, nämlich natürliche Ressourcen effizient zu nutzen und damit zu schonen. Damit dürften Carsharing- und Mitfahrangebote auch weiterhin an Bedeutung gewinnen.

➔ Leitgedanke

Die Verkehrspolitik sollte dem Trend zur Sharing Economy Rechnung tragen. Dazu gehört unter anderem, dass die Politik das gesamte Potenzial der Carsharing-Flotte nutzt, die städtischen Verkehrsverhältnisse zu verbessern. Maßnahmen zur Förderung von Carsharing sollten daher nicht nur auf den Bedarf stationsbasierter Anbieter abzielen, sondern auch den besonderen Bedarf von Free-Floating-Anbietern berücksichtigen. Davon unabhängig sollte sich die Politik

bemühen, keine regulatorischen und bürokratischen Hürden für die Entfaltung der aufkommenden Sharing-Gesellschaft aufzubauen bzw. bestehende Hürden zu prüfen und abzubauen. Dazu gehört zum Beispiel eine Modernisierung des Personenbeförderungsrechts, das derzeit eine Nutzung freier Mitfahrkapazitäten bei privat genutzten Pkw nur sehr eingeschränkt zulässt.



Elektromobilität – Digitalisierung kann als Beschleuniger wirken

Deutschland hat den Anspruch, Leitmarkt für Elektromobilität zu werden. Dafür ist es gut aufgestellt, was die Anzahl an Fahrzeugmodellen betrifft. Bereits heute haben die deutschen Hersteller über 30 verschiedene Modelle mit Elektroantrieb im Angebot – über alle Fahrzeugsegmente hinweg. Ein Defizit auf dem Weg zum Leitmarkt zeigt sich hingegen bei der Anzahl der Aufladepunkte im öffentlichen Straßenraum und bei der Anzahl der zugelassenen Fahrzeuge. Dabei ist Ersteres mit ein Grund für Letzteres, weil gerade die mit dem Verbrennungsmotor noch nicht vergleichbare Reichweite von Elektromotoren ein dichtes Netz an Ladepunkten voraussetzt, um die Akzeptanz und Nut-

zung von Elektrofahrzeugen zu erhöhen. Eine Rolle spielt dabei auch, dass Aufladen im Straßenraum oft nur bei einem Stromanbieter infrage kommt, mit dem man einen Vertrag abgeschlossen hat. Genau hier bietet sich eine Chance neuer – teilweise schon bestehender – Services, die nicht nur die aktuelle Verfügbarkeit nahe gelegener Ladepunkte anzeigen, sondern auch eine anbieterübergreifende Zahlungsabwicklung ermöglichen. Damit könnten diese Services ein zentrales Instrument werden, Elektromobilität zu pushen, und einen Beitrag leisten, Deutschlands Anspruch zu erfüllen, Leitmarktführer zu werden.

➔ Leitgedanke

Die Politik sollte die Rahmenbedingungen für die Anschaffung von Elektrofahrzeugen weiter verbessern. Vor allem bedarf es noch der weiteren Anpassung der rechtlichen

Rahmenbedingungen, um den Aufbau von privat und öffentlich zugänglicher Ladeinfrastruktur zu ermöglichen.



Innovationsfreundliche Rahmenbedingungen – Voraussetzung für eine nachhaltige Mobilität

Die deutsche Wirtschaft muss die Innovationsführerschaft in der Mobilitätsindustrie auch angesichts der bevorstehenden Veränderungen beanspruchen. Dazu zählen Rahmenbedingungen, die sowohl die Entwicklung von Innovation als auch ihre Anwendung in Deutschland fördern. Insbesondere die Digitalisierung geht mit Innovationen einher, die in erster Linie von jungen Technologieunternehmen – den Startups – geleistet werden. Daher ist es elementar, diesen Unternehmen die Tätigkeit so leicht wie möglich zu machen. Vereinfachung von Gründungen, Reduzierung von Bürokratie und eine Willkommenskultur für Fachkräfte aus aller Welt sind wesentliche Standortfaktoren. Gleiches gilt für die digitale Infrastruktur, denn Deutschland muss in Sachen Breitbandausbau einen Spitzenplatz einnehmen.

Darüber hinaus sind die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass auch die Anwendung von Innovationen zuallererst in Deutschland möglich ist. Aufgeschlossenheit für Pilotprojekte im vernetzten und automatisierten Fahren gehört ebenso dazu wie eine erforderliche Modernisierung der Regeln des gewerblichen Personenverkehrs. Beispielsweise sollte auch die Nutzung freier Mitfahrkapazitäten in privaten Pkw – jenseits des konventionellen Taxi- und Mietwagengewerbes – nicht unnötig erschwert werden. Zudem bestehen heute für hochflexibilisierte Bedienformen im ÖPNV – sie werden nach PBefG als „Gelegenheitsverkehre“ gewertet – Nachteile in der finanziellen ÖPNV-Förderung gegenüber dem klassischen Linienverkehr.

➔ Leitgedanke

Die Politik muss die Rahmenbedingungen für die Entwicklung und Anwendung von Innovation schaffen. Dabei muss ein besonderes Augenmerk auf Startup-Unternehmen

liegen. Die Politik steht zudem vor der Herausforderung, agil auf dynamische Entwicklungen zu reagieren – insofern tut eine Flexibilisierung des rechtlichen Rahmens not.



Zusammenarbeit zwischen den Industrien – das beste beider Welten zusammenführen

Etablierte und erfolgreiche Akteure auf der einen und Startup-Unternehmen auf der anderen Seite stellen eine faszinierende Konstellation dar. Gerade die Digitalisierung geht regelmäßig mit disruptiver Innovation einher, die naturgemäß von neuen Akteuren radikaler getrieben wird. Angesichts der Stärke der deutschen Automobilindustrie und einer zunehmenden Anzahl erfolgreicher deutscher Startups bietet sich eine große Chance, dieses Potenzial durch vermehrte Partnerschaften zugunsten des Standorts Deutschland zu nutzen. Wechselseitige Kundenbeziehungen, gemeinsame Prototypen und die Beteiligung an Startups sind erprobte Elemente erfolgreicher Partnerschaften.

Für etablierte Unternehmen ist es eine Herausforderung, digitale Innovation von innen heraus zu leisten. Die Automobilindustrie ist von mehrjährigen Zyklen der Einführung von neuen Modellen geprägt, nicht von „Updates“ im Wochen- oder Monatsrhythmus. Deshalb besteht eine große Veranlassung, Innovation gemeinsam mit jungen Technologieunternehmen, den Startups, zu leisten. Sie agieren ohne traditionelle Prozesse und Strukturen, ohne etablierte Geschäftsmodelle, ohne gewohnte Anreizsysteme. Sie wirken wie ein Labor – experimentieren allerdings sehr früh unter realen Marktbedingungen, Startups sind die ideale und notwendige Ergänzung interner Forschung und Entwicklung.

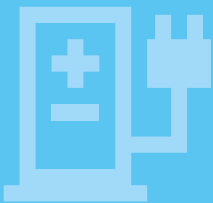
➔ Leitgedanke

Kooperationen von etablierter Industrie und Startups bieten Potenzial für die Skalierung von Innovation. Forschungs- und Entwicklungsmittel sollten in die Zusammenarbeit mit oder Beteiligung an Startup-Unternehmen fließen.

Entsprechend der Entflechtung der „Deutschland AG“ Anfang der 2000er-Jahre sollte die Politik prüfen, inwieweit sie Rahmenbedingungen schafft, die die Investition in Startup-Technologie besonders attraktiv macht.

Impressum

| | |
|-------------|--|
| Herausgeber | Verband der Automobilindustrie e. V. (VDA) Behrenstraße 35, 10117 Berlin www.vda.de Bundesverband Deutsche Startups e. V. Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin www.deutschestartups.org |
| Copyright | Verband der Automobilindustrie e. V. (VDA) |
| Redaktion | Dr. Volker Schott (VDA) Mirco Dragowski (Bundesverband Deutsche Startups) |
| Satz/Layout | DANGEROUS. Werbeagentur GmbH |
| Stand | Februar 2017 |



Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA)
Behrenstraße 35, 10117 Berlin
www.vda.de

Twitter @VDA_online



Bundesverband Deutsche Startups e.V.
Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin
www.deutschestartups.org

Twitter @StartupVerband

