

PRAXIS

TOOL

Elektroflotten erfolgreich
einführen und betreiben:
Empfehlungen aus der Praxis



eBRIDGE
Power to urban fleets



Gefördert durch das Programm „Intelligente
Energie – Europa“ (IEE) der Europäischen Union



AUTOREN

Aida Abdulah, Janett Kalina
choice

Florian Stolte
DB FuhrparkService

Christian Steger-Vonmetz
Mobilitätsinstitut Vorarlberg

Michaela Kargl, Doris Wiederwald
Forschungsgesellschaft Mobilität - Austrian Mobility Research

Carla Piñeiro
I Nova Consultores en Excelencia e Innovación Estratégica

Borja Dapena
Cluster de Empresas de Automoción de Galicia

Isabel Espinós
Movilidad Urbana Sostenible

Bàrbara Sureda
Comunitat Autònoma de les Illes Balears

Marco Menichetti
Fondazione Legambiente Innovazione

Andrea Leverano
Azienda de Trasporti Milanesi

Raquel Águas
Câmara Municipal de Lisboa

Lara Moura
Occam

Dimitrios Xenias, Lorraine Whitmarsh
Cardiff University

REDAKTION

Aida Abdulah, Pia Kaiser, Janett Kalina
choice

Doris Wiederwald
Forschungsgesellschaft Mobilität - Austrian Mobility Research

Christian Steger-Vonmetz
Mobilitätsinstitut Vorarlberg

DESIGN UND LAYOUT

Eleonora Terrile
Fondazione Legambiente Innovazione

Chimera

© eBRIDGE 2015

DANKSAGUNG

Die eBRIDGE Projektpartner¹ bedanken sich bei Neal Thomas vom Grafschaftsrat Carmarthenshire (Carmarthenshire County Council, Wales, GB) und bei Manuel Pardo Gómez vom Valencianischen Institut für Wettbewerbsfähigkeit (IVACE, Valencia, Spanien) für ihre Kooperation und Unterstützung innerhalb der lokalen Demonstrationsprojekte.

Besonderer Dank gilt dem eBRIDGE Beirat mit seinen Mitgliedern Caroline Cerfontaine (UITP), Gerhard Günther (VLOTTE), Jonathan Köhler (Fraunhofer ISI), Rubén Blanco (Little Electric Car Spain), Tom Nørbech (Transnova), Patricio Peral (Institut für Energietechnologie, ITE) und Robert Stüssi (Portugiesischer Verband für Elektrofahrzeuge) für ihre fachliche Beratung.

Abschließend wollen wir allen Kollegen aus verwandten EU Projekten, die wir während eBRIDGE kennenlernen durften, sowie dem eBRIDGE EU Projektsachbearbeiter Olav Luyckx danken.

Wir danken allen für anregende Diskussionen und den inspirierenden Wissensaustausch, der maßgeblich zum Projekterfolg beigetragen hat!

1. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird nur die kürzere männliche Schreibweise verwendet. Gemeint sind stets die männliche und weibliche Form gleichermaßen.

INHALT

1. DAS eBRIDGE TOOLKIT	5
Die eBRIDGE Tools	5
1.1 Im Überblick: Das BASE-Tool	7
1.2 Im Überblick: Das SHARE-Tool	8
1.3 Im Überblick: Das CHANGE-Tool	9
2. DAS BASE-TOOL	10
2.1 CEAGA e-Car Sharing: Unternehmen lernen E-Fahrzeuge kennen	10
2.2 Stadtverwaltung Lissabon: Eine kommunale Flotte wird elektrisch	12
2.3 Grafschaftsrat Carmarthenshire: Kommunale Elektroflotten erobern den ländlichen Raum	14
3. DAS SHARE-TOOL	18
3.1 e-Flinkster: Das betriebliche Mobilitätsportfolio nachhaltiger gestalten	20
3.2 E:Sharing: E-Carsharing erweitert das Mobilitätsangebot	22
3.3 GuidaMi Car Sharing: Mit der Community wird E-Carsharing zum Erfolg	24
3.4 Caruso Carsharing: Peer-to-Peer-E-Carsharing elektrifiziert ländliche Gemeinden	27
Im Überblick: Die zentralen Ergebnisse	30
4. DAS CHANGE-TOOL	33
4.1 Die Sichtbarkeit der Flotte erhöhen: Fahrzeuggestaltung	34
4.2 Elektromobilität unmittelbar erleben: Vorführungen von E-Fahrzeugen	36
4.3 Vertrauen fassen: Fahrtrainings	38
4.4 Mehr über E-Fahrzeuge erfahren: Workshops	39
4.5 E-Fahrzeuge als selbstverständlich etablieren: Normativer Einfluss	42
4.6 Mit gutem Beispiel vorangehen: Vorbildwirkung	43
4.7 Das Angebot verbessern: Mobilitätsmanagementsoftware	44
4.8 Die Nutzer beteiligen: Web-2.0-Anwendungen	45
4.9 Die Breitenwirkung der Flotte erhöhen: Kooperation mit Schlüsselakteuren	48
4.10 Neukunden akquirieren: PR-Fachleute & Vertreter	50
4.11 Das Interesse wecken: Zielgruppenorientiertes Werbematerial	51
4.12 Erfolge kommunizieren: Pressemitteilungen	52
Das eBRIDGE Projekt	54
Die eBRIDGE Partner	55

DAS eBRIDGE TOOLKIT

Das Projekt eBRIDGE (Empowering e-fleets for business und private purposes in cities) ist ein Zusammenschluss von sieben Demonstrationsprojekten, die zeigen, dass Elektrofahrzeuge (E-Fahrzeuge)² einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Mobilität in europäischen Städten und Gemeinden leisten können. Ziel ist es, durch Innovationen und neue Technologien Mobilität sauberer und effizienter zu gestalten.

Die sieben Demonstrationsprojekte, auch als „Drivers of Change“ bezeichnet, implementierten Maßnahmen, um die Leistung der Fahrzeugflotten zu optimieren und eine erhöhte Benutzerfreundlichkeit der Carsharing-Angebote zu erzielen. Außerdem sollte unter den Flottenmanagern und Autofahrern ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass sich E-Fahrzeuge für einen großen Teil der täglichen Wege eignen.

Das vorliegende Toolkit bündelt Empfehlungen und Best-Practice-Beispiele für Akteure, die sich für Elektromobilität interessieren und im Verkehrs- bzw. Mobilitätsbereich aktiv sind, insbesondere Kommunalverwaltungen, Mobilitätsdienstleister, öffentliche Verkehrsbetriebe, Carsharing-Anbieter, Unternehmen und Organisationen.

Die eBRIDGE Tools

Basierend auf den Flottentypen und deren Nutzungsarten ist das Toolkit in drei Abschnitte unterteilt: BASE, SHARE und CHANGE. Diese enthalten Aktivitäten, die im Rahmen des jeweiligen Flottenprofils in den Demonstrationsprojekten umgesetzt wurden. Daraus abgeleitete praktische Empfehlungen sollen Ihnen bei der Realisierung Ihrer eigenen Vorhaben helfen.

BASE zeigt Maßnahmen speziell für jene Unternehmen, Organisationen und Kommunalverwaltungen auf, die ihren Fuhrpark hauptsächlich für Dienstfahrten nutzen und diesen durch E-Fahrzeuge ergänzen wollen.

SHARE unterstützt Flottenbetreiber dabei, die Leistung eines gemischten Fahrzeugbestandes, der für private und betriebliche Zwecke verwendet wird, zu verbessern. So kann eine derartige Nutzung dazu beitragen, die Auslastung der Fahrzeuge signifikant zu erhöhen, z.B. indem spezielle Tarife für Unternehmen während der Geschäftszeiten angeboten und Privatfahrten außerhalb der Arbeitszeit ermöglicht werden.

CHANGE gibt Einblicke in die Verhaltensaspekte der Nutzer und zeigt erfolgreiche Maßnahmen auf, die dazu beitragen, Nutzungsbarrieren, wie z.B. Fehleinschätzungen oder negative Haltungen gegenüber den E-Fahrzeugen, zu überwinden.

2. E-Fahrzeuge wird als allgemeiner Begriff verwendet, der reine Elektro-PKWs, Elektro-PKWs mit Range Extender, Plug-in-Hybrid-PKWs und Hybrid-PKWs umfasst.



DIE VORTEILE VON ELEKTROMOBILITÄT UND E-FAHRZEUGEN FÜR...

KOMMUNAL- VERWALTUNGEN

- Verbesserte Lebensqualität in der Stadt aufgrund geringerer Treibhausgasemissionen, Luftverschmutzung und Lärm.
- Image einer proaktive Verwaltung, die die Themen Innovation und Nachhaltigkeit vorantreibt.
- Gestärkte Wettbewerbsfähigkeit durch ein günstiges Politikumfeld für die Entwicklung von Elektromobilität, Ankurbelung der lokalen Wirtschaft und Attraktivierung des Standorts für Investoren und Start-ups.
- Unabhängigkeit von fossilen Energieträgern, Unterstützung von Energiesicherheit und alternativen Energiequellen.

UNTERNEHMEN

- Geringere Betriebskosten der Flotten durch ein optimiertes Fahrtenmanagement, Kostenkontrolle und niedrigere Treibstoffkosten.
- Wegfall von Anschaffungskosten bei Carsharing.
- Inanspruchnahme von politischen Anreizen z.B. Steuererleichterungen, Kaufanreize, Zugang zu Umweltzonen sowie Park- und Fahrprivilegien.
- Verbessertes, rationalisiertes Fahrverhalten der Nutzer durch reduzierte Geschwindigkeit und der Batteriekapazität angepasste Routenführung.
- Verringerte Treibhausgasemissionen.

NUTZER

- Positives Fahrerlebnis (leises Fahren, rasche Beschleunigung).
- Keine Anschaffungs- und Betriebskosten bei Carsharing.
- Zugang zu Umweltzonen.
- Weniger Parkdruck: speziell ausgewiesene Parkplätze für E-Fahrzeuge, bestimmte Privilegien z.B. gratis Parken.
- Bevorzugung eines umweltorientierten Lebensstils.

1.1 Im Überblick: Das BASE-Tool

Die Fahrzeuge der BASE-Flotten werden von Angestellten nur für Dienstfahrten während der Arbeitszeiten verwendet.

- Sind Sie ein Unternehmen, eine Organisation oder eine Kommunalverwaltung?
- Wollen Sie erfahren, wie man am meisten von den Vorteilen der Elektromobilität profitiert?
- Wollen Sie Dienstfahrten in Ihrem Unternehmen umweltfreundlicher und effizienter machen?
- Denken Sie darüber nach, Ihren Dienstwagenbestand zu elektrifizieren?

Tabelle 1 • BASE-Flotten und deren Aktivitäten

BASE-Flotten	Ziel	Zielgruppen	Aktivitäten
Galizischer Automobilcluster (CEAGA - Cluster de Empresas de Automoción de Galicia) CEAGA e-Car Sharing (Vigo, Spanien)	Eignung von E-Fahrzeugen für Dienstfahrten der CEAGA Unternehmen	CEAGA-Unternehmen Lokale Stakeholder	Entwicklung eines Konzepts für die Durchführung und das Monitoring der Pilotversuche Potenziale der E-Fahrzeuge für die betriebliche Nutzung Maßnahmen zur verstärkten Nutzung von E-Fahrzeugen Unternehmensberichte über das Fahrzeugmonitoring und Nutzerbefragungen
Flotte der Stadtverwaltung Lissabon (CML - Câmara Municipal de Lisboa) (Lissabon, Portugal)	Optimierung der Zusammensetzung der kommunalen Flotte Eignung von neuen Fahrzeugmodellen für konkrete kommunale Aufgaben	Angestellte der Stadt Lissabon	Erstellung eines Flottenerneuerungsplans Nutzungsmonitoring und Evaluation Optimierung der Energieeffizienz der Flotte Bewertung der Umweltauswirkungen der E-Fahrzeuge
Flotte des Grafschaftsrats Carmarthenshire (Carmarthenshire County Council) (Carmarthen, GB)	Reduzierung der ökonomischen (Kilometerkosten) und ökologischen (CO ₂ -Emissionen) Belastungen durch Dienstfahrten	Angestellte des Grafschaftsrats Andere lokale Behörden Andere öffentliche Einrichtungen	Flottenmonitoring und Vergleich von Dieselfahrzeugen mit E-Fahrzeugen Barrieren und Potenziale für den Ausbau des Anteils von E-Fahrzeugen in kommunalen Flotten Erfahrungsaustausch der Stakeholder

1.2 Im Überblick: Das SHARE-Tool

Der SHARE-Fuhrpark kann für private und dienstliche Fahrten verwendet werden. Die Nutzer von E-Carsharing sind Angestellte und Einzelpersonen.

- Sind Sie ein Mobilitätsdienstleister, Carsharing-Anbieter oder eine Kommunalverwaltung und interessieren Sie sich für E-Carsharing oder betreiben Sie bereits eine derartige Flotte?
- Planen Sie die Integration von E-Carsharing in Ihr betriebliches Mobilitätsportfolio?
- Planen Sie Peer-to-Peer-E-Carsharing zu initiieren?
- Denken Sie darüber nach, E-Carsharing Geschäftskunden zur Verfügung zu stellen?
- Sind Sie eine kommunale Verwaltung, die daran interessiert ist, gemeinsam mit anderen Stakeholdern Elektromobilität in Ihrer Region voranzutreiben?
- Wollen Sie das Potenzial von E-Carsharing im urbanen Raum ermitteln?

Tabelle 2 • SHARE-Flotten und deren Aktivitäten

SHARE-Flotten	Ziel	Zielgruppen	Aktivitäten
e-Flinkster (Berlin, Deutschland)	Analyse des Potenzials von E-Carsharing zur Ergänzung betrieblicher Mobilität	Unternehmen des EUREF-Campus Andere Unternehmen Private Nutzer	Konzepte für betriebliches E-Carsharing Potenziale für Verhaltensänderungen von Nutzern von E-Carsharing Betriebliches Mobilitätsmanagement Marketingkonzepte für E-Carsharing
E:Sharing (Valencia, Spanien)	Optimierung des E:Sharing Systems	Fachkräfte Private Nutzer	Fahrzeugmonitoring Optimierung des Geschäftsmodells von E:Sharing Integration von E-Carsharing in den öffentlichen Verkehr
Autonome Gemeinschaft der Balearen (Palma de Mallorca, Spanien)	Entwicklung geeigneter politischer Rahmenbedingungen für die Förderung von Elektromobilität	Lokale und regionale Stakeholder	Bildung des E-Carsharing-Komitees der Balearen
GuidaMi (Mailand, Italien)	Förderung von E-Carsharing bei den Kunden von GuidaMi	Unternehmen Private Nutzer	Fuhrparkmonitoring Onlineumfrage zur Erhebung von Nutzerfeedback
Caruso Carsharing (Österreich)	Bereitstellung von bisher fehlenden Konzepten und Geschäftsmodellen für P2P-E-Carsharing-Flotten	Angestellte Bürger Kommunen und Organisationen	Analyse von intermodalen Mobilitätskonzepten Marketing- und Kommunikationskampagnen für interne und externe Stakeholder Nutzungsmonitoring und Maßnahmen zur Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens Nutzerumfrage über Barrieren und Treiber

1.3 Im Überblick: Das CHANGE-Tool

Das CHANGE-Tool stellt die Marketing- und Werbemaßnahmen der Demonstrationsprojekte vor. Die Aktivitäten zielen darauf ab, die Nutzung elektrischer Flotten innerhalb der Zielgruppen zu fördern und die Demonstrationsprojekte auf lokaler Ebene zu bewerben.

- Sind Sie ein Mobilitätsdienstleister, Carsharing-Anbieter oder eine kommunale Verwaltung, die derzeitige und zukünftige Nutzer von E-Fahrzeugen ansprechen möchte?
- Wollen Sie das allgemeine Bewusstsein für und das Wissen über E-Fahrzeuge steigern?
- Wollen Sie neue betriebliche und private Nutzer akquirieren?
- Wollen Sie Ihre Kunden und Angestellten dabei unterstützen, E-Fahrzeuge effizienter zu nutzen?
- Wollen Sie eine breitere Öffentlichkeit über Ihre Aktivitäten im Bereich der Elektromobilität informieren?

Tabelle 3 • CHANGE Maßnahmen

CHANGE-Maßnahmen	Ziel	Zielgruppen	Aktivitäten
e-Flinkster (Berlin, Deutschland)	Analyse des Potenzials von E-Carsharing zur Ergänzung betrieblicher Mobilität	EUREF-Campus Unternehmen Andere Unternehmen Private Nutzer	Marketingkonzepte für E-Carsharing Mobilitätsberatung und Marketing ausgerichtet auf Unternehmen
Caruso Carsharing (Österreich)	Bereitstellung von bisher fehlenden Konzepten und Geschäftsmodellen für P2P-E-Carsharing-Flotten	Angestellte Bürger Kommunen und Organisationen	Marketing und Informationskampagnen für interne und externe Stakeholder
CEAGA e-Car Sharing (Vigo, Spanien)	Förderung von E-Carsharing für Dienstfahrten durch Werbe- und Marketingmaßnahmen	Angestellte der CEAGA-Unternehmen Personalmanager der Clusterunternehmen	Anreize zur Erhöhung der Nutzung der E-Fahrzeuge Nutzerumfragen Interviews mit Managern
E:Sharing (Valencia, Spanien)	Werbung für E-Carsharing	Unternehmen Private Nutzer	Nutzerumfragen und Interviews Werbemaßnahmen
GuidaMi (Mailand, Italien)	Testen digitaler Kommunikationsmittel zur Einbeziehung der Nutzer	Unternehmen Bürger	Marketingkonzepte und Kampagnen zur Bewusstseinsbildung
Lisboa City Council Fleet (Lissabon, Portugal)	Werbung für E-Carsharing	Angestellte Unternehmen Bürger	Kommunikationsmaßnahmen zur Information von Bürgern und lokalen Unternehmen
Flotte des Grafschaftsrats Carmarthenshire (Carmarthen, GB)	Miteinbeziehen von Angestellten und anderen Grafschaftsverwaltungen in das Thema Elektromobilität	Angestellte des Grafschaftsrats Andere kommunale Verwaltungen Andere öffentliche Einrichtungen	Werbung für die Nutzung von E-Fahrzeugen Erfahrungsaustausch der Stakeholder

DAS BASE-TOOL

Die BASE-Flotten in den eBRIDGE Demonstrationsprojekten in Vigo, Lissabon und Carmarthenshire umfassen betriebliche und kommunale Fuhrparks für Dienstfahrten.

2.1 CEAGA e-Car Sharing: Unternehmen lernen E-Fahrzeuge kennen

CEAGA wurde 1997 von einer kleinen Gruppe von Automobilzulieferern in Vigo gegründet. Die Zahl der Unternehmen im Cluster ist seitdem auf 106 angewachsen. Bei CEAGA e-Car Sharing handelt es sich um eine elektrische Dienstwagenflotte von vier Elektro-PKWs (Citroën C-Zero und Peugeot iOn), die von den eBRIDGE Projektpartnern CEAGA und dem Beratungsunternehmen INOVA (I Nova Consultores en Excelencia e Innovación Estratégica) organisiert und verwaltet wird.



E-Fahrzeug der Flotte von CEAGA e-Car Sharing. Quelle: CEAGA

PROJEKTTAKTIVITÄTEN

Im Rahmen von Pilotversuchen analysierte das eBRIDGE Demonstrationsprojekt in Vigo das Potenzial von E-Fahrzeugen für Dienstfahrten von 35 CEAGA-Unternehmen, wobei 82 % der Angestellten davor noch nie ein E-Fahrzeug gefahren hatten.

Die Clusterunternehmen bewarben sich als Versuchspartner für die temporäre Nutzung eines E-Fahrzeugs. Die Autos waren bereits sechs Monate im Vorhinein ausgebucht, was das hohe Interesse an Elektromobilität verdeutlicht.

Die Nutzung der E-Fahrzeuge war für die teilnehmenden Unternehmen und deren Angestellten kostenlos. Die Fahrzeuge wurden für Dienstfahrten verwendet und normalerweise am Ende eines Arbeitstages auf dem Firmengelände abgestellt und dort aufgeladen.

Es erfolgte ein fortlaufendes

Monitoring der Fahrzeugnutzung mit monatlicher Auswertung. Mithilfe von

Umfragen und Interviews konnten die Erfahrungen mit den E-Fahrzeugen

sowie die größten Barrieren in

der Nutzerakzeptanz analysiert

werden. Darauf basierend wurden in

Kooperation mit den Unternehmen

Maßnahmen zur Erhöhung der

Auslastung der Fahrzeuge umgesetzt.

Ergänzend wurde eine Analyse der

wirtschaftlichen Einsparungspotentiale

sowie der CO₂-Emissionen der

E-Fahrzeuge durchgeführt. Diese

Informationen wurden den Unternehmen in gesammelter Form in einem

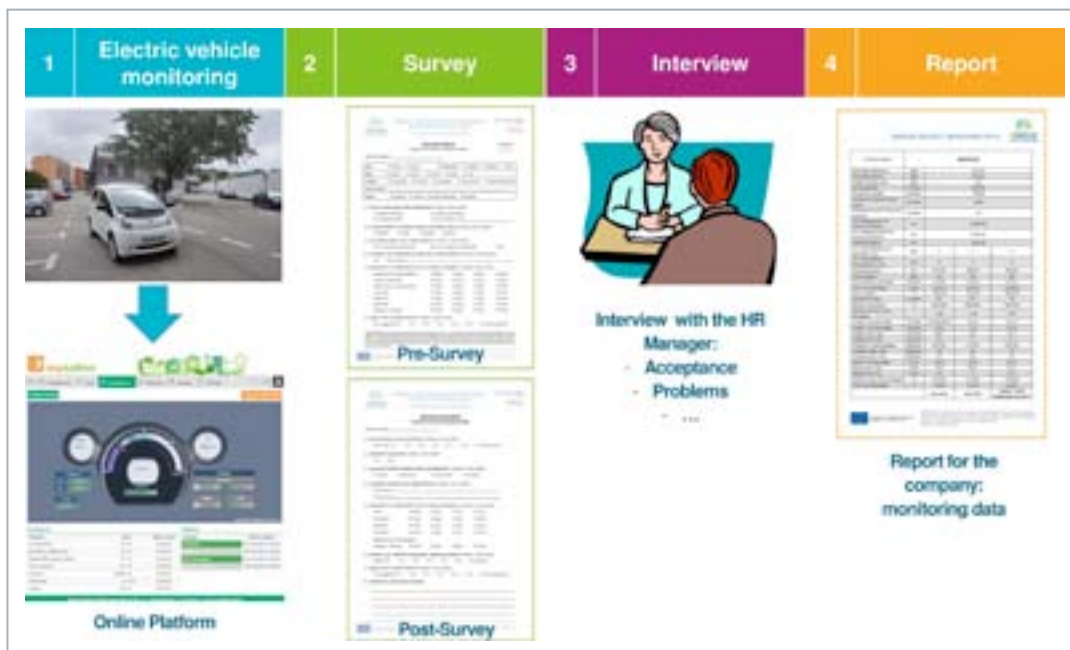
umfassenden Ergebnisbericht zur Verfügung gestellt.



Die folgenden Vorlagen sind auf Spanisch und Englisch verfügbar und können auf www.ebridge-project.eu heruntergeladen werden:

- Vertrag mit den teilnehmenden Unternehmen über den Pilotversuch
- Kurzer Leitfaden, wie man ein E-Fahrzeug nutzt und auflädt
- Buchungsverzeichnis
- Nutzerumfrage

Abb. 1 • Schritte zur Implementierung eines betrieblichen E-Carsharing-Pilotversuchs *Quelle: INOVA*



Das Demonstrationsprojekt hat erfolgreich dazu beigetragen, die Aufmerksamkeit von Angestellten und Stakeholdern des Automobilclusters hinsichtlich E-Fahrzeugen zu steigern sowie die Anzahl der teilnehmenden Unternehmen und Angestellten zu erhöhen. Außerdem konnten die privat mit dem Dienstwagen zurückgelegten Kilometer reduziert werden.

EMPFEHLUNGEN

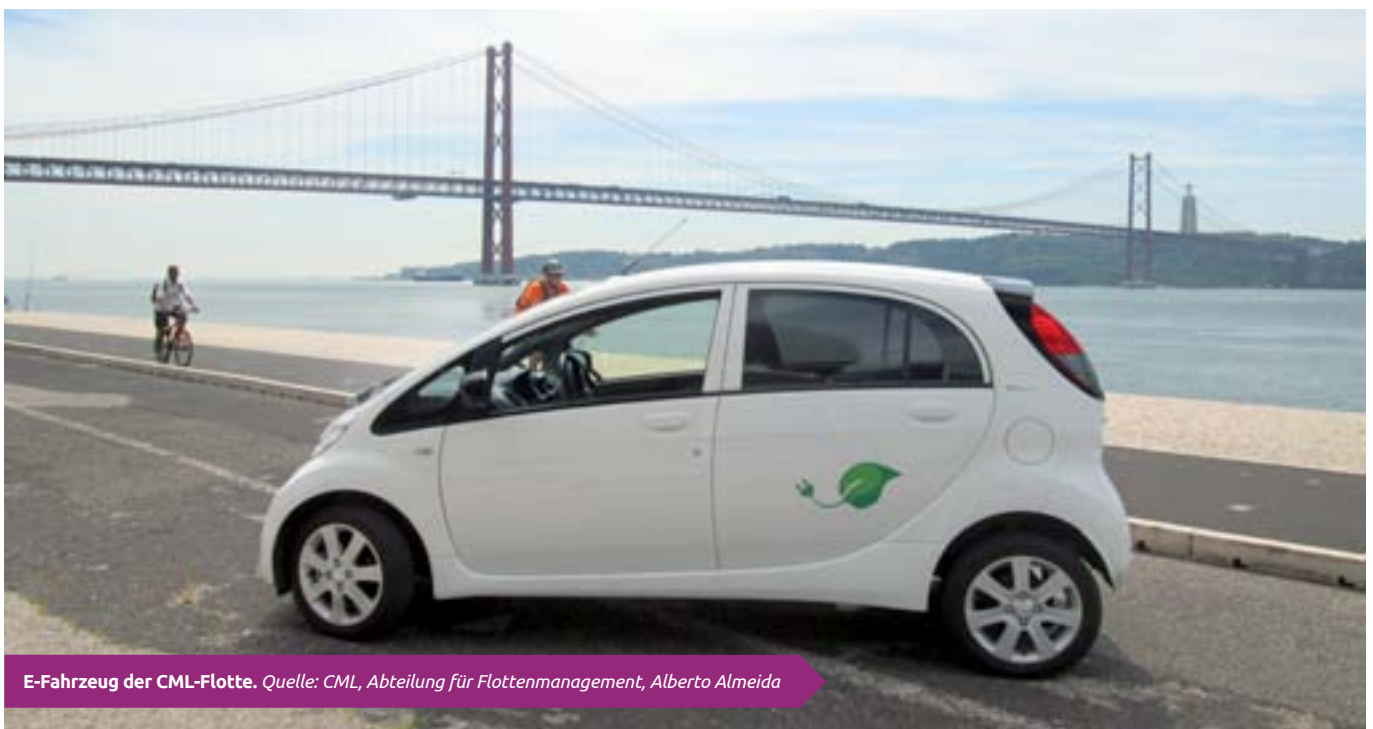
Die Ergebnisse des Demonstrationsprojekts zeigen, dass die Dienstfahrten der teilnehmenden CEAGA-Unternehmen sehr gut mit E-Fahrzeugen absolviert werden können. Hinzukommen der ökonomische und der ökologische Nutzen durch Senkung der Treibstoffkosten und reduzierte Emissionen.

Das eBRIDGE Fazit basierend auf den Erfahrungen in Vigo:

- Eine Analyse der verfügbaren Anzahl und Modelle von E-Fahrzeugen, der Ladepunkte und der zu erhebenden Daten tragen zu einem besseren Verständnis für die Bedarfe der Unternehmen bei.
- Ein anschaulicher Leitfaden, inklusive technischer Informationen über die Nutzung und das Aufladen des E-Fahrzeugs, ist ein sinnvolles Hilfsmittel für die Fahrer.
- Die Errichtung von Ladestationen (evtl. auch von Schnellladesäulen) auf dem Firmengelände und die Möglichkeit des Aufladens von Zuhause aus reduzieren die Barriere von langen Ladezeiten.
- E-Fahrzeuge tragen zu einer Reduktion der Treibstoffkosten sowie der Emissionen von Dienstfahrten bei, insbesondere wenn die vorhandenen Ladestationen aus erneuerbaren Energien gespeist werden.

2.2 Stadtverwaltung Lissabon: Eine kommunale Flotte wird elektrisch

Die Stadtverwaltung Lissabon (CML) ist entschlossen, in Sachen Elektromobilität und umweltorientierter Beschaffung mit gutem Beispiel voranzugehen. Daher hat sie sich dazu verpflichtet, dass zukünftig mind. 20 % aller neu angeschafften Fahrzeuge elektrisch angetrieben sein sollen. Die kommunale Elektroflotte umfasst insgesamt 834 Fahrzeuge, darunter 57 Elektro-PKWs (Peugeot iOn, Renault Fluence Z.E., Mitsubishi iMiEV und Fiat Seicento Elettra). Die E-Fahrzeuge werden von ca. 200 Angestellten unterschiedlicher Abteilungen, Abteilungsleitern sowie dem Bürgermeister verwendet.



E-Fahrzeug der CML-Flotte. Quelle: CML, Abteilung für Flottenmanagement, Alberto Almeida

PROJEKTTAKTIVITÄTEN

Die lokalen eBRIDGE Partner CML und Occam untersuchten das Potenzial von E-Fahrzeugen zur Erfüllung kommunaler Aufgaben und wie durch eine verstärkte Sichtbarkeit dazu beigetragen werden kann, Elektromobilität auch außerhalb der Stadtverwaltung zu bewerben und so die Marktdurchdringung von Elektroautos zu verbessern.

Durch das Demonstrationsprojekt konnten E-Fahrzeuge erfolgreich in den kommunalen Fuhrpark integriert werden. Seit 2011 erhöhte CML beständig deren Anzahl, wodurch sich die absolute Zahl der Fahrzeuge mit konventionellem Antrieb um 17 % reduzierte. Eine Ausschreibung über die Anschaffung zusätzlicher Elektro-PKWs und Plug-in-Hybrid-PKWs befindet sich 2015 in Vorbereitung.

Es wurden zwei unterschiedliche Anwendungsszenarien (Dienstwagenpool und persönlicher Dienstwagen) verglichen, um zu ermitteln, wie die kommunalen Aufgaben bestmöglich erfüllt werden können und welche jeweiligen ökonomischen und ökologischen Auswirkungen zu erwarten sind. Aufgrund der Erfordernisse im täglichen Betrieb war der Großteil der E-Fahrzeuge Bestandteil eines Pools.



CML installierte 105 zusätzliche Ladepunkte auf dem jeweiligen Gelände unterschiedlicher Abteilungen, wodurch sichergestellt wurde, dass der Ladevorgang die Erfüllung kommunaler Aufgaben nicht beeinträchtigt.



Kommunale Ladestation. Quelle: CML, Abteilung für Marketing und Kommunikation

Das Testen der unterschiedlichen Flottentypen führte sowohl zur Erhöhung der gesamten Energieeffizienz als auch zu einer Reduktion der CO₂-Emissionen. Die ökonomischen Einsparungen resultierten aus niedrigeren Treibstoffkosten der E-Fahrzeuge, verbesserten Fahrstilen und rationellerer Routenführung der Nutzer. Nutzerumfragen und Interviews mit den Flottenmanagern dienten dazu, die

Einstellungen gegenüber E-Fahrzeugen sowie die Eignung der Autos für die Erfüllung kommunaler Aufgaben zu ermitteln. Im Hinblick auf die Nutzerakzeptanz stieg während des Demonstrationsprojekts das Vertrauen der Angestellten in die neue Technologie und typische Nutzungsbarrieren wie Reichweitenangst wurden erfolgreich überwunden.

EMPFEHLUNGEN

Das eBRIDGE Demonstrationsprojekt in Lissabon verdeutlicht die erfolgreiche Integration von E-Fahrzeugen in eine kommunale Flotte und liefert damit einen Beitrag, die Verbreitung von Elektromobilität zu fördern.

Darauf basierend lauten die eBRIDGE Empfehlungen:

- Der Ansatz, mit gutem Beispiel voranzugehen, erhöht das allgemeine Vertrauen in Elektromobilität und motiviert andere öffentliche Institutionen sowie Unternehmen dazu, ebenfalls E-Fahrzeuge in ihren Fuhrpark zu integrieren.
- Die Installation von Schnellladestationen und die Verwendung von Plug-in-Hybrid-PKWs kompensiert das Problem der begrenzten Batteriekapazität.
- Schulungen machen die Fahrer mit einem den E-Fahrzeugen angemessenen Fahrstil vertraut. Dadurch kann nicht nur ein schnelles Entladen der Batterien vermieden sondern auch weniger aggressive Fahrstile, niedrigere Höchstgeschwindigkeiten sowie eine rationalisierte Routenführung begünstigt werden.
- Veranstaltungen mit dem Zweck des Erfahrungsaustausches und der Informationsweitergabe sind effektive Mittel zur Klärung von Nutzerbedenken sowie zur Sammlung von Verbesserungsvorschlägen.

2.3 Grafschaftsrat Carmarthenshire: Kommunale Elektroflotten erobern den ländlichen Raum

Als erste Verwaltungsbehörde in Wales integrierte der Grafschaftsrat Carmarthenshire 2011 E-Fahrzeuge in den kommunalen Fuhrpark. Die gemischte Flotte umfasst sechs Elektro-PKWs (Mitsubishi iMiEV und Peugeot iOn), die nicht nur hohe Nutzungsraten aufweisen, sondern auch substanzielle ökonomische und ökologische Einsparungen verzeichnen. Die Autos sind zentral in Parc Myrddin stationiert, wo sie den Angestellten der Verwaltung für deren täglichen Aufgaben zur Verfügung stehen.



PROJEKTTAKTIVITÄTEN

Die folgenden drei Ziele waren maßgebend für die Kooperation zwischen dem lokalen eBRIDGE Partner, der Universität Cardiff und dem Grafschaftsrat Carmarthenshire:

- a. Analyse der Leistungsfähigkeit von E-Fahrzeugen im Vergleich zu Dieselaautos.
- b. Bewerbung der Poolfahrzeuge und insbesondere der E-Fahrzeuge unter den Mitarbeitern.
- c. Bewertung des gesamten Demonstrationsprojekts und Erfahrungsaustausch mit anderen Behörden.

Die Auswertung der Fahrtenbücher zeigte, dass die E-Fahrzeuge bevorzugt für kürzere Strecken unter 20 Meilen (32 km) verwendet wurden. Mit zunehmender Entfernung reduzierte sich die Anzahl der Fahrten mit den E-Fahrzeugen und bei Distanzen von mehr als 60 Meilen (96 km) wurden diese überhaupt nicht mehr verwendet, obwohl die Entfernung innerhalb der Batteriereichweite liegen würde.

Während viele Angestellte mit den E-Fahrzeugen zufrieden waren, schienen andere Mitarbeiter diesen ablehnend gegenüberzustehen. Zur Identifizierung von möglichen Nutzungsbarrieren wurden Umfragen und Interviews durchgeführt: Reichweitenangst, die unzureichende Eignung für bestimmte dienstliche Zwecke (z.B. Beförderung von schweren Geräten) sowie der hohe Anschaffungspreis von E-Fahrzeugen wurden von den meisten Befragten genannt. Darüber hinaus war die mangelhafte Abdeckung mit Ladestationen in der Region eine bedeutsame Barriere für die Ausweitung des Elektrofuhrparks.

Um diese Barrieren zu überwinden, wurde im April 2015 ein Informationsflyer in sämtlichen Flottenfahrzeugen platziert. Dieser strich die Vorteile von E-Fahrzeugen heraus und legte besonderes Augenmerk auf die tatsächliche Batteriereichweite unter realistischen Bedingungen.

Andere kommunale Verwaltungen zeigten sich interessiert daran, es dem Beispiel des Grafschaftsrats gleichzutun und E-Fahrzeuge in ihre Fuhrparks zu integrieren. Für den gegenseitigen Erfahrungsaustausch fand im November 2014 ein Workshop statt. Dieser wurde in Zusammenarbeit mit CarPlus, einer führenden NGO im Bereich Carsharing und nachhaltiger Mobilität, durchgeführt.



Die Ergebnisse des Workshops finden Sie [hier](#)

Abb. 2a • Verteilung der Fahrten anhand der Fahrzeugtypen und der zurückgelegten Distanz (Juni 2013).

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Grafschaftsrat Carmarthenshire, Neal Thomas

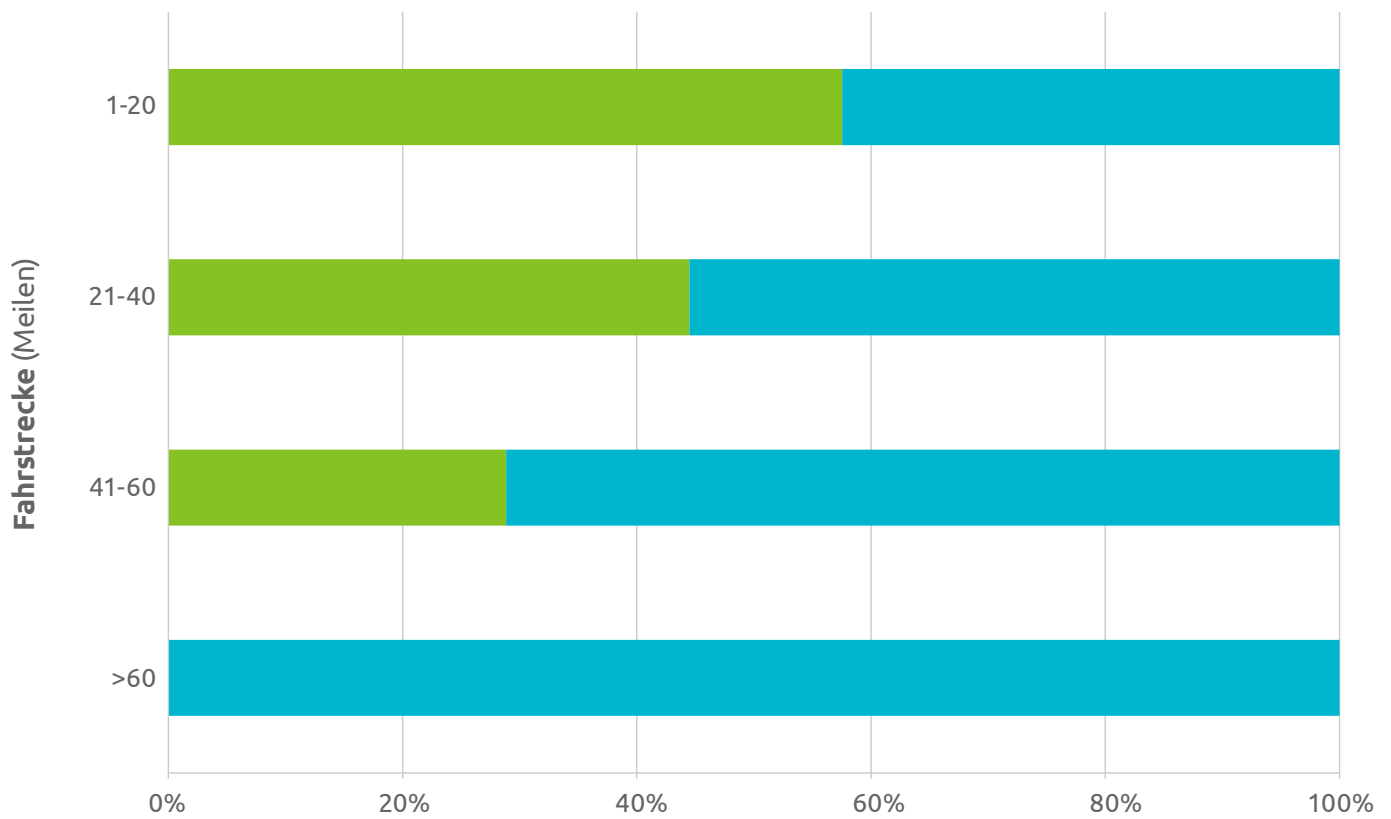
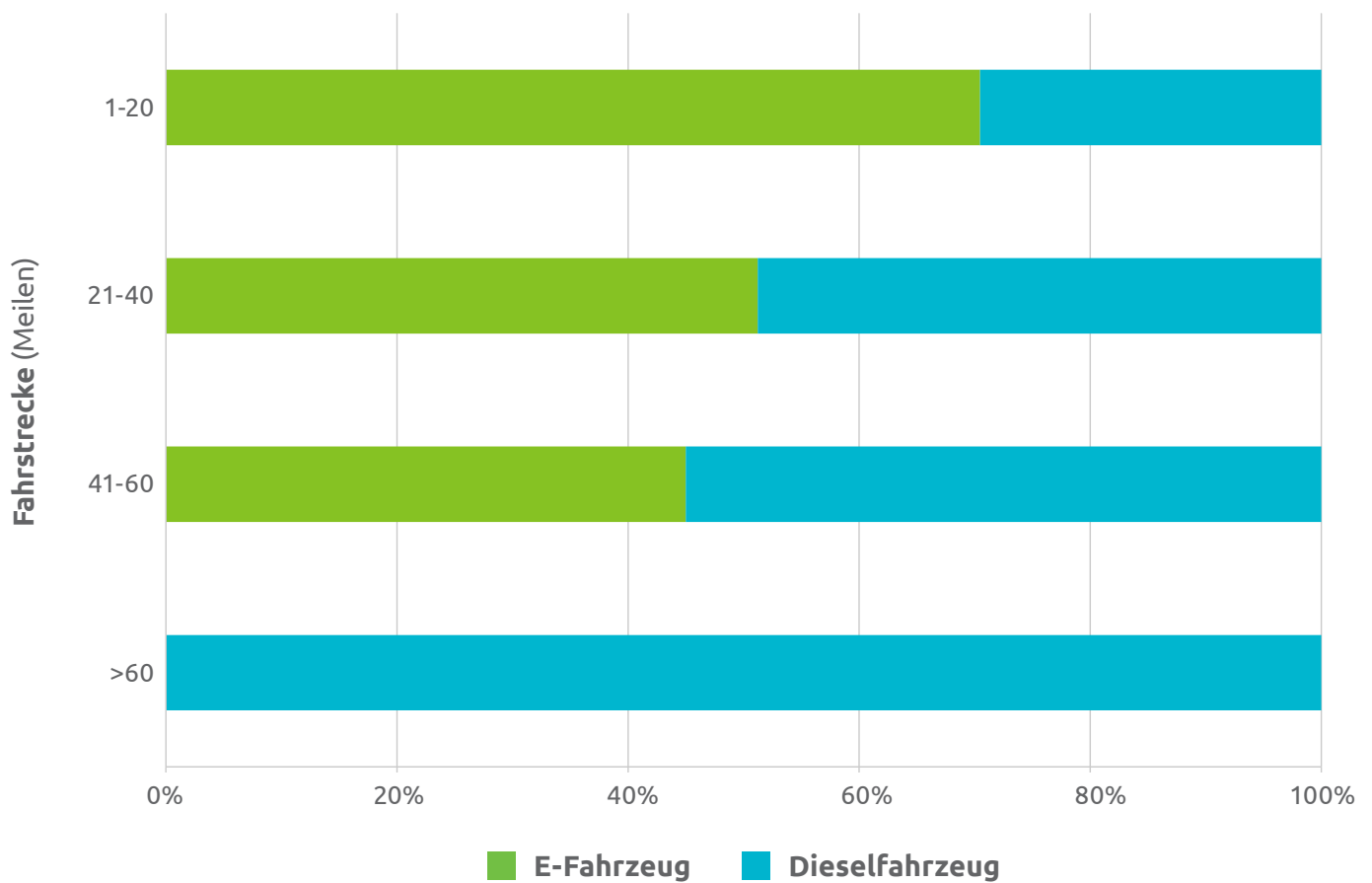


Abb. 2b • Verteilung der Fahrten anhand der Fahrzeugtypen und der zurückgelegten Distanz (Juni 2015).

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Grafschaftsrat Carmarthenshire, Neal Thomas



EMPFEHLUNGEN

Die Erfahrungen des Grafschaftsrats Carmarthenshire verdeutlichen sowohl die Eignung von E-Fahrzeugen für kommunale Aufgaben als auch die Einsparpotenziale durch die Elektrifizierung des Fuhrparks.

Die eBRIDGE Empfehlungen lauten:

- Die Einführung von E-Fahrzeugen in eine kommunale Flotte kann zu substantiellen finanziellen (z.B. Treibstoffkosten, Instandhaltung) und ökologischen Einsparungen (z.B. CO₂-Emissionen) führen.
- Über das Mobilitätsverhalten der Angestellten und die Nutzungsmuster des gemischten Fuhrparks muss ein profundes Verständnis vorliegen. Dieses ist essentiell, um zukünftige Investitionen in die Ladeinfrastruktur und finanzielle Belastungen einschätzen zu können.
- Regelmäßige Fahrtrainings mit einem professionellen Kursleiter sind gut dazu geeignet, die Angestellten an die E-Fahrzeuge heranzuführen, bevor diese zum ersten Mal gebucht werden.
- Zielgerichtete Informationsmaßnahmen helfen dabei, Nutzungsbarrieren aufzuzeigen und Missverständnisse aufzuklären.
- EU geförderte Projekte (z.B. das Clean Fleet Projekt) stellen Informationen über Fördermöglichkeiten als Ergänzung zu nationalen Fördertöpfen bereit.

3

DAS SHARE-TOOL

Das SHARE-Toolkit mit den eBRIDGE Demonstrationsprojekten in Berlin, Valencia, Mailand und einer Vielzahl österreichischer Gemeinden umfasst Elektroflotten, die für die betriebliche und private Nutzung zur Verfügung stehen. Diese sind in Form von Carsharing und P2P-E-Carsharing organisiert. Initiatoren dieser Flotten sind Carsharing-Anbieter, Kommunen und Unternehmen.



Elektromobilität für alle. Quelle: Caruso Carsharing



VORTEILE UND CHANCEN VON E-CARSHARING

FINANZIELL

- Optimiertes Fahrtenmanagement und Kostenkontrolle.
- Senkung von Fixkosten (Anschaffungspreis, Steuern, Parkplätze, Versicherung).
- Senkung von Treibstoffkosten (Abrechnung basierend auf Kilometer oder Minuten).
- Zugang zu Umweltzonen in vielen Städten.

OPERATIV

- Geringerer Wartungsaufwand.
- Weniger Verwaltungsaufwand.
- Positives Fahrerlebnis: kein Schalten, leises Fahren, rasche Beschleunigung.

ÖKOLOGISCH

- Keine (Elektro-PKW) bzw. reduzierte lokale Treibhausgasemissionen (Plug-in-Hybrid-PKW).
- Insgesamt weniger mit dem Auto zurückgelegte Kilometer.

SOZIAL

- Motivierte und weniger gestresste Mitarbeiter.
- Beitrag zur Corporate Social Responsibility.
- Nachhaltigeres Image.
- Weniger Autos auf der Straße, mehr verfügbarer öffentlicher Raum.
- Niedrigerer Parkdruck: zugewiesene Parkplätze, verbesserte Erreichbarkeit des Betriebsgeländes.

3.1 e-Flinkster: Das betriebliche Mobilitätsportfolio nachhaltiger gestalten

Flinkster ist das stationsbasierte Carsharing-Angebot der Deutschen Bahn. Das eBRIDGE Demonstrationsprojekt in Berlin analysierte die e-Flinkster-Flotte am EUREF-Campus, einem Büro- und Wissenschaftscluster mit mehr als 2.000 Mitarbeitern in 50 Unternehmen und Institutionen. Die Elektroflotte am EUREF-Campus umfasst sechs Elektro-PKWs und vier Plug-in-Hybride (Citroën C-Zero, Smart ed und Opel Ampera).



Ein E-Fahrzeug der e-Flinkster-Flotte. Quelle: DB Rent GmbH

PROJEKTTAKTIVITÄTEN

Die lokalen eBRIDGE Projektpartner DB FuhrparkService und choice analysierten das Potenzial von E-Carsharing als Ergänzung betrieblicher Mobilität und ob dadurch eine Nutzung von E-Carsharing für private Fahrten angestoßen werden kann.

Ziel war eine Verbesserung des E-Carsharing-Systems und die Entwicklung eines wettbewerbsfähigen Angebots für Unternehmen. Daher wurden die Erwartungen und das Verhalten der Nutzer sowie die Anforderungen an ein Mobilitätsmanagement analysiert, um darauf basierend eine umfassende Marketing- und Kommunikationsstrategie für die Firmenkundenansprache zu entwickeln. Außerdem wurde der Fuhrpark auf Grundlage einer genauen Analyse der Nutzungsdaten für einen wirtschaftlicheren Betrieb konsolidiert. Eine Umfrage unter den Mitarbeitern des EUREF-Campus ergab, dass deren

berufliche Fahrprofile mit relativ kurzen Strecken geeignet für die Nutzung von E-Carsharing sind. Gleichfalls waren die Einstellungen gegenüber Carsharing größtenteils positiv und mehr als die Hälfte der Autofahrer hatte bereits mind. einmal ein E-Fahrzeug gefahren.

Die Ladeinfrastruktur, die begrenzte Reichweite der E-Fahrzeuge und die langen Ladezeiten waren die am häufigsten genannten Barrieren. Diese können jedoch zum Teil überwunden werden, indem E-Carsharing für Dienstfahrten angeboten wird.

Das während eBRIDGE erstellte Marketing- und Kommunikationskonzept umfasst Testfahrten mit E-Fahrzeugen, Bedarfsanalysen und Mobilitätsmanagement. Damit sollte nicht nur E-Carsharing als betriebliche Mobilitätsalternative beworben, sondern auch Beratung für eine konsequente Planung der Geschäftsmobilität geleistet werden.



Die Verwendung von firmeneigenen E-Fahrzeugen in einer betrieblichen Flotte stößt auf dieselben Barrieren wie die Nutzung von Elektroautos für den privaten Gebrauch. E-Carsharing verringert diese Nutzungsbarrieren, indem E-Carsharing-Anbieter das Fahrzeug kaufen und es Unternehmen ebenso wie eine Ladestation zur Verfügung stellen.



E-Carsharing-Station am EUREF-Campus. Quelle: InnoZ GmbH, Kai Abresch

EMPFEHLUNGEN

Die Ergebnisse des Demonstrationsprojekts in Berlin zeigen, dass E-Carsharing das Potenzial hat, betriebliche Mobilität zu ergänzen sowie deren Kosten und Umweltbelastungen zu verringern.

Die eBRIDGE Empfehlungen sind folgende:

- Am effektivsten ist E-Carsharing, wenn es mit öffentlichen und nicht-motorisierten Verkehrsmitteln (zu Fuß gehen, Radfahren) als Teil eines multimodalen Transportsystems kombiniert wird, indem

E-Carsharing-Stationen an strategischen Verkehrsknotenpunkten errichtet werden. Die Ausdehnung der Ladeinfrastruktur auf betriebliche Zentren oder Pendlerziele in angrenzenden Städten kann essentiell für den Erfolg eines Carsharing-Angebots sein.

- Anbieter sollten insbesondere für potenzielle Privatnutzer die zusätzliche Zahlungsbereitschaft für das geplante elektrische Angebot erheben. Falls diese gering ausfällt, dann sind reine E-Carsharing-Angebote häufig kaum wirtschaftlich zu betreiben und gemischte Flotten bieten sich eher an.
- Die effiziente Planung der Geschäftsmobilität erfordert die Kooperation zwischen dem Anbieter und dem jeweiligen Unternehmen sowie ein Set an durchdachten Methoden und benutzerfreundlichen Werkzeugen. Darüber hinaus sollten gut ausgebildete Mitarbeiter des Carsharing-Anbieters für Beratungsleistungen zur Verfügung stehen.
- Durch die Nutzung von E-Carsharing für Dienstfahrten werden Angestellte im Umgang mit E-Fahrzeugen sicherer. Dies kann der nötige Impuls dafür sein, private Fahrten ebenso elektrisch zurückzulegen.

3.2 E:Sharing: E-Carsharing erweitert das Mobilitätsangebot

E:Sharing ist ein kommerzielles E-Carsharing-System in Valencia, betrieben von MOVUS (Movilidad Urbana Sostenible). Es soll zum einen die Mobilitätsbedürfnisse von betrieblichen und privaten Kunden abdecken sowie zum anderen einen ökologischer Zusatznutzen erfüllen, da E:Sharing mit öffentlichen Verkehrsmitteln kombiniert werden kann. Während der Laufzeit des Demonstrationsprojekts ist die Anzahl der Autos und der Nutzer signifikant gestiegen. Derzeit kommen 62 meist betriebliche Nutzer auf eine Flotte von neun Elektro-PKWs (Think City, Renault Fluence und Peugeot iOn).



E:Sharing mit einer Chipkarte. Quelle: MOVUS

PROJEKTTAKTIVITÄTEN

Die beiden eBRIDGE Projektpartner MOVUS und die Autonome Gemeinschaft der Balearen (CAIB – Comunitat Autònoma de les Illes Balears) setzten sich für die Verbreitung der Elektromobilität in Valencia und auf den Balearen ein. Die Auswertung der Fahrzeugdaten und die Analyse der Nutzereinstellungen führten zu einer Anpassung des E:Sharing-Systems, das für die Kunden attraktiver gestaltet werden konnte. Auf Grundlage der Erfahrungen in Valencia entwickelte CAIB für die Balearen einen integrierten Plan zur Förderung von Elektromobilität und Carsharing. Basierend auf einer vergleichenden Marktanalyse identifizierte MOVUS Unternehmen und öffentliche Institutionen als geeignete Zielgruppen für die Bewerbung von E-Carsharing als betriebliche Mobilitätslösung. Demgemäß stellt das Krankenhaus Virgen de los Lirios in Alcoy den Hauptnutzer der E:Sharing-Flotte dar. Außerdem wird E:Sharing regelmäßig von den Angestellten des Stadtplanungsamtes in Valencia verwendet.

Die Mitarbeiter des Pflegedienstes betrachten E:Sharing als eine sinnvolle Mobilitätslösung für Dienstfahrten. Nachdem die Fahrer mit den E-Fahrzeugen durch den täglichen Umgang vertrauter wurden, planten sie ihre Wege effizienter und die Anzahl der Krankenbesuche innerhalb der Batteriereichweite stieg. CAIB entwickelte eine Strategie zur Förderung von Elektromobilität und Carsharing. Im Zuge dessen wurde in Zusammenarbeit mit dem Valencianischen Institut für Wettbewerbsfähigkeit (IVACE - Institut Valencià de Competitivitat Empresarial) ein Rahmenkonzept für die Bildung und die Koordination des E-Carsharing-Komitees der Balearen ausgearbeitet. Das Komitee umfasste sämtliche relevante Stakeholder, um so Elektromobilität in der Region weiter voranzutreiben. Sobald die Einführung der einheitlichen Identifikationskarte für E-Fahrzeuge, genannt MELIB (Mobilitat Elèctrica a les Illes Balears), beschlossen sein wird, ist die Beteiligung anderer Stadtverwaltungen in Zukunft ebenfalls vorgesehen.



Das Krankenhaus Virgen de los Lirios ist die erste medizinische Einrichtung in Spanien, die über eine Elektroflotte für ambulante Pflegedienste verfügt.



E-Fahrzeug der E:Sharing-Flotte. Quelle: MOVUS

EMPFEHLUNGEN

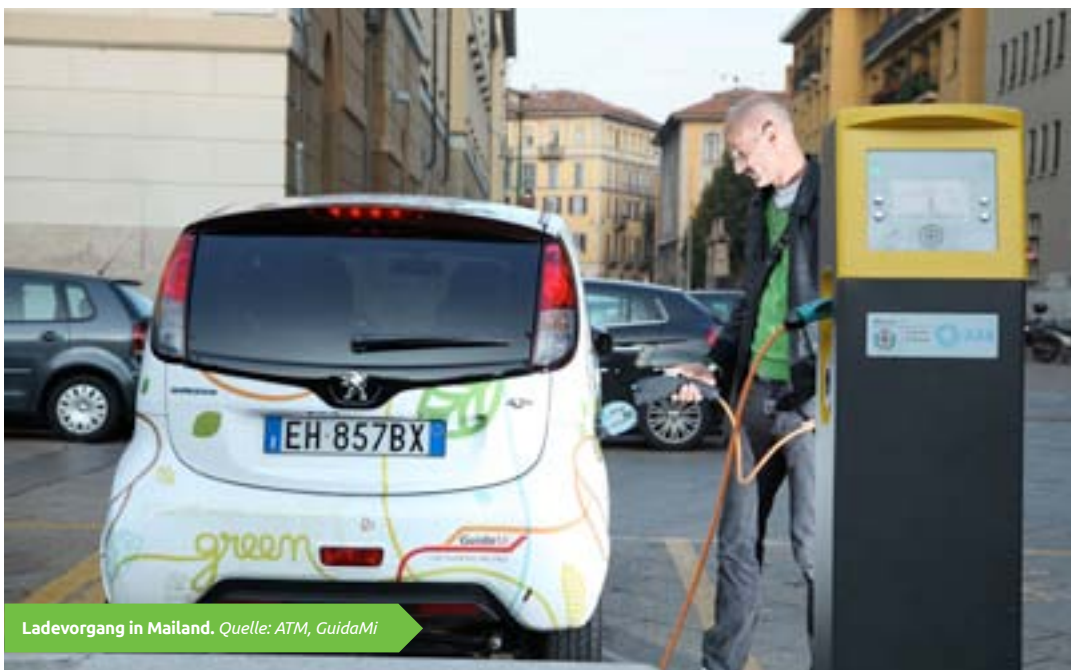
Die Ergebnisse des eBRIDGE Demonstrationsprojekts in Valencia und Palma verdeutlichen das große Potenzial von E-Carsharing als Mobilitätslösung für Geschäftskunden. Dadurch kann ein Beitrag zu einer Reduktion der Fahrtkosten sowie zu einem nachhaltigeren Firmenimage geleistet werden.

Die eBRIDGE Empfehlungen lauten wie folgt:

- Da es sich bei E-Carsharing um ein relativ neues Konzept handelt, ist kontinuierliche Werbung essentiell, um potenzielle Kunden auf den Nutzen von Elektromobilität und E-Fahrzeugen aufmerksam zu machen.
- Die regelmäßige Verwendung der E-Fahrzeuge ist das effektivste Mittel, um bekannte Nutzungsbarrieren zu beseitigen. Damit fällt es den Fahrern mit der Zeit leichter, die Fahrzeuge gemäß den jeweiligen Erfordernissen auszuwählen und die Wege entsprechend nötiger Ladevorgänge zu planen.
- Unerlässlich ist die Flexibilität der Anbieter. Dazu gehört die Anpassung an Kundenwünsche und -erwartungen, die Adaptierung von Marketingstrategien, die Einführung neuer Angebote sowie die aktive Suche nach zu bedienenden Marktnischen.
- Die Kundenbindung kann durch zuverlässige Wartungsdienste und qualitativ hochwertigen Kundenservice erhöht werden, was insbesondere für Anbieter in schwierigen Marktsituationen gilt.
- Die Einbeziehung von Stakeholdernetzwerken und der kontinuierliche Wissenstransfer helfen, E-Carsharing schnell zu verbreiten.

3.3 GuidaMi Car Sharing: Mit der Community wird E-Carsharing zum Erfolg

GuidaMi ist das stationsbasierte Carsharing-Angebot der Mailänder Verkehrsbetriebe (ATM - Azienda Trasporti Milanesi). Aufgrund der rapiden



Ladevorgang in Mailand. Quelle: ATM, GuidaMi

Zunahme von Carsharing-Anbietern in der Stadt und dem daraus resultierenden Wettbewerb musste die Elektroflotte von GuidaMi reduziert werden. Derzeit sind vier Elektro-PKWs und fünf Plug-in-Hybride (Citroën C-Zero und Toyota Prius) in der Umweltzone „Area C“ im Stadtzentrum stationiert.

PROJEKTAKTIVITÄTEN

Die eBRIDGE Partner FLI (Fondazione Legambiente Innovazione) und ATM untersuchten, wie man mittels webbasierter Werkzeuge die Erfahrungen der Nutzer erheben und deren Wissen über E-Fahrzeuge steigern kann. Die Ermittlung der Nutzungsbarrieren trug zudem dazu bei, das GuidaMi E-Carsharing-System entsprechend dem Feedback der Nutzer zu verbessern.

Darüber hinaus wurden verschiedene Marketing- und Werbemaßnahmen umgesetzt, um die Verbreitung von E-Fahrzeugen voranzutreiben.

Erstens wurde eine interaktive Umfrage mit ausgewählten Nutzern des Carsharing-Angebots durchgeführt, um mehr über deren Bedürfnisse und Erwartungen zu erfahren und Verbesserungsvorschläge zu erheben.

Zweitens kam es in Zusammenarbeit mit IKEA zur Umsetzung einer groß angelegten Umfrage. Im Rahmen dieser Kooperation wurden auch zahlreiche Werbemaßnahmen implementiert: Die Kunden des IKEA-Einrichtungshauses in Mailand konnten ein dort stationiertes E-Fahrzeug der GuidaMi-Flotte nutzen. Außerdem profitierten Mitarbeiter und Mitglieder von IKEA-Family von einer 50 % Reduktion auf die Jahresgebühr von GuidaMi und alle neuregistrierten E-Fahrzeug-Fahrer erhielten eine Gratisfahrt. Weiterhin wurde ein Pappaufsteller eines E-Fahrzeugs vor dem Geschäft positioniert und in sozialen Netzwerken dazu aufgerufen, Bilder von sich vor dem Aufsteller hochzuladen. Den Teilnehmern mit den meisten Bildern winkten Preise, z.B. in Form von Freikarten für die EXPO in Mailand 2015.



Standortbezogene soziale Netzwerke, wie z.B. foursquare, erwiesen sich in der Ermittlung der Erfahrungen der Nutzer in Echtzeit als äußerst nützlich.



E-Fahrzeug vor dem IKEA Einrichtungshaus Corsico in Mailand. Quelle: ATM, GuidaMi

Auf Betreiben von ATM beteiligte sich schließlich auch die Stadtverwaltung Mailand an einem Pilotversuch, um zu ermitteln, ob E-Fahrzeuge den alltäglichen kommunalen Mobilitätsbedarfen gerecht werden können. Da eine herkömmliche Carsharing-Flotte bereits als Ergänzung des bestehenden kommunalen Fuhrparks fungierte, stellten die E-Fahrzeuge eine neue Mobilitätsalternative im Rahmen dieser Strategie dar.

Trotz anfänglichen Misstrauens hinsichtlich der Zuverlässigkeit der E-Fahrzeuge, bestätigten die Mitarbeiter die positiven Merkmale der getesteten Autos: leises Fahren, ein leicht zu bedienendes Ladesystem, ausreichendes Kofferraumvolumen sowie ein ansprechendes Design.



E-Fahrzeug vor den Büros der Stadtverwaltung Mailand (Via Bernina). Quelle: ATM, GuidaMi

EMPFEHLUNGEN

Das Demonstrationsprojekt in Mailand verfolgt einen partizipativen Ansatz, der darauf abzielt, eng mit den Nutzern in der Weiterentwicklung und der Optimierung des E-Carsharing-Systems zusammenzuarbeiten.

Die eBRIDGE Empfehlungen sind die folgenden:

- Durch die tägliche Nutzung der E-Fahrzeuge wird das Laden zu einer selbstverständlichen Tätigkeit.
- Der Einsatz von Web-2.0-Werkzeugen in Kombination mit einem Gamification-Ansatz ermöglicht die Erhebung von Nutzererfahrungen mithilfe moderner digitaler Technologien.
- E-Carsharing bietet zahlreiche Möglichkeiten für die Integration von innovativen Funktionen wie z.B. ein Navigationssystem, das die verbleibende Batteriekapazität anzeigt, eine App, die Ratschläge für Fahren und Laden eines E-Fahrzeuges gibt, telefonischer Support oder eine App, die über den Fahrstil und die CO₂-Emissionen informiert.
- Ausschlaggebend für eine breitere Marktdurchdringung von E-Fahrzeugen sind die Verfügbarkeit einer flächendeckenden Ladeinfrastruktur sowie eine kundenorientierte Kommunikationsstrategie.

3.4 Caruso Carsharing: Peer-to-Peer-E-Carsharing elektrifiziert ländliche Gemeinden

Gerade in dünn besiedelten Gebieten ist die Abdeckung mit öffentlichen Verkehrsmitteln oftmals nicht ausreichend gegeben und der eigene Privatwagens somit fast unentbehrlich. Das österreichische eBRIDGE Demonstrationsprojekt bietet dafür eine flexible Lösung speziell für kleinere Gemeinden und Städte: Peer-to-Peer (P2P) E-Carsharing.



Bei P2P-E-Carsharing vermieten Autobesitzer (Private, Vereine, Gemeinden, Unternehmen) ihr Fahrzeug für eine bestimmte Zeitspanne an Andere. Dieser eigentliche Mietprozess wird häufig über eine App oder Website abgewickelt und ähnelt so traditionellen Carsharing-Angeboten. Allerdings handelt es sich um eine „virtuelle Flotte“, die sich aus den Autos der teilnehmenden Eigentümer zusammensetzt.

PROJEKTAKTIVITÄTEN

Im Rahmen des Demonstrationsprojekts wurden 29 P2P-E-Carsharing-Initiativen mit 39 Elektro-PKWs ins Leben gerufen, die üblicherweise von der Gemeinde oder der Organisation, die das E-Fahrzeug gekauft hat, initiiert und vorangetrieben wurden. Die Fahrzeuge werden sowohl von Verwaltungsangestellten als auch interessierten Bürgern gemeinschaftlich genutzt.

Einige der teilnehmenden Gemeinden waren: Gaubtisch, Krumbach, Baden, Auersthal, Waidhofen/Thaya, Thüringerberg, Zwettl, Bad Aussee, Gröbming, Weißenbach, Eferding, Korneuburg, Ernstbrunn, Langenegg, Lienz, Sarleinsbach, Amstetten, Hard, St. Leonhard, St. Veit an der Glan, Thal (Sulzberg), Werfenweng und Bad Zell.



E-Fahrzeug in Waidhofen/Thaya. Quelle: Zukunftsraum ThayaLand

Um eine (E-)Carsharing-Initiative zu starten, sind zahlreiche rechtliche, finanzielle als auch organisatorische Hürden zu nehmen. Der eBRIDGE Projektpartner Caruso Carsharing unterstützte daher engagierte lokale Stakeholder mit umfassendem Know-how und Beratung, stellte das nötige technische Equipment bereit (z.B. Bordcomputer, Reservierungssystem) und schloss Rahmenverträge ab. Außerdem wurde das P2P-E-Carsharing-Angebot öffentlichkeitswirksam beworben, um so Nutzer als auch andere Kommunen dafür zu begeistern oder zu animieren, ein eigenes Projekt zu initiieren. Des Weiteren wurden in Kooperation mit der Forschungsgesellschaft Mobilität (FGM-AMOR) Fahrzeugmonitorings, Interviews und Befragungen mit den Nutzern durchgeführt sowie ein Video gedreht.



Werfen Sie einen Blick auf die [Webseite von Caruso Carsharing](#) um noch heute eine E-Carsharing Initiative in Österreich zu starten!

Eine Erfolgsgeschichte von vielen ist jene des Badener E-Carsharings (bea), welches 2014 von der Stadtverwaltung Baden in Kooperation mit dem örtlichen Weltladen gestartet wurde. Bea wird sowohl für private als auch dienstliche Fahrten von 28 Bürgern und 4 betrieblichen Kunden genutzt. Damit werden ein einfacher Zugang zu Elektromobilität und eine



Aufladen eines E-Fahrzeugs. Quelle: Illwerke vkw, Marcel Hagen

zusätzliche Mobilitätslösung für die angemeldeten Personen und Unternehmen angeboten. Das Feedback der Nutzer während eBRIDGE war äußerst positiv: Drei Mitglieder haben bereits ihr Auto verkauft und zwei weitere Familien planen ebenfalls diesen Schritt.



Willkommensfeier für bea. Quelle: Stadtgemeinde Baden

EMPFEHLUNGEN

Das österreichische Demonstrationsprojekt zeigt, dass P2P E-Carsharing eine echte Ergänzung zum bestehenden Mobilitätsangebot in kleineren Gemeinden im ländlichen Raum darstellt.

Daraus können folgende eBRIDGE Empfehlungen abgeleitet werden:

- Der Schlüssel zum Erfolg eines P2P E-Carsharing-Systems liegt in den direkten Kontakten mit den Menschen vor Ort. Durch den persönlichen Austausch können diese am wirksamsten motiviert und für ein Projekt begeistert werden.
- P2P-e-Carsharing braucht engagierte Personen in den Gemeinden, die teilnehmende Nutzer unterstützen, das System weiter vorantreiben und als direkte lokale Ansprechpersonen fungieren.
- Der Einsatz moderner Carsharing-Technologie ist unerlässlich, um ein attraktives Angebot für die Nutzer bereitzustellen. Da es sich dabei jedoch um größere Investitionen handelt, sollte die Stadtverwaltung oder eine Organisation die finanzielle Verantwortung für das Carsharing-System übernehmen.
- Ein jährlicher Mitgliedsbeitrag in Kombination mit moderaten Nutzungsgebühren erwies sich als sinnvoll, um die Nutzer längerfristig zu binden und eine effiziente Auslastung des Autos zu bewirken.
- Das Verantwortungsgefühl für das E-Carsharing-System ist grundsätzlich als hoch einzustufen, da sich die Menschen in kleineren Gemeinden zumeist persönlich kennen. Kleinere Aufgaben, wie z.B. die Reinigung des Autos, können die Nutzer daher selbst übernehmen, was die Verwaltung und die Organisation des Systems erleichtert.



IM ÜBERBLICK: DIE ZENTRALEN ERGEBNISSE

ZUSAMMENFASSEND...

- E-Fahrzeuge eignen sich für mittellange Fahrten innerhalb von und zwischen Städten, sowohl für private als auch betriebliche Zwecke.
- E-Carsharing ermöglicht einen einfachen, kosteneffizienten Zugang zu Elektromobilität, ohne ein Elektroauto zu kaufen.
- Als modernes, flexibles Element lässt sich E-Carsharing problemlos in bestehende multimodale kommunale und betriebliche Mobilitätslösungen integrieren.

ORGANISATIONEN SOLLTEN E-CARSHARING IN BETRACHT ZIEHEN, WENN...

- Das Unternehmen oder die Verwaltungseinheit sich im Geschäftsgebiet eines bestehenden E-Carsharing-Anbieters befindet.
- Dienstfahrten vielfach spontan stattfinden.
- Der Unternehmensfuhrpark zu klein, zu wenig genutzt oder zu alt ist.
- Nicht ausreichend Parkplätze für das Unternehmen vorhanden sind.
- Die Mitarbeiter Dienstfahrten oft mit ihren privaten PKWs unternehmen.
- Die Strecke der Dienstfahrten zumeist unter 100 km liegt.
- Die Mitarbeiter oft reisen und dabei verschiedene Verkehrsmittel kombinieren.
- Die Mitarbeiter neuen Technologien und E-Fahrzeugen aufgeschlossen gegenüberstehen.



IM ÜBERBLICK: DIE ZENTRALEN ERGEBNISSE

KOMMT E-CARSHARING NICHT INFRAGE UND VERFÜGT IHRE ORGANISATION ÜBER EINEN BETRIEBLICHEN ODER KOMMUNALEN FUHRPARK, DANN EMPFIHLT SICH...

- E-Fahrzeuge als Ersatz oder als Ergänzung der bestehenden Flotte einzusetzen.
- Die derzeitige Flotte hinsichtlich ihrer Leistung, Zusammensetzung und Ansprüche zu analysieren und gegebenenfalls Anpassungsmaßnahmen vorzunehmen.
- Ein Verständnis für die Mobilitätsmuster und -bedürfnisse der Angestellten zu entwickeln.
- Die verfügbaren E-Fahrzeug-Modelle auf Ihre Eignung für die erforderlichen Aufgaben zu überprüfen.
- Nutzerumfragen durchzuführen, um die Einstellungen gegenüber neuen Technologien zu ermitteln.
- Die verfügbaren finanziellen und nicht-monetären Anreize für Elektromobilität auf ihre Anwendbarkeit zu überprüfen.
- Informationen über die Vorteile von E-Fahrzeugen für die Mitarbeiter bereitzuhalten und diese mittels Fahrtrainings mit den Autos vertraut zu machen.
- Zielgruppenorientierte Maßnahmen zu planen, die darauf abzielen, Nutzungsbarrieren, wie z.B. Reichweitenangst, abzubauen.
- Ladestationen an strategischen Punkten zu errichten, um Reichweitenangst zu minimieren und die Leistungsfähigkeit der E-Fahrzeug-Flotte zu erhöhen.
- Die private Nutzung der E-Fahrzeuge zu ermöglichen und daraus Nutzen zu ziehen: Aufladen an der privaten Steckdose, effizientere Nutzung der Flotte.
- Mit anderen interessierten Stakeholdern zu kooperieren sowie Wissen und Erfahrungen auszutauschen.



IM ÜBERBLICK: DIE ZENTRALEN ERGEBNISSE

CARSHARING-ANBIETER SOLLTEN FOLGENDES BEACHTEN...

- Anbieter sollten die zusätzliche Zahlungsbereitschaft der potenziellen Nutzer von E-Carsharing erheben. Ist diese gering, lässt sich ein rein elektrisches Carsharing-Angebot häufig nicht wirtschaftlich betreiben.
- Die Integration von E-Fahrzeugen in eine Flotte kann selbst dann von Vorteil sein, wenn Kunden Elektromobilität (noch) nicht nachfragen. Der Einsatz der Zukunftstechnologie verbessert das Image und die Erfahrungen im Betrieb können in Zukunft einen Wettbewerbsvorteil darstellen.
- Da es sich bei E-Carsharing um ein komplexes Produkt handelt, sollten Anbieter Beratungsleistungen im Bereich des Mobilitätsmanagements bereitstellen und das jeweilige Unternehmen in der konsequenten Planung der betrieblichen Mobilität unterstützen.

POLITISCHE MASSNAHMEN SIND MASSGEBLICHE STELLSCHRAUBEN DURCH...

- Nutzervorteile, wie z.B. Park- und Fahrprivilegien.
- Finanzielle Anreize zur Steigerung der Nachfrage von privaten Käufern und Flottenbetreibern nach E-Fahrzeugen.
- Die Zusammenarbeit mit Energieunternehmen zur Förderung einer flächendeckenden, diskriminierungsfreien Ladeinfrastruktur.
- Kooperationen mit anderen relevanten Stakeholdern, um die Verbreitung der Elektromobilität voranzutreiben.

DAS CHANGE-TOOL

Das CHANGE-Tool beinhaltet Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen, die von den eBRIDGE Demonstrationsprojekten umgesetzt wurden. So wurde dazu beigetragen, das Wissen über Elektromobilität zu erhöhen und gängige Vorbehalte zu entkräften. Die Maßnahmen zielten ferner darauf ab, das Nutzerverhalten zugunsten der Elektromobilität zu verändern und die Nachfrage nach E-Fahrzeugen zu erhöhen.

Im folgenden Kapitel liegt der Fokus auf jenen Maßnahmen, die sich am wirksamsten erwiesen haben, die Aufmerksamkeit auf Elektromobilität im Allgemeinen und die eBRIDGE Demonstrationsprojekte im Besonderen zu lenken. Ergänzend dazu wurden die bekannten Kommunikationskanäle (z.B. Webseiten, Newsletter) zu Informationszwecken verwendet.

Für die Konzeption und die Umsetzung von Werbemaßnahmen sollte generell beachtet werden:

- Ein umfassendes Wissen sowohl über die Gegebenheiten vor Ort als auch über die Bedürfnisse und Mobilitätspraxis der Zielgruppe zu erlangen (z.B. mittels Umfragen, Interviews, Begehungen, Workshops).
- Eine langfristige, mit den beteiligten Stakeholdern abgestimmte Strategie über die Integration von E-Fahrzeugen in das Mobilitätssystem zu entwickeln.
- Mit Schlüsselakteuren und lokalen Meinungsbildnern, die als Multiplikatoren fungieren können, zusammenzuarbeiten.
- Mit Organisationen aus ähnlichen Betätigungsfeldern (z.B. Carsharing, E-Bikes, öffentlicher Verkehr) für eine größere Breitenwirkung zu kooperieren.
- Lokale Kontaktpersonen mit einem breiten thematischen Wissen, die direkte Beratung und Hilfestellung liefern können, einzusetzen. Dies ist besonders wichtig im Falle von P2P-E-Carsharing.
- Lokale Veranstaltungen mit Bezug zu Elektromobilität als Kommunikationskanäle zu nutzen.
- Persönlichen Austausch mit den Nutzern zu intensivieren, um diese zu motivieren und deren Vertrauen in die Elektromobilität zu stärken.
- Mittels kollaborativer Web-2.0-Werkzeuge nicht nur Feedback der Nutzer einzuholen, sondern die Zielgruppen aktiv einzubeziehen, zu begeistern und in Folge eine höhere Nutzerakzeptanz zu erreichen.



Die Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen

wurden basierend auf den Ergebnissen vorangegangener Nutzerumfragen und Interviews erarbeitet. Das BASE- und das SHARE-Tool bieten in den vorherigen Kapiteln dahingehend weiterführende Informationen.

- Instrumente aus der Sozialpsychologie (z.B. normativer Einfluss) anzuwenden, um die Nutzer zu einem gewünschten Verhalten zu animieren.
- Auf die Zielgruppen zugeschnittene Kommunikationsmaßnahmen kontinuierlich durchzuführen, da Verhaltensänderungen erfahrungsgemäß Zeit benötigen.
- Auf ein qualitativ hochwertiges Angebot und zufriedene Nutzer abzielen. Das sind schlussendlich die effektivsten Werbemaßnahmen.

4.1 Die Sichtbarkeit der Flotte erhöhen: Fahrzeuggestaltung

WORUM GEHT'S?

Kommerzielle Carsharing-Anbieter verwenden eine auffällige Fahrzeuggestaltung, um damit die öffentliche Aufmerksamkeit für ihr Angebot zu erhöhen und die Autos eindeutig zu kennzeichnen. Da die Autos ständig im öffentlichen Raum präsent sind, eignen sie sich bestens als mobile Werbeträger für das jeweilige Angebot. Diese Maßnahme ist einfach umsetzbar und erzeugt keine laufenden Kosten. Außerdem kann sie für Flotten jeglicher Art Verwendung finden, wobei der Kreativität kaum Grenzen gesetzt sind. Zudem springen Logos auf den Autos nicht nur ins Auge, sondern können auch einen Anreiz darstellen, um über die Erfahrungen mit dem E-Fahrzeug ins Gespräch zu kommen.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Größere öffentliche Aufmerksamkeit für Elektromobilität.
- Klares Bekenntnis des Fahrers und des Unternehmens zu nachhaltiger, innovativer Mobilität.
- Bestärkung des Fahrers in seinem Verhalten.
- Kennzeichnung des Autos als E-Fahrzeug und somit die Berechtigung bestimmte Vorteile zu nutzen, z.B. Zugang zu Umweltzonen, gratis Parken.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Die E-Fahrzeuge sichtbar im Stadtraum zu platzieren; damit kann die Aufmerksamkeit von potenziell jeder Person im öffentlichen Raum geweckt werden.
- Die Gestaltung der Fahrzeuge gemeinsam mit den zukünftigen Nutzern zu entwerfen, um die Identifikation mit der Elektroflotte zu fördern.
- Die Größe und die Farbe der Werbung für das Angebot auf das Fahrzeugmodell abzustimmen.
- Die sinnvolle Platzierung der Werbung abzuwägen. Diese kann am Heck bzw. an den Seitenflächen angebracht werden oder das gesamte Fahrzeug bedecken.
- Bei einer Kooperation mit den lokalen Verkehrsbetrieben, die Werbung auch auf anderen Verkehrsmitteln (z.B. Bus, Straßenbahn) anzubringen.

DIE eBRIDGE BEISPIELE

Die Gestaltung der Fahrzeuge des GuidaMi-Carsharing-System des Mailänder

Verkehrsbetriebes ATM wurde mit einer korrespondierenden Werbung auf den lokalen Straßenbahnen abgestimmt. Da Carsharing Teil des öffentlichen Verkehrsangebots ist, erwies sich dies als besonders nützlich.



Werbung von GuidaMi auf einem E-Fahrzeug und einer Straßenbahn. Quelle: ATM, GuidaMi



Das unverkennbare österreichische E-Fahrzeug „Gaubitscher Stromgleiter“. Quelle: Gemeinde Gaubitsch

Im Rahmen des österreichischen Demonstrationsprojekts initiierten Gemeinden eigene E-Carsharing-Systeme. Die Teilnehmer einer lokalen E-Carsharing-Gruppe beteiligten sich an der Gestaltung der Fahrzeuge, was das Engagement und das Gemeinschaftsgefühl förderte. Außerdem erhielten die jeweiligen Fahrzeuge zumeist einen speziellen Namen (z.B. Stromgleiter, e-Go, Flugs), basierend auf den Vorschlägen der Nutzer. Die Gestaltung der Werbung für die Initiativen sowie andere Kommunikationsmaterialien wurden in der Regel von einem lokal ansässigen Designer entwickelt.

4.2 Elektromobilität unmittelbar erleben: Vorführungen von E-Fahrzeugen

WORUM GEHT'S?

Vorführungen bieten die beste Gelegenheit, um mit E-Fahrzeugen in Berührung zu kommen und sich unmittelbar mit Elektromobilität auseinanderzusetzen.

Da die Wenigsten schon mit dem Thema zu tun hatten, stoßen diese Veranstaltungen meistens auf reges Interesse. Im Rahmen von Informations- und Präsentationsveranstaltungen können so die Vorteile und die Potenziale von E-Fahrzeugen besonders hervorgehoben werden. Dabei können sich Interessierte beraten lassen, die verfügbaren E-Fahrzeuge in Augenschein nehmen und sogar eine Testfahrt machen.

Die Ausrichtung der Vorführungen orientiert sich an der jeweiligen Zielgruppe, welche von Flottenmanagern, Angestellten und öffentlichen Einrichtungen bis hin zu anderen relevanten Stakeholdern sowie der allgemeinen Öffentlichkeit reichen kann.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Informationen über Elektromobilität aus erster Hand und praktische Auseinandersetzung mit E-Fahrzeugen.
- Unmittelbares Erfahren des Fahrkomforts von E-Fahrzeugen, z.B. leises Fahren, keine Abgasemissionen.
- Beseitigung gängiger Vorbehalte und Erhöhung des Wissenstands über Elektromobilität.
- Begeisterung für Elektromobilität aufgrund positiver Fahrerlebnisse.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Testfahrten in größere Veranstaltungen einzubetten, um ein möglichst breites Publikum zu erreichen.
- Vorführungen durch andere Werbemaßnahmen zu begleiten, wie z.B. Verteilung von Werbegeschenken oder Lancierung einer entsprechenden Pressemitteilung.
- Vorführungen mehrfach zu wiederholen und in eine Gesamtstrategie zur Förderung von Elektromobilität einzubinden.

DIE eBRIDGE BEISPIELE

Der EUREF-Campus in Berlin ist ein Unternehmens- und Wissenschaftscluster mit mehr als 50 Organisationen und etwa 2000 Mitarbeitern. Im Rahmen der Plattform elektroMobilität ermöglicht die DB FuhrparkService, Elektromobilität auf unterschiedliche Weise kennenzulernen. Die Plattform versteht sich als ein Praxislabor und wird regelmäßig von Teilnehmern nationaler und internationaler Delegationen besucht. Während spezieller Veranstaltungen, z.B. der eBRIDGE Konferenz „Urban eMobility 2020“ im Oktober 2014, konnten E-Fahrzeuge auch auf dem Campus Probe gefahren werden.



Testfahrt während der Konferenz in Berlin. Quelle: choice GmbH, Benjamin Häger

Um E:Sharing zu mehr Bekanntheit auf regionaler Ebene zu verhelfen, stellte der eBRIDGE Projektpartner MOVUS E-Fahrzeuge auf verschiedenen Veranstaltungen im Themenfeld „Nachhaltige Mobilität“ vor, wie z.B. in mehr als 10 Städten während der Europäischen Mobilitätswoche. Selbst wenn die Veranstaltungsteilnehmer im Vorhinein nichts von den Testfahrten wussten, konnten sie so trotzdem ein Auto ausprobieren. Darüber hinaus wurden die E-Fahrzeuge Bürgermeistern, Beamten und Managern zu verschiedenen Anlässen zur Verfügung gestellt.



Testfahrt auf dem Gelände des Krankenhauses Virgen de los Lirios in Alcoy. Quelle: MOVUS

4.3 Vertrauen fassen: Fahrtrainings

WORUM GEHT'S?

Da fast alle Nutzer in den eBRIDGE Demonstrationsprojekten zum ersten Mal mit E-Fahrzeugen in Berührung kamen, stellten Fahrtrainings ein wesentliches Instrument dar, um die korrekte Handhabung der Autos zu erläutern und anfängliche Unsicherheiten der Fahrer zu beseitigen.

Zielgerichtete Informationen über die Eigenschaften und die Handhabung der E-Fahrzeuge tragen dazu bei, Vertrauen in die ungewohnte Technik aufzubauen, z.B. hinsichtlich des Startens, der Anzeigen am Armaturenbrett, des Automatikgetriebes und des Ladevorgangs. Durch eine ausführliche Einweisung der Nutzer in einen angemessenen Fahrstil (z.B. vorausschauendes Fahren, moderate Nutzung der Klimaanlage bzw. Heizung) kann die Reichweite der Batterie wesentlich verlängert werden. Während der Schulungseinheiten können außerdem etwaige Probleme und Fragen direkt angesprochen werden.

Fahrtrainings können entweder von professionellen Kursleitern oder von gezielt geschulten Mitarbeitern (z.B. den Flottenmanagern), die dann ihrerseits die Fahrer einweisen, vorgenommen werden. Andernfalls können Benutzerhandbücher für E-Fahrzeuge persönliche Fahrtrainings ergänzen.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Wissensvermittlung über Elektromobilität in einem sicheren Lernumfeld.
- Adäquate Nutzung der E-Fahrzeuge (z.B. richtiges Laden, effiziente Fahrstile, optimale Leistungsfähigkeit und Weglängen).
- Kostenreduktion aufgrund der erhöhten Reichweite der E-Fahrzeuge.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Mehrere Fahrtrainings zu unterschiedlichen Zeiten abzuhalten, da so möglichst viele Nutzer teilnehmen können.
- Genügend Zeit für die Fahrtrainings einzuplanen, um die E-Fahrzeuge ausführlich zu erklären und ausreichend Zeit für die Beantwortung von Fragen zu haben.
- Ein Benutzerhandbuch für E-Fahrzeuge bereitzuhalten, falls persönliche Schulungen vor Ort nicht möglich sind.
- Schriftliche Informationen einfach zu gestalten, das heißt, auf komplizierte Fachausdrücke zu verzichten und anschauliche Bilder zur Erläuterung zu verwenden.

DIE eBRIDGE BEISPIELE

In Vigo erhielten die Angestellten der CEAGA-Unternehmen bei der Buchung eines E-Fahrzeugs einen Leitfaden, wie die Autos zu benutzen und aufzuladen sind. Die Personalmanager der Unternehmen wurden vorab in die korrekte Handhabung der Autos eingewiesen, womit sie nicht nur für die Verwaltung der Flotten übernahmen, sondern auch als direkte Ansprechpartner für die Mitarbeiter fungierten. Erst die Teilnahme an einem Fahrtraining berechtigte die Angestellten des

Grafchaftsrats Carmarthenshire zum Fahren eines kommunalen Elektroautos. Dabei handelte es sich um eine Sicherheitsvorschrift, die es den Mitarbeitern ermöglichen sollte, sich im Rahmen einer professionellen Schulung mit den E-Fahrzeugen vertraut zu machen.

Die Fahrer der CML-Flotte nahmen an speziellen Trainings zu Fahrtechniken und generellen Aspekten der Autos teil. Die Fahrer der Pool-E-Fahrzeuge wurden von dem Flottenmanager eingewiesen.

In Österreich erhielten die Nutzer konkrete Hinweise und Tipps für energieeffizientes Fahren, wie z.B. Fahren bei niedriger Geschwindigkeit, überlegter Einsatz von elektronischen Geräten (Radio, Navigationssystem), Heizung und Klimaanlage.


Abb. 3 • Übersichtliches Benutzerhandbuch für die Fahrer der E-Fahrzeuge in Vigo. *Quelle: CEAGA; INOVA*

EBRIDGE: "EMPOWERING E-FLEETS FOR BUSINESS AND PRIVATE PURPOSES IN CITIES"
WP3 Demonstration (Vigo Pilot)


INOVA
INICIATIVA DE INNOVACIÓN Y OPORTUNIDADES
CEAGA
Fundación Centro de Estudios de Automoción de Galicia

1. Instructions for the use of electric vehicles: Ignite

The ignition of the Citroen C-Zero and Peugeot iOn is very quiet and fully automatic so the user must follow the instructions exactly.




The gear lever is placed in position "P"



To turn on, hold the key turned in the ignition until the end for 2 seconds, you will hear a sound and an indicator light will "READY". The vehicle is on.

EBRIDGE: "EMPOWERING E-FLEETS FOR BUSINESS AND PRIVATE PURPOSES IN CITIES"
WP3 Demonstration (Vigo Pilot)

INOVA
INICIATIVA DE INNOVACIÓN Y OPORTUNIDADES
CEAGA
Fundación Centro de Estudios de Automoción de Galicia



To start, depress the foot brake and release the parking brake. Far shift lever position "P" to "D" and go releasing the foot brake progressively, causing their movement was ahead.

2. Instructions for the use of electric vehicles: Automatic changing gear

Citroën C-Zero and Peugeot iOn are fully automatic, both the gearshift and in its operation.

The shift lever has 4 positions:

- "P": Parking position. Used to park the vehicle. If you want to remove the ignition key, it is only possible in that position.
- "R": Position to get the vehicle moving backwards.
- "N": Coasting of the vehicle.
- "D": Position to get the vehicle moving it forward.

4.4 Mehr über E-Fahrzeuge erfahren: Workshops

WORUM GEHT'S?

Workshops können zu verschiedenen Zwecken zum Einsatz kommen: Sei es um die Zielgruppen (Fahrer sowie Flottenmanager) direkt anzusprechen, spezifische Informationen zu vermitteln oder einen fachlichen Austausch zu ermöglichen. Workshops können im Rahmen von lokalen Veranstaltungen oder in Kooperation mit Partnerorganisationen stattfinden, um z.B. den Start eines Projekts bzw. einer Elektroflotte zu begleiten oder um sich während der Projektlaufzeit auftretenden Problemstellungen zu widmen.

Bei Workshops können auf die Perspektive der Nutzer eingegangen, Erfahrungen

ausgetauscht und Fragen geklärt werden. Um mögliche Teilnahmebarrieren niedrig zu halten, sollten Workshops vor Ort abgehalten werden.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Motivation und Bestätigung des Verhaltens der Nutzer durch Wissenstransfer und Austausch von positiven Erfahrungen.
- Entkräften gängiger Vorbehalte durch direkte persönliche Kommunikation.
- Lokale Präsenz sowie Unterstützung der Teilnehmer durch Beratung und Hilfestellung.
- Stärken des Vertrauens in Elektromobilität.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Gemeinsam mit anderen lokalen Stakeholdern den Workshop zu organisieren, um mehr potenzielle Teilnehmer zu erreichen.
- Den Workshop über verschiedene Kanäle zu bewerben (z.B. Schwarzes Brett des Unternehmens, E-Mail-Newsletter).
- Die Themen den Interessen der Zielgruppe entsprechend zu setzen.
- Den Workshop zu verschiedenen Zeiten anzubieten, damit mehr Interessierte teilnehmen können.
- Externe Experten einzuladen, die sowohl zusätzliche Informationen einbringen als auch Einblicke in die Praxis geben können.
- Begeisterte Nutzer zu involvieren, die von ihren persönlichen Erfahrungen berichten können.
- Eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, die es allen erlaubt, ihre Meinung einzubringen.
- Einen Bericht des Workshops zu erstellen, der zur Verbreitung der zentralen Ergebnisse aber auch als Nachschlagewerk dienen kann.
- An anderen ähnlichen Veranstaltungen teilzunehmen, um Kontakte zu knüpfen und das eigene Netzwerk zu erweitern.

DIE eBRIDGE BEISPIELE

Der persönliche Austausch war in den kleinen Gemeinden des österreichischen Demonstrationsprojekts von zentraler Bedeutung. Workshops unterstützten die Etablierung und Stärkung lokaler Netzwerke, insbesondere wenn mit Partnerorganisationen zusammengearbeitet wurde. Es zeigte sich, dass Workshops besonders dazu geeignet waren, direkt mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten, deren Meinungen zu erfahren und sie in ihrem Verhalten zu bestätigen. Durch den Austausch unterschiedlicher Erfahrungen konnten die Teilnehmer Vertrauen in die E-Fahrzeuge gewinnen, was wiederum half, Nutzungsbarrieren abzubauen. Letzten Endes sind es die zufriedenen Nutzer, die maßgeblich dazu beitragen, E-Carsharing bekannter zu machen.

Die Universität Cardiff und der Grafschaftsrat Carmarthenshire organisierten in Zusammenarbeit mit Carplus, einer namhaften NGO im Bereich Carsharing und



Diskussion bei einem Workshop in Österreich. Quelle: NÖ Energie- und Umweltagentur



Präsentation an der Universität Cardiff. Quelle: Universität Cardiff, Dimitrios Xenias

nachhaltiger Mobilität, einen gemeinsamen Workshop zum Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer. Lokale und regionale Verwaltungseinheiten nahmen daran ebenso teil wie private Carsharing-Anbieter. Ein Bericht mit den wichtigsten Ergebnissen kann [hier](#) heruntergeladen werden.

4.5 E-Fahrzeuge als selbstverständlich etablieren: Normativer Einfluss

WORUM GEHT'S?

Normativer Einfluss entstammt der Sozialpsychologie, wobei die Mitglieder einer Gruppe mit einer bestimmten Verhaltensweise Feedback darüber erhalten, wie sich eine Vergleichsgruppe dahingehend verhält, beispielsweise das Recycling-Bewusstsein einer Gruppe von Haushalten im Vergleich zu einer anderen. Andere Kommunikationskanäle, etwa Workshops oder E-Mails, dienen dazu, die Maßnahme des normativen Einflusses zu implementieren.

Derart kann das Verhalten einer Zielgruppe aktiv in eine gewünschte Richtung gelenkt werden. Zusätzlich können gezielte Anreize (Wettbewerbe, Spiele etc.) zur Motivation der Zielgruppe gesetzt werden, sich im Vergleich zu verbessern.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Gelenkte Verhaltensänderung der Zielgruppe, in diesem Fall eine gesteigerte Nutzung der E-Fahrzeuge.
- Aufmerksamkeit von weniger engagierten Nutzern für das gewünschte Verhalten.
- Wecken des Interesse ähnlicher Zielgruppen bei Verwendung eines Gamification-Ansatzes in Verknüpfung mit normativem Einfluss.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Maßnahmen, die auf normativen Einfluss abzielen, mit *fachlicher Unterstützung* zu entwickeln.
- Die Maßnahme direkt dort einzusetzen, wo die Verhaltensweise zum Tragen kommt, also entweder am Reservierungsschalter oder zum Zeitpunkt der Onlinebuchung.
- Die Ergebnisse entsprechend dem Zielgruppenprofil zu kommunizieren.

DAS eBRIDGE BEISPIEL

Die Angestellten des Grafschaftsrats Carmarthenshire erhielten eine E-Mail, die sie über die Auslastung der von ihnen genutzten E Fahrzeuge im Vergleich zu einem anderen eBRIDGE Demonstrationsprojekt informierte. Dadurch wurde das Fahren von Elektroautos nicht als Ausnahme, sondern viel mehr als Selbstverständlichkeit dargestellt, was in weiterer Folge die Nutzungsraten der E-Fahrzeuge erhöhen sollte.

Next time consider Driving Electric! 

- ☺ Go to most places in Carmarthenshire: **most recorded trips are over 40 miles without recharge. Our record holding trip is 70 miles!**
- ☺ Trips cost less so the Council can use funds where needed.
- ☺ Charge at the car park - no need for petrol station trips.
- ☺ Electric cars are more fun to drive!
- ☺ No exhaust - no local pollution
- ☺ Quiet and Quick!  

4.6 Mit gutem Beispiel vorangehen: Vorbildwirkung

WORUM GEHT'S?

Die öffentlichkeitswirksame Nutzung von E-Fahrzeugen von Managern oder behördlichen Abteilungsleitern untermauert das Bekenntnis zu nachhaltiger, innovativer Mobilität und kann eine Vorbildwirkung sowohl für die Angestellten als auch für die allgemeine Öffentlichkeit haben.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Größere Sichtbarkeit der Kommunikationsinhalte.
- Multiplikatorfunktion von Führungspersonen, die Andere zur Nutzung von E-Fahrzeugen animieren können.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Diese Maßnahme insbesondere in der Projektanfangsphase einzusetzen.
- Bekannte Persönlichkeiten oder Meinungsbildner als Werbeträger bei anderen Werbemaßnahmen (z.B. Veranstaltungen) zu involvieren.
- Die Maßnahme mittels Pressemitteilungen, sozialer Medien oder E-Mail-Newsletter zu bewerben.

DAS eBRIDGE BEISPIEL

CML geht proaktiv mit gutem Beispiel voran, um die Verbreitung von E-Fahrzeugen zu fördern. Als sichtbares Zeichen nach außen verwenden der Bürgermeister und mehrere Abteilungsleiter elektrisch betriebene Dienstfahrzeuge, was dazu beiträgt, das Vertrauen der Verwaltungsangestellten und der Einwohner Lissabons in Elektromobilität zu stärken.



Der Lissaboner Bürgermeister lädt ein E-Fahrzeug auf. Quelle: CML, Abteilung für Marketing und Kommunikation

4.7 Das Angebot verbessern: Mobilitätsmanagementsoftware

WORUM GEHT'S?

Eine konsequente Planung der Geschäftsmobilität kann dazu beitragen, diese zu optimieren und effizienter zu gestalten. Unternehmen können aus einer breiten Palette an Mobilitätsdienstleistungen (inkl. E-Carsharing) auswählen, die gemäß den betrieblichen Anforderungen in einem Portfolio zusammengestellt werden. Spezifische Richtlinien zur Optimierung der Geschäftsmobilität können durch technologiebasierte Lösungen, wie z.B. eine Mobilitätsmanagementsoftware, ergänzt werden.

Mithilfe dieser Werkzeuge kann die betriebliche Mobilität analysiert werden. Beispielsweise kann eine Smartphone-App dazu eingesetzt werden, das Mobilitätsverhalten der Mitarbeiter über einen definierten Analysezeitraum hinweg zu erfassen.

Die Analyse des Mobilitätsverhaltens der Angestellten, von wissenschaftlichen Erkenntnissen der Mobilitätsplanung, Budgetrestriktionen und relevanten Rahmenbedingungen (z.B. Mobilitätspolitiken) ermöglicht schließlich die strategische Planung der Geschäftsmobilität.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Förderung eines nachhaltigen Mobilitätsmix für die dienstliche Mobilität unter Einbeziehung von Elektrofahrzeugen und Carsharing-Angeboten.
- Kosteneinsparung durch ein effizientes betriebliches Mobilitätsportfolio.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Die Mobilitätsmanagementsoftware methodisch zu untermauern.
- Sinnvolle Werkzeuge für das Mobilitätsmanagement zu entwickeln, die die aktuellen Parameter der betrieblichen Mobilität (Mobilitätsverhalten der Angestellten, Kosten, Arbeitsabläufe) analysieren, Verbesserungspotenzial aufzeigen und dazu beitragen, die Geschäftsmobilität optimal zu planen.
- Das Vertriebspersonal als kompetente Berater für betriebliches Mobilitätsmanagement auszubilden.

DAS eBRIDGE BEISPIEL

Um zu ermitteln, ob Elektromobilität in das Mobilitätsportfolio integriert werden kann, ist eine Bedarfsanalyse als erster Schritt einer umfassenden Planung der Geschäftsmobilität unumgänglich. Dabei ist eine der größten Herausforderungen, Unternehmen davon zu überzeugen, ihre bestehenden Flotten ganz oder teilweise zu elektrifizieren bzw. durch E-Carsharing zu ersetzen bzw. damit zu ergänzen. Choice und DB FuhrparkService entwickelten für den EUREF-Campus in Berlin ein Konzept für die Analyse des Mobilitätsverhaltens der Mitarbeiter als Teil der gesamten betrieblichen Mobilität. Für die Umsetzung ist geplant, die App „DB Rent Tracks“ zu verwenden, welche außerhalb von eBRIDGE entwickelt wurde. Derzeit wird das Vertriebspersonal der DB FuhrparkService dahingehend geschult, die App in der Mobilitätsberatung von Geschäftskunden zu berücksichtigen. Somit bietet die DB FuhrparkService nicht nur Mobilitätsprodukte (Flinkster, e-Flinkster,

Call a Bike, Chauffeurdienste und Leasing) an, sondern auch umfassende Dienstleistungen aus dem Bereich des Mobilitätsmanagements zur Erstellung individueller betrieblicher Mobilitätsportfolios.

Mobilitätsmanagementsoftware. Quelle: DB Rent GmbH



4.8 Die Nutzer beteiligen: Web-2.0-Anwendungen

WORUM GEHT'S?

Soziale Medien und Web-2.0-Anwendungen bieten sich für eine Onlinebeteiligung der Zielgruppen an. Mithilfe von kartenbasierten Anwendungen, Mitmachplattformen und sozialen Netzwerken, die auch mobil mittels App oder responsivem Webdesign verfügbar sein sollten, können sich die Nutzer direkt mit dem Anbieter austauschen und ihre Perspektive einbringen.

Über spezielle Webseiten können für die unterschiedlichen Zielgruppen jeweils spezifische Informationen bereitgestellt werden. Während private Nutzer an einem (mobilem) Zugang zu Reservierungssystemen, digitalen Karten mit Ladestationen und Auskünften über Flotten und Preise interessiert sind, benötigen Geschäftskunden Mobilitätsmanagementwerkzeuge und kompetente fachliche Beratung. Zudem können Neukunden akquiriert werden, indem Kampagnen und Microsites entwickelt werden, die allgemeine Informationen bereithalten und zur erstmaligen Nutzung des Angebots anregen.

Für Anbieter ist es unerlässlich, mit bestehenden und neuen Nutzern über verschiedene soziale Netzwerke in Kontakt zu treten. So betreuen speziell geschulte Mitarbeiter Plattformen wie Facebook oder Twitter, wo Informationen, Beratung und Problemlösung in Echtzeit angeboten werden. Darüber hinaus können die Nutzer andere auf das Angebot aufmerksam machen sowie ihre persönlichen Erfahrungen schildern.

Mitmachplattformen eignen sich für die Beteiligung besonders engagierter Personen an der nutzerorientierten Weiterentwicklung des Angebots.

Kartenbasierte Partizipationsplattformen werden bereits heute eingesetzt, um die Auslastung von Carsharing- oder Bikesharing-Stationen bzw. die Notwendigkeit einer Ausweitung des jeweiligen Angebots zu ermitteln.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Individuelle Kommunikation und Austausch mit den Zielgruppen.
- Direktes Nutzerfeedback.
- Erfahrungsaustausch in Echtzeit.
- Verbreitung der Information auf breiter Basis.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Zielgruppenspezifische Webseiten zu entwickeln:
 - Potenzielle Neukunden: Ausgewählter Webseiten-Bereich oder Microsites, um Neukunden im Zuge von Kampagnen zu informieren.
 - Bestehende private Kunden: Nutzung des Angebots über eine Webseite und Apps (z.B. Buchungssystem, Karte der Ladestationen).
 - Unternehmen und Verwaltungseinrichtungen: Spezifische Webseite oder einen bestimmten Webseiten-Bereich mit weiterführenden Informationen über Geschäftsmobilität, betriebliche Flotten etc. sowie eine direkte Kontaktmöglichkeit zu geschultem Personal.
- Responsives Webdesign oder Apps zu verwenden, um die mobile Anwendung zu erleichtern.
- Direkte Verknüpfungen zu den eigenen Profilen in sozialen Netzwerken einzurichten.
- Die webbasierten Partizipationsmöglichkeiten der Nutzer zur Verbesserung des Angebots zu ermitteln.

DIE eBRIDGE BEISPIELE

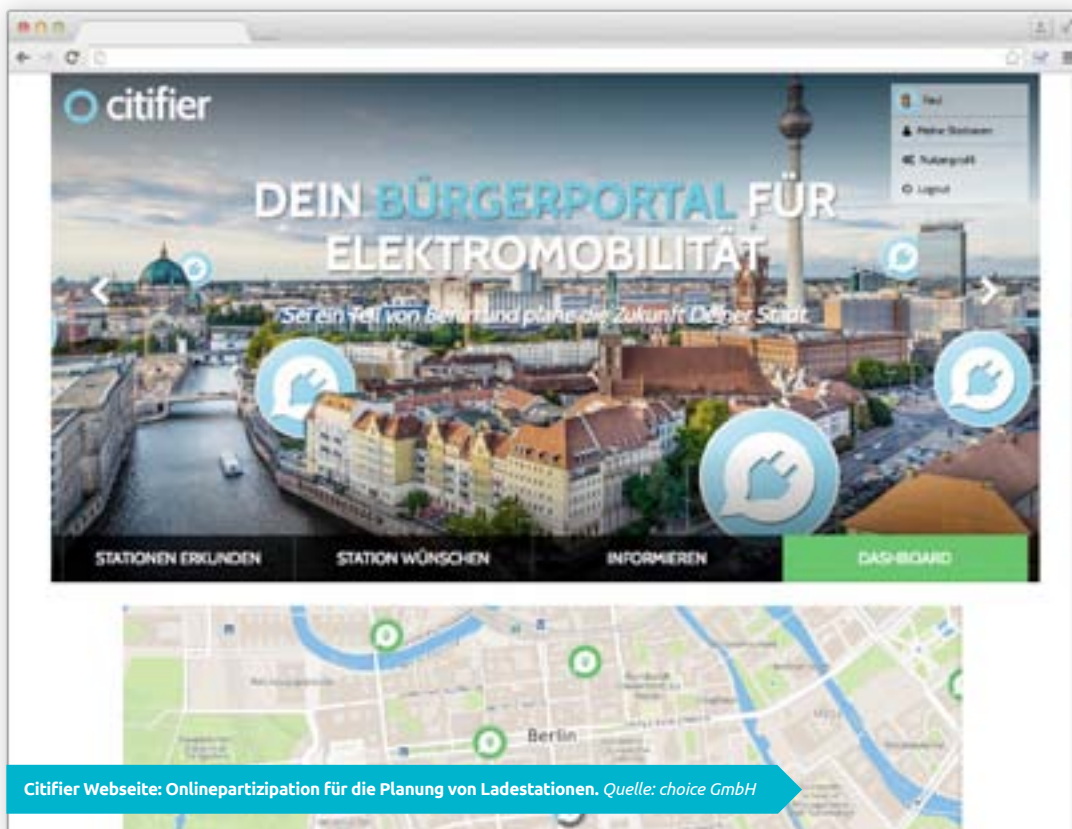
In Mailand entwickelten die eBRIDGE Projektpartner FLI und ATM ein Marketingkonzept, das sich auf die Nutzung digitaler Technologien in Kombination mit einem Gamification-Ansatz stützte. Dadurch sollten die GuidaMi-Carsharing-Kunden für Elektromobilität begeistert sowie mögliche Nutzungsbarrieren ermittelt werden.

Zum einen konnten die GuidaMi-Kunden ihre Fahrerfahrungen über soziale Netzwerke und eine App in Echtzeit mitteilen. Zum anderen konnten Verbesserungsvorschläge in ein digitales Logbuch eingetragen werden. Basierend auf diesen Ergebnissen konnte das GuidaMi-E-Carsharing-System gemäß den Erwartungen und den Bedürfnissen der Nutzer angepasst werden. Des Weiteren dienten standortbezogene Apps dazu, Informationen einem bestimmten Ort zuzuordnen sowie sich mit den Nutzern auszutauschen und das Angebot entsprechend zu verbessern.

Basierend auf den Ergebnissen von eBRIDGE, konzipierte die DB Rent (innerhalb der DB Fuhrpark Gruppe verantwortlich für die Endkunden) ihre Webseite für Geschäftskunden vollkommen neu. Diese dient nun als zentrales Portal für Unternehmen, das die gesamte Palette an Mobilitätsprodukten und Dienstleistungen im Bereich des Mobilitätsmanagements zugänglich macht.



Choice kooperiert mit der Stadtverwaltung Berlin bei der Entwicklung einer kartenbasierten Partizipationsplattform zur Standortplanung von Ladestationen. Dabei handelt es sich um einen nutzerorientierten Ansatz, von dem auch Carsharing-Anbieter profitieren können.



4.9 Die Breitenwirkung der Flotte erhöhen: Kooperation mit Schlüsselakteuren

WORUM GEHT'S?

Kooperationen mit Schlüsselakteuren eignen sich dafür, einerseits die Aufmerksamkeit auf den Nutzen von Elektromobilität zu lenken und andererseits das eigene Netzwerk auszubauen. Mögliche Kooperationspartner reichen von gut vernetzten Einzelpersonen bis hin zu Unternehmen, Institutionen oder NGOs, die sich im erweiterten Themenfeld „Elektromobilität“ bewegen.

In ländlichen Regionen erweist sich die persönliche Zusammenarbeit mit lokalen Meinungsbildnern und Multiplikatoren als besonders nützlich. Politiker, Experten, Energie- und Umweltorganisationen etc. können die Initiative wirkungsvoll unterstützen, indem sie diese z.B. in ihren eigenen Netzwerken bewerben oder Veranstaltungen mitorganisieren.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Vorantreiben der Elektromobilität mithilfe von bekannten Persönlichkeiten.
- Stärkere Breitenwirkung der Flotte und Multiplikatoreffekte durch vertrauenswürdige Partner.
- Stärken des Vertrauens in Elektromobilität und Förderung der Verbreitung von E-Fahrzeugen.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Elektromobilität auch über die Werbekanäle der Partnerorganisation zu bewerben.
- Werbeveranstaltungen mit den Partnern zu organisieren, um nicht nur von deren Wissen, sondern auch von ihren Kontakten profitieren zu können.

DIE eBRIDGE BEISPIELE

Von Januar bis Juni 2015 kooperierte ATM mit IKEA, um die Nutzung der E-Fahrzeuge der GuidaMi-Carsharing-Flotte mittels gezielter Anreize zu erhöhen. So erhielten die Mitglieder von IKEA-Family Rabatte auf die Jahresgebühr von GuidaMi und für neuregistrierte Fahrer war die erste Fahrt kostenlos. Außerdem wurden gesonderte Parkplätze mit Ladestationen für E-Fahrzeuge eingerichtet und die IKEA-Kunden dazu aufgerufen im Rahmen eines Wettbewerbs in sozialen Netzwerken, Fotos von sich mit einem Elektroauto hochzuladen. Des Weiteren wurde mittels Postern in den Einrichtungshäusern nicht nur die Kooperation an sich, sondern auch die ökologischen Vorteile der Elektromobilität beworben. Den Abschluss der Aktion bildete eine Umfrage unter IKEA-Kunden zur Erhebung des Wissenstands über E-Fahrzeuge und die Erfahrungen damit.

CML bewarb intensiv die kommunale Elektroflotte und die Ergebnisse des eBRIDGE Demonstrationsprojekts in Lissabon. In Kooperation mit den EU-Projekten „Pro-E-Bike“ und „FREVIEW“ (Freight Electric Vehicles in Urban Europe) fanden mehrere gemeinsame Workshops statt, bei denen die Teilnehmer Wissen austauschen und von den Erfahrungen der anderen mit E-Fahrzeugen lernen konnten.



Kooperation von ATM und GuidaMi mit IKEA. *Quelle: ATM, GuidaMi*



Lissabons Elektromobilitätskampagne. *Quelle: EMEL (Municipal Transport and Parking Operator)*

4.10 Neukunden akquirieren: PR-Fachleute & Vertreter

WORUM GEHT'S?

Für Werbung und Vertrieb sind bei großen Carsharing-Anbietern üblicherweise Fachleute für Public Relations (PR) und Vertreter zuständig. Jedoch kann sich deren Einsatz in der Neukundenakquise auch für kleinere Flotten lohnen, da diese sich um die mediale Verbreitung von Werbematerial sowie die Pflege von Kunden- und Geschäftsbeziehungen kümmern.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Eine zentrale Anlaufstelle für Presse- und Kundenanfragen.
- Verbreitung der Idee der nachhaltigen Mobilität.
- Betonung der Relevanz von Kommunikationsaufgaben.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Eine bewusste Auswahl der Zielgruppen vorzunehmen und direkte persönliche Kontakte herzustellen.
- Die Werbebotschaft auf eine gemeinsame Vision und die spezifischen Vorteile der Elektromobilität zu fokussieren.
- Bei Veranstaltungen zu ähnlichen Themen Testfahrten oder ähnliches anzubieten.

DAS eBRIDGE BEISPIEL

Bei MOVUS in Valencia ist ein ausgewiesener Mitarbeiter für PR und Vertrieb des E:Sharing-Systems verantwortlich. Das allgemeine Bewusstsein für Elektromobilität ist normalerweise gering. Deshalb ist die beständige Werbung mithilfe persönlicher Kontakte und mit unterschiedlichen Werbeträgern essentiell, um die Vorteile von E-Fahrzeugen und E-Carsharing bekannter zu machen. Über den direkten Kontakt zu öffentlichen Einrichtungen, z.B. Universitäten oder Kommunen, und privaten



MOVUS' PR Fachmann in Valencia. Quelle: MOVUS

Unternehmen können Vorführungen und Workshops organisiert werden, was zu einer Erhöhung der Aufmerksamkeit für E-Fahrzeuge und E-Carsharing beiträgt.

4.11 Das Interesse wecken: Zielgruppenorientiertes Werbematerial

WORUM GEHT'S?

Broschüren, Poster und Flyer können über Elektromobilität und Carsharing im Allgemeinen informieren, aber auch auf spezifische Nutzungsaspekte von E-Fahrzeugen und auf konkrete Missverständnisse eingehen.

Um das Interesse neuer E-Fahrzeug Nutzer zu wecken, eignen sich Videos mit Erfahrungsberichten von überzeugten Fahrern besonders gut, da diese authentisch über ihre persönliche Motivation und ihre eigenen Erfahrung berichten können. Außerdem können so Nutzungsbarrieren, z.B. die Reichweite und die Zuverlässigkeit von E-Fahrzeugen, direkt angesprochen und gängige Vorurteile widerlegt werden.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Übersichtliche Informationen auf einen Blick.
- Aufmerksamkeit für das Projekt.
- Anstoß, mehr über nachhaltige Mobilität in Erfahrung zu bringen.
- Engagierte, motivierte neue Nutzer.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Zielgruppenspezifische Informationen bereitzustellen.
- Informationen kompakt und gut lesbar aufzubereiten.
- Ein einheitliches Layout mit Wiedererkennungswert für alle Werbematerialien zu entwickeln.
- Unterschiedliche Werbematerialien in einer übergreifenden Kampagne zum Thema „Nachhaltige Mobilität“ zu bündeln.
- Zitate von überzeugten Nutzern und Meinungsbildnern einzusetzen.

DIE eBRIDGE BEISPIELE

Auf Grundlage von Umfragen und Interviews mit den Angestellten des Grafschaftsrats Carmarthenshire entwickelte die Universität Cardiff zwei unterschiedliche Flyer. Diese gingen direkt auf die am häufigsten genannte Nutzungsbarriere, die Reichweitenangst, ein und wurden in allen Flottenfahrzeugen platziert. Darüber hinaus wurde in den Flyern die spezifischen Vorteile der E-Fahrzeuge hervorgehoben: geringe laufende Kosten, keine Notwendigkeit, die für die kommunalen Dieselfahrzeuge vorgesehene Tankstelle anzufahren, und keine Emissionen.

Die persönlichen Erfahrungen der österreichischen Nutzer mit den E-Fahrzeugen wurden in einem Video festgehalten,



Auf der eBRIDGE Webseite finden sich Projektvideos.

Außerdem lohnt sich ein Blick auf die Seiten der Projektpartner, um sich über die neuesten Entwicklungen zu informieren.

das in den lokalen Nachrichten ausgestrahlt wurde. Darüber hinaus erfuhren die P2P-E-Carsharing-Initiativen breite Resonanz in lokalen Zeitungen und anderen Medien.



4.12 Erfolge kommunizieren: Pressemitteilungen

WORUM GEHT'S?

Eine Pressemitteilung beinhaltet in kompakter Weise Informationen über die Fortschritte und Erfolge des Projekts, Veranstaltungen oder zukünftige Schritte, wobei die Verbreitung über verschiedene Kommunikationskanäle (z.B. Zeitungen, Fernsehen, Webseiten, E-Mail-Newsletter) erfolgen kann. In der Regel wenden sich Pressemitteilungen an die allgemeine Öffentlichkeit, wodurch auch das Interesse für Elektromobilität bei neuen Nutzern geweckt werden kann.

WAS WIRD DAMIT ERREICHT?

- Aufmerksamkeit für das Projekt und die Vorteile der Elektromobilität.
- Anwerben von neuen Stakeholdern.

ES EMPFIEHLT SICH,...

- Verschiedene Kommunikationskanäle zu verwenden, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen.
- Anschauliche Bilder als Unterstützung des Texts zu verwenden.
- Die Zielgruppe gezielt anzusprechen, z.B. über lokale Medien oder firmeninterne Magazine.
- Persönliche Erfahrungen zu zitieren.

DAS eBRIDGE BEISPIEL

CEAGA bediente sich unterschiedlicher Werbekanäle, um das eBRIDGE Projekt und das Demonstrationsprojekt in Vigo bekannt zu machen. So wurden mehrere Pressemitteilungen auf den eigenen Webseiten, in dem Magazin des Automobilclusters „INFOCLUSTER“ und in regionale Zeitungen, wie z.B. La Voz de Vigo, veröffentlicht.

The screenshot shows a news article from the website 'La Voz de Vigo'. The article is titled 'Empresas de Vigo testan la eficiencia del coche eléctrico' (Companies in Vigo test the efficiency of the electric car). The text describes a project led by Ceaga, an automotive cluster, to test electric vehicles in urban areas. It mentions that the project involves 13 companies and institutions from six European countries, aiming to demonstrate the benefits of electric fleets for business and private use in cities. The article also notes that the project will run until March 2016. A yellow Citroën C-Zero electric car is shown in the image. The article is dated August 7, 2013, and has received 2 votes.

VIGO
Empresas de Vigo testan la eficiencia del coche eléctrico
 Ciudades de seis países participan hasta el 2016 en un proyecto de la UE que quiere demostrar las fortalezas de esta flota en zonas urbanas

SOLEDAD AOSTÓN
 vigo / la voz 07 de agosto de 2013 05:00

El coche eléctrico no termina de arrancar. Los especialistas insisten en que tiene mucho futuro, pero hasta la fecha el presente es bien pobre. El dato de las ventas resulta más que elocuente. En los seis primeros meses del año apenas se han vendido en España 360 unidades de ocho marcas, entre ellas el Citroën C-Zero.

Ceaga, el clúster gallego de la automoción, ha decidido predicar con el ejemplo y participar, junto a trece empresas e instituciones de seis países de la Unión Europea, en el proyecto eBridge (Empowering e-fleets for Business and Private Purposes in Cities), que se prolongará en el tiempo hasta marzo del 2016.

El objetivo es demostrar que los planes de flota eficientes pueden contribuir a introducir los vehículos eléctricos en las zonas urbanas y mejorar las condiciones del sector de la movilidad eléctrica. En definitiva, lo que harán será testar el coche y comprobar en el día a día sus fortalezas y debilidades.

La fundación Ceaga está integrada por un total de 90 empresas además del centro tecnológico CTAG, lo que la

de una decena- por parte de las firmas de la organización

Screenshot einer Pressemitteilung in La Voz de Vigo. Quelle: La Voz de Galicia

DAS eBRIDGE PROJEKT

eBRIDGE ist ein von der EU teilfinanziertes Projekt zur Förderung elektrisch betriebener Fahrzeugflotten. Diese sollen einen Beitrag dazu leisten, europäische Städte und Gemeinden lebenswerter, innovativer und wettbewerbsfähiger zu machen.

Die Projektaktivitäten während eBRIDGE trugen dazu bei, die Leistungsfähigkeit der Elektroflotten im täglichen Betrieb zu optimieren, die Nutzerfreundlichkeit von Carsharing-Angeboten zu verbessern und die Eignung von E-Fahrzeugen als alternative Mobilitätslösung aufzuzeigen.

Die sieben eBRIDGE Demonstrationsprojekte, die „Drivers of Change“, in Deutschland, Österreich, Italien, Portugal, Spanien und Großbritannien zeigen neue Wege auf, wie ein Wandel hin zur Elektromobilität gelingen kann.



DIE eBRIDGE PARTNER

Das eBRIDGE Team umfasst Planer, Techniker, Wissenschaftler, Interessenverbände, öffentliche Verwaltungen, Mobilitätsdienstleister, öffentliche Verkehrsbetriebe und Carsharing-Anbieter.



www.choice.de



www.dbfuhrpark.de



www.mobilitaetsinstitut.at



www.fgm.at



www.legambiente.it



www.atm.it



www.caib.es



www.movus.es



www.ceaga.com



www.inovaportal.com



www.cm-lisboa.pt



www.occam.pt



www.cardiff.ac.uk



eBRIDGE
Power to urban fleets



Gefördert durch das Programm „Intelligente
Energie – Europa“ (IEE) der Europäischen Union

Die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieser Publikation liegt bei den AutorInnen. Sie gibt nicht unbedingt die Meinung der Europäischen Union wieder. Weder die EASME noch die Europäische Kommission übernehmen Verantwortung für jegliche Verwendung der darin enthaltenen Informationen.

ebridge-project.eu

Folgen Sie uns auf

