

## E-Mobilitätsmodellregionen - 4 Länder-Treffen

*Kennenlernen – Voneinander lernen – Gemeinsam mehr bewegen!*

14. Dezember 2009 | Illwerke vkw, Waidachstraße 6, 6900 Bregenz

### Ergebnisse der Workshops

#### Workshop 1: Hürden und Erfolgsfaktoren – ein Status Quo aus den Modellregionen!

*Moderation: Christian Eugster, Illwerke vkw*

- **Verfügbarkeit von KFZ**  
Die Verfügbarkeit von E-Automobilen ist nach wie vor das „Hauptproblem“ der Modellregionen. Die strategische Einbindung der Hersteller ist schwierig.
- **Fokussierung auf die Batterie**  
Es wird sehr großes Augenmerk auf die technologische „Schwächen“ der Batterien gelegt, die „Stärken“ der E-Mobilität kommen zu kurz.
- **Akzeptanz der E-Mobilität**  
Die Modellregionen schaffen es, die Akzeptanz der Kunden zu erreichen. Der Markt wird vorbereitet.
- **Infrastruktur**  
In den Modellregionen wird sinnvolle Infrastruktur für einen breiten Einsatz von E-Mobilität errichtet.
- **Geschäftsmodelle**  
In den Modellregionen werden Geschäftsmodelle für E-Mobilität entwickelt. Diese können auf ihre Marktfähigkeit getestet werden.

## Workshop 2: Synergien aus den Modellregionen – gibt es Möglichkeiten für gemeinsame Projekte?

*Moderation: Erwin Smole, PricewaterhouseCoopers*

Synergien für (Modell)Regionen mit Elektromobilität gibt es vor allem für:

- Gemeinsame Nutzung von **Supportfunktionen**: Infrastruktur und Energielieferung wird von den lokalen Energieversorgern abgewickelt, die Supportfunktionen (Versicherung, Batteriemiete, Verträge usw) können gebündelt werden.
- **Zentraler Einkauf** von Fahrzeugen und Komponenten. Hier zeigt sich vor allem, dass man durch einen gebündelten Einkauf auf eine kritische Größe kommen kann und so derzeit leichter zu Fahrzeugen kommt
- **Gemeinsames Datenmanagement** durch zentrale Datenbanken. Es erscheint als nicht sinnvoll, dass jede Region ein eigenes Datenmanagement durchführt.
- **Batteriemiete**: Batterien sind derzeit noch die Komponenten mit den höchsten Kosten und mieten würde die Investitionskosten reduzieren. Durch eine Bündelung sind besseren Konditionen für die Mieten erzielbar.
- **Einheitliches Anforderungsprofil**: Wenn sich mehrere Regionen bei der Anforderung an Komponenten abstimmen, dann können Lieferanten einheitliche Systeme liefern
- **Fördermaßnahmen**: Rein finanzielle Maßnahmen sind oft riskant, da nach Beendigung der Maßnahmen das System zusammenbrechen könnte. Es sind somit auch andere Fördermaßnahmen notwendig, die aber erst am Markt getestet werden müssen. Wenn sich Regionen abstimmen und jede einen anderen Schwerpunkt legt, dann kann man hier sehr schnell und effizient die funktionierenden Lösungen erkennen.
- **Regelmäßiger Informations- und Erfahrungsaustausch**: Regionen würden gerne öfter und regelmäßig (2x Jahr) Erfahrungen austauschen, notwendig wäre eine Workshopstruktur mit konkreten Themen.
- **Krisenmanagement**: Die Verantwortlichen von Regionen sollten auf mögliche Krisen wie z.B. Unfälle medial vorbereitet sein.

### **Workshop 3: Welche Rolle kann Europa in Zukunft generell bei dem globalen Thema E-Mobilität spielen?**

*Moderation: Eveline Steinberger, Klima- und Energiefonds*

Dieser Workshop wurde nicht abgehalten.

### **Workshop 4: Manche Modellregionen setzen zuerst auf funktionierende Infrastruktur, andere wiederum legen den Schwerpunkt auf die Beschaffung von Fahrzeugen. Wie nähert man sich am besten der „Henne- Ei-Problematik“?**

*Moderation: Gerhard Günther, illwerke vkw*

Bezugnehmend auf die Henne-Ei-Problematik wurden folgende Themenfelder beleuchtet:

- Infrastruktur
- (fehlende) Visionen
- Stadt/Land
- Batterie
- Fahrzeuge
- Service
- Energiepreise
- Komfort, Reichweite
- Kosten
- Akzeptanz

Mögliche Lösungsansätze waren:

- Passende Geschäftsmodelle kreieren
- Auswahl geeigneter Kundengruppen
- Mittelfristige Nutzungsformen mitkonzipieren, second-use der Batterien
- Vorteile herausstreichen, Mobilität kaufen, Image
- Breite Information, Aufklärung

**Workshop 5: Modellregionen – sind sie der richtige Weg, der E-Mobilität ehestmöglich zum Durchbruch zu verhelfen? Brauchen wir viele kleine Modellregionen oder einige wenige große Modellregionen?**

*Moderation: Christoph Wolfsegger, Klima- und Energiefonds*

- Für die notwendige Vergleichbarkeit müssen idealerweise mind. 2 Modellregionen unter ähnlichen Rahmenbedingungen (in einem Land) vorhanden sein.
- Modellregionen sind notwendig, aber nicht hinreichend, da andere Faktoren ebenfalls ausschlaggebend sind (zB Verfügbarkeit von Fahrzeugen).
- Nationales Fördermodell soll den Ansatz von Modellregionen ersetzen. Innerhalb der Workshopgruppe herrschte Uneinigkeit ob dieser Zeitpunkt bereits gekommen ist.
- Längere Planbarkeit und Langzeitperspektiven (Roadmap) mittels stabiler Rahmenbedingungen sind für den Erfolg ausschlaggebend.
- Flexibilität der Handelnden auf sich ändernde Rahmenbedingung ist wichtig.
- Modellregionen fördern Kooperation innerhalb und zwischen Industrie/Dienstleistern.
- Modellregionen sind ein verhältnismäßig günstiges Instrument um E-Mobilität konzentriert zu testen und Konzepte zu entwickeln.

**Workshop 6: Erwartungsmanagement – gibt es eine Diskrepanz zwischen geweckten Erwartungen und der industriellen technologischen Realität? Kann diese etwaige Diskrepanz negative Auswirkungen haben und wie könnte man diese minimieren?**

*Moderation: Sonja Ammann, Klima- und Energiefonds*

Diskussionsergebnis:

**Ja**, es gibt eine Diskrepanz zwischen Erwartungen und der technologischen Realität!

Das Thema E-Mobilität ist positiv besetzt und wird sehr optimistisch dargestellt. Gefahr: Skeptiker warten auf Ernüchterung – derzeit ist der Preis für E-Fahrzeuge noch hoch.

Um **negative Auswirkungen** zu **minimieren** benötigen wir dringend:

- **stabile und attraktive rahmenpolitische Bedingungen/eine Strategie der Regierung**
- **staatliche Subventionen**
- **weitere Modellregionen**
- **europaweite Standards**
- **Gesamtökobilanzen**
- **verständliche Informationen über die Thematik**
- **Vielfältiges E-Fahrzeugeangebot**

Im Bereich E-Mobilität gibt es **unterschiedliche Interessensgruppen** und viele **Schnittstellen** zwischen:

- NutzerInnen
- EVUs
- Automobilindustrie/Zulieferindustrie
- systemischen Notwendigkeiten

Die **Masse** der VerkehrsteilnehmerInnen wird Ihr **Mobilitätsverhalten nicht so schnell ändern** bzw. überdenken. **Wichtig** für Kommunikation/Marketing und Werbung ist es, **Schnittstellen** laufend zu **identifizieren** und sich darauf einzustellen den **Kundenzusatznutzen breiter zu machen**.

**Konsumenten** sollen die **Chance** bekommen mit E-Fahrzeugen in Berührung zu kommen:

**„ER-fahren ist Glauben!“**

- **Kunden brauchen einen klaren individuellen Nutzen:** neue Innenräume und Designs sowie individuelle, zielgruppenspezifische Designs (Familien, Senioren, etc.).
- **Sicherheitsaspekte** müssen kommuniziert werden
- **Lifestyle vs. Klimaschutz – Spaßfaktor sollte stets kommuniziert werden** - nicht für alle steht beim Autokauf der Klimaschutz an erster Stelle.

**Was würde der Welt fehlen – käme E-Mobilität nicht:**

- Wesentlicher Beitrag zum Klimaschutz
- Re-Regionalisierung
- Leistbare Massenmobilität
- Alle Güter, die weiter als 15-20 km von unserem Wohnort entfernt sind
- Mobilität über 15km Reichweite
- Chance zur Vernetzung und ein neues Mobilitätsverhalten