

Elektromobilität in der Praxis

Endbericht

Programmsteuerung:

Klima- und Energiefonds

Programmabwicklung:

Kommunalkredit Public Consulting GmbH (KPC)

1 Projektdaten

Projekttitel	„e-mobil ist eh mobil!“	
Projektnummer	B971048	
Programm	Elektromobilität in der Praxis Ausschreibung 2019	
Beauftragter	tbw research GesmbH DI Angelika Rauch	
Projektpartner		
Projektstart und Dauer	Projektstart: 01.03.2020	Dauer: 8 Monate

Synopsis:

In „e-mobil ist eh mobil“ wurde ein interaktives Aktivierungsprogramm entwickelt, welches dazu dienen soll, das Wissen über die Möglichkeiten und den Nutzen von Elektromobilität bei Jugendlichen der Altersklassen 14 bis 25 zu verbessern und die Akzeptanz für unterschiedliche Mobilitätsformen - vor allem für aktive Mobilitätsformen und klimafreundliche elektrische Mobilitätsformen zu fördern. Hierzu wurden Informationsmaterialien entwickelt, ebenso wie eine Electric Rallye konzipiert, um ein reales Erleben und Kennenlernen von Elektromobilität zu ermöglichen. In einer Video-Challenge konnten die Jugendlichen ihre Bilder und Meinungen zur Elektromobilität mit ihren eigenen Worten und Wahrnehmungen präsentieren. Aus den besten vier Einreichungen wurde final ein kurzer Lehr- und Motivationsfilm in Kooperation mit den Jugendlichen erarbeitet und produziert. Die Umsetzung des Event-Konzeptes konnte innerhalb des Projektzeitraums infolge der COVID-19 Beschränkungen nicht wie geplant umgesetzt werden. Aus diesem Grund wurde ein erweitertes Konzept entwickelt, das zusätzlich zu der reinen Konzeption des Events auch organisatorische Inhalte, Checklisten und Zeitpläne umfasst, und damit einen Detaillierungsgrad erhält, der auch eine alleinige Umsetzung von bspw. BürgermeisterInnen oder Eventveranstaltenden verschiedenster

Gemeinden ermöglichen soll. Das Konzept wird in Anschluss an das Projekt auf der „e-mobil ist eh mobil“ Homepage, sowie der tbwr und BieM Homepage downloadbar und eigenständig anwendbar sein. Weiters wurde eine Unterteilung verschiedener Optionen (Durchführung eines eigenständigen Events vor Ort, Kooperation mit einem Fest der Gemeinde wie bspw. Feuerwehrfest, Kooperation mit einer eMobilitätsveranstaltung) durchgeführt und ein Kapitel mit Coronamaßnahmen hinzugefügt.

2 Inhaltliche Beschreibung des Projektes

2.1 Kurzfassung

Die Marktdurchdringung von Elektrofahrzeugen ist nach wie vor gering, auch wenn es inzwischen einige Modelle mit verschiedenen Reichweiten und in unterschiedlichen Preisklassen gibt. Während sich für Fuhrparks von Firmen und Firmenwagen deutliche steuerliche Vorteile erzielen lassen und zu einer gewissen Nachfrage führen, ist die Marktdurchdringung der Elektro-Fahrzeuge für KundInnen aus privaten Haushalten sehr gering. Um eine Verlagerung von Fahrten mit konventionell betriebenen Fahrzeugen auf elektrisch betriebene Fahrzeuge zu erreichen, den Besitz fossil betriebener Fahrzeuge sowie den Fahrzeugbesitz selbst zu reduzieren, ist eine gezielte und **zielgruppenspezifische Bewusstseinsbildung** gefragt. Viele Studien heben die höhere Akzeptanz von technologischen Neuerungen und die höhere Technikaffinität der sogenannten Generation Z hervor, zu der die zwischen 1994 und 2010 geborenen heutigen Jugendlichen zählen. Sie werden in den nächsten Jahren in den Arbeitsmarkt eintreten und eigene Mobilitätsgewohnheiten entwickeln und sind komplett mit digitalen Technologien aufgewachsen. Hier gilt es einen wichtigen Grundstein für ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten im Erwachsenenalter zu legen, wenn ihre Freiheit bezüglich Verkehrsmittelwahl, Ziel- und Aktivitätenwahl zunimmt.

Das übergeordnete **gesellschaftliche Ziel** von „e-mobil ist eh mobil“ ist die Verlagerung von Fahrten mit konventionell betriebenen Fahrzeugen auf elektrisch betriebene Fahrzeuge sowie den Besitz von fossil betriebenen Fahrzeugen zu reduzieren und Wissen zu und Akzeptanz von E-Mobilität zu steigern. Als Zielgruppe wurden hierfür Jugendliche der Altersgruppe 14-25 Jahre gewählt.

Ziel des Projektes war es, ein Konzept für geeignete Informations- und Kommunikationsinstrumente für Jugendliche bestehend aus analogen und digitalen Bestandteilen zu entwickeln und zu testen, die zu einem besseren Verständnis und einer höheren Akzeptanz der Elektromobilität führen. Weiters sollten das Wissen und die Fähigkeiten gefördert werden, die Dienstleistung Mobilität abseits vom individuellen Verkehrsmittel zu nutzen und dazu führen, dass Jugendliche zu MultiplikatorInnen für die Verbreitung von E-Mobilität sowohl in der Gruppe ihrer Peers, als auch ihnen nahestehender Erwachsener werden.

Ergebnis ist ein **interaktives Aktivierungsprogramm** mit analogen und digitalen Elementen, welches das Wissen, das Interesse und die Akzeptanz für Elektromobilität und Sharing bei Jugendlichen erhöhen soll und sie als zukünftige Nutzengruppe adressiert. Das interaktive Aktivierungsprogramm besteht aus einem kurzen **Fakten-Check zur Elektromobilität**, einer **Electric**

Rallye zum Test von Fahrzeugen und Services bei verschiedenen AnbieterInnen sowie einer **Video-Challenge** mit dem Ziel der individuellen Vertiefung des Themas.

Zu den **Tätigkeiten**, die im Projekt durchgeführt wurden, gehören die Konzeption eines analogen Vor-Ort Events, für das speziell auf Jugendliche ausgerichtete Informationen zur Elektromobilität entwickelt wurden und spielerisch verbreitet werden (Gamification).

Die Umsetzung des Event-Konzeptes konnte innerhalb des Projektzeitraums infolge der COVID-19 Beschränkungen nicht wie geplant umgesetzt werden. Aus diesem Grund wurde ein **Detail-Konzept** entwickelt, das zusätzlich zu der reinen Konzeption der Durchführung vor Ort auch organisatorische Inhalte, Checklisten und Zeitpläne umfasst, und damit einen Detaillierungsgrad erhält, der auch eine **alleinige Umsetzung von bspw. BürgermeisterInnen, KEM- ManagerInnen oder Event-VeranstalterInnen** verschiedener Gemeinden ermöglichen soll.

Kernstück des Projektes war die Entwicklung und Umsetzung einer **Video-Challenge**. Bei der Challenge wurden die Jugendlichen aufgefordert kurze, spaßige und informative Videosequenzen zum Thema Elektromobilität zu drehen. Die **besten drei Videos** wurden prämiert, ein Sonderpreis für ein besonders kreatives Video vergeben und in einen kurzen **Lehrfilm** zum Thema Elektromobilität integriert, der gemeinsam mit Jugendlichen inhaltlich erarbeitet und umgesetzt wurde. Es wurden im gesamten Projekt **Methoden der Co-Creation** angewandt, mit denen die Projektinhalte zusammen mit Jugendlichen aber auch mit VertreterInnen der E-Mobilitäts-Branche erarbeitet wurden.

Resultate und Schlussfolgerungen

Durch die COVID-19 Krise war der Zugang zu den Jugendlichen erschwert, da sie einerseits mit den Änderungen ihres Alltags lernen mussten umzugehen und auch kein persönlicher Zugang zu ihnen möglich war. Das größte Projektrisiko, die Jugendlichen zu motivieren an der Challenge und an dem Filmprojekt teilzunehmen, das bereits bei Projektbeginn bekannt war, wurde dadurch noch einmal verschärft. Auch der Plan dem entgegenzuwirken, indem Jugendliche in Bäder und Parks gezielt angesprochen werden, konnte nicht umgesetzt werden. Um trotzdem Jugendliche zu erreichen, wurde stark auf Peers gesetzt, die in ihrer eigenen Community Jugendliche persönlich über ihren eigenen Account (über Instagram und Snapchat) zum Mitmachen bei der **Video-Challenge** animierten. Durch diese Ansprache konnten Jugendliche trotz dieser erschwerten Bedingungen erreicht werden. Dieser Zugang sollte, infolge des hohen Stellenwertes von sozialen Medien für Jugendliche, auch in weiteren Bewusstseinsbildungsprojekten mit Jugendlichen beibehalten werden.

Da das ursprünglich geplante Umsetzungs-Konzept mit **Fakten-Check** zur Elektromobilität und einer **Electric Rallye** zum Test von Fahrzeugen nicht wie geplant durchgeführt werden konnte, wurde ein Gesamt-Konzept entwickelt, das neben der reinen Event-Durchführung auch alle anderen inhaltlichen und organisatorischen Details für eine Bewusstseinsbildungskampagne für Jugendliche im ländlichen Gebiet enthält. Dieses Konzept soll im Zuge eines Folgeprojektes getestet, evaluiert und adaptiert werden. Geplant ist es in Kooperation mit den KEM ManagerInnen und dem

Unternehmen vibe eine Tour quer durch Österreich durchzuführen und in verschiedensten ländlichen Gemeinden (ca. 10-30) das Konzept zu testen und für eine erfolgreiche Ansprache von Jugendlichen der Generation Z zu optimieren.

Das Lehrvideo wird für weitere Bewusstseinsbildungskampagnen von tbwr und der Bundesinitiative eMobility Austria (BieM) verwendet.

Bewusstseinsbildung für Jugendliche im Bereich neue und nachhaltige Mobilität ist ein wesentlicher Faktor in F&E Projekten und alle weiteren Erkenntnisse helfen Jugendliche besser zu verstehen und zu adressieren.

2.2 Projektinhalte und Resultate

2.2.1 Ausgangssituation und Motivation

Im April 2019 waren 23.958 reine Elektrofahrzeuge (<http://www.beoe.at/statistik/am> 20.05.2019) in Österreich zugelassen. Im April lag die Zahl der Neuzulassungen der vollelektrische E-Autos bei 3.266 (<http://www.beoe.at/statistik/am> 20.05.2019). Im Vergleich zu den vergangenen Jahren ließen sich deutliche Steigerungen in den Erstzulassungen verzeichnen. Nichts desto trotz war der Anteil der reinen Elektrofahrzeuge an den Erstzulassungen mit 2,9% vergleichsweise niedrig. Bisherigen Argumenten, wie niedrige Reichweiten und unzureichendes Angebot an Ladeinfrastruktur in Stadt und Land, konnte aufgrund vielfacher Initiativen in den Bereichen des Ladeinfrastrukturausbau und technologischer Weiterentwicklungen im Bereich der Speicherkapazitäten der Wind aus den Segeln genommen werden. Im Preissegment zwischen 20.000 und 30.000 Euro gibt es Fahrzeuge mit effektiven Reichweiten zwischen 100 und 200 Kilometer. Der Renault Zoe und Nissan Leaf bieten für rund 25.000 Euro Reichweiten bis zu 240/250 km (<https://elektro-kraftfahrzeuge.com/elektrofahrzeuge/lieferbare-pkw-mit-elektro-antrieb/> am 20.05.2019). Im höheren Preissegment ab 55.000 Euro findet man Fahrzeuge mit Reichweiten über 400 km laut Herstellerangaben (<https://elektro-kraftfahrzeuge.com/elektrofahrzeuge/lieferbare-pkw-mit-elektro-antrieb/> am 20.05.2019). Bis Ende des Projektzeitraums kam noch eine Vielzahl an neuen Elektrofahrzeugen dazu.

Über drei Viertel der insgesamt 1.677 neuzugelassenen Elektroautos in 2015 waren Firmenwagen, das sind 1.289 Fahrzeuge. Wenn auch höher als im allgemeinen Schnitt von 2015 (0,54% aller Neuzulassungen) war auch hier der Anteil mit 0,65% aller Neuzulassungen noch gering (<https://www.arval.at/de/e-mobilitaet-fuhrpark>, am 20.05.19). Insgesamt waren etwa neun Prozent der Pkw in Österreich privat genutzte Firmenwagen, das sind bis zu 400.000 Pkw (<https://www.vcoe.at/news/details/firmenwagen-sozial-gerecht-und-oekologisch-vernuenftig-besteuern-1680>, am 20.05.19). Nicht nur in Österreich nutzen Unternehmen die Bereitstellung eines Firmenwagens statt eines entsprechend höheren Gehalts, um Steuern zu sparen. Während sich für

Fuhrparks von Firmen und Firmenwagen deutliche steuerliche Vorteile erzielen lassen und zu einer gewissen Nachfrage führen, ist die Marktdurchdringung der Elektro-Fahrzeuge für KundInnen aus privaten Haushalten sehr gering.

Annahmen über die Ursachen gibt es viele. Sie reichen weit über die Unsicherheit bezüglich des Ladeinfrastrukturnetzes, die Reichweiten, das schwer im Vorhinein abzuschätzende Reiseverhalten in Alltag, Freizeit und Urlaub sowie die zum Teil noch sehr hohen Kosten für die Anschaffung der Fahrzeuge und die langen Bestellzeiten hinaus. Auch fehlt es oft am Wissen über kostensenkende Faktoren der Elektromobilität und Beratungsangebote seitens diverser Stellen. Das Beratungsnetz für Unternehmen ist bereits besser aufgestellt und Beratungsangebote zu Anschaffung und Förderung von Elektrofahrzeugen werden bereits jetzt offensiv an Unternehmen und ihre Fuhrparkmanager herangetragen.

2.2.2 Projektziele

Um eine Verlagerung von Fahrten mit konventionell betriebenen Fahrzeugen auf elektrisch betriebene Fahrzeuge zu erreichen, den Besitz von fossil betriebenen Fahrzeugen zu reduzieren und so zu einer Reduzierung des Fahrzeugbesitzes zu kommen, ist eine **gezielte und zielgruppenspezifische Bewusstseinsbildung** gefragt. Deren Ziel muss sein, ohne erhobenem Zeigefinger, die positive Wahrnehmung der Elektromobilität zu fördern, den individuellen Mehrwert und Nutzen vom Umstieg auf eigene oder geteilte elektrische Fahrzeuge zu kommunizieren, individuelle (elektrische) Verkehrsmittel mit dem öffentlichen Verkehr zu kombinieren, durch Wissenstransfer Ängste und Barrieren abzubauen und schlussendlich die Akzeptanz für Elektromobilität allgemein zu steigern.

Zielgruppe Jugendliche

Viele Studien heben die höhere Akzeptanz von technologischen Neuerungen und die höhere Technikaffinität der sogenannten **Generation Z** hervor. Zur Generation Z zählt man die zwischen 1994 und 2010 geborenen heutigen Jugendlichen. Sie werden in den nächsten Jahren in den Arbeitsmarkt eintreten und eigene Mobilitätsgewohnheiten entwickeln. Weiters sind sie mit digitalen Technologien aufgewachsen. Das Internet und Smartphone gehören zu ihrem Leben selbstverständlich dazu - im Privatleben sowie auch im Alltag. Diese Generation wird aus unterschiedlichen Gründen Mobilität mehr als einen Service betrachten und für ihre Bedürfnisse zugeschnittene Angebote benötigen. Hier gilt es einen wichtigen Grundstein für ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten im Erwachsenenalter zu legen, wenn ihre Freiheit bezüglich Verkehrsmittel-, sowie Ziel- und Aktivitätenwahl zunimmt.

2.2.3 Tätigkeiten im Rahmen des Projektes inklusive methodischem Zugang

Der Schwerpunkt bei diesem Projekt lag auf **Methoden der Co-Creation**, mit denen die Projektinhalte zusammen mit Jugendlichen aber auch mit VertreterInnen der E-Mobilitäts-Branche erarbeitet wurden. Da es bereits kurz nach Projektstart nicht absehbar war, ob ein reales Erleben und Kennenlernen von Elektromobilität im Zuge einer Veranstaltung infolge von COVID-19 möglich sein wird, wurde vom Projektteam beschlossen das Kernstück des Projektes, die Videochallenge vorzuziehen, um zeitgerecht starten zu können.

Gemeinsam mit zwei engagierten Jugendlichen (18 und 17 Jahre) wurde das Konzept der Challenge entwickelt, bei der die Jugendlichen ihr Bild von E-Mobilität zeigen sollten. Zu Beginn wurden gemeinsam Informations- und Kommunikationsinstrumente diskutiert. Soziale Medien besitzen bei Jugendlichen einen wichtigen Stellenwert und haben während der COVID-19 Zeit noch stärker an Bedeutung gewonnen, weshalb es als sinnvoll erschien, dieses Kommunikationsinstrument zum Einsatz zu bringen. Besonders Snapchat und Instagram wurden als geeignete Instrumente von den Jugendlichen ausgewählt, da hier eine große Anzahl von möglichen Interessierten erreicht werden konnte. Zusätzlich wurde beschlossen auch über Facebook und LinkedIn den Aufruf zu verbreiten, um auch interessierte junge Erwachsene auf diesem Weg zu erreichen bzw. auch das Teilen in anderen Kanälen zu ermöglichen.

Weiters wurde ein Unterstützungsansuchen entworfen und am 9.3.2020 an potentielle Sponsoren gesendet:

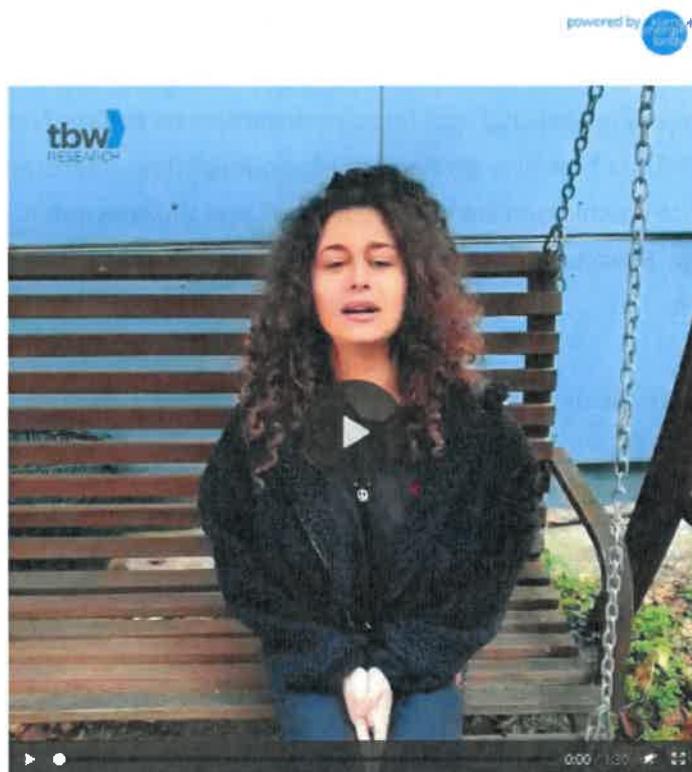
EVN AG, INSTADRIVE GmbH, SCHRACK, circ (Scooterverleih), VW Österreich, ÖAMTC, Renault Österreich, Energie- und Umweltagentur Niederösterreich (eNu), Upstream - next level mobility GmbH

ÖAMTC, INSTADRIVE und Renault sagten ihre Unterstützung vor Ort beim eMobilitätstag in NÖ bei der Rätselalley und mit „goodie bags“ zu. Auch die eNu sagte ihre Unterstützung mit Essensgutscheinen für die Jugendlichen zu. Leider musste der eMobilitätstag NÖ infolge der COVID-19 Krise abgesagt werden. Upstream unterstützte das Projekt mit Werbegeschenke, die an die Jugendlichen verlost oder verschenkt werden sollten. Diese Werbegeschenke konnten nicht verteilt werden, sollen jedoch bei der geplanten Umsetzung nach Projektende im Sommer 2021 zum Einsatz kommen.



Abbildung 1: Goodies

Es wurde eine Projektwebsite erstellt und ein Erklärvideo mit Johanna (18 Jahre) gedreht.



Sende uns ein kurzes, witziges, ernstes, cooles oder auch informatives Video zum Thema Elektromobilität! Benutze dafür was immer du möchtest (Youtube, TikTok, Instagram etc.)!

Abbildung 2: <https://www.emobil-challenge.at/mach-mit-videochallenge/>

Den Weg zur Challenge konnten die Jugendlichen mittels QR-Code auf der Projekt-Webseite und in den sozialen Medien finden. Der Ablauf der Challenge wurde sowohl in Form des Erklärvideos, als auch schriftlich erläutert. Die Aufgabenstellungen und Regeln wurden gemeinsam mit Jugendlichen er- und ausgearbeitet. Die Jugendlichen wurden aufgefordert kurze, spaßige und informative Videosequenzen zum Thema Elektromobilität zu drehen.

Die besten drei Videos sollten prämiert und in einen kurzen Lehrfilm zum Thema Elektromobilität integriert werden.

Siehe: <https://www.emobil-challenge.at/>

Der Aufruf wurde von den Jugendlichen selbst per Snapchat und Instagram an andere befreundete Jugendliche gesendet. Weiters gab es eine Verbreitung über Facebook und Linkedin und sowie über die Newsletter der BieM (Bundesinitiative eMobility Austria) und WIMEN, sowie auf der Homepage des EMC (ElektroMobilitätsClub Austria). Auch der ÖAMTC wurde gebeten die Informationen weiter zu geben und Jugendorganisationen wurden in Kooperation mit dem Forschungsprojekt youth codes (FFG 873361) angefragt.

Durch die COVID-19 Krise war der Zugang zu den Jugendlichen erschwert. Eine direkte persönliche Ansprache konnte nicht umgesetzt werden, wodurch eine Umstrukturierung notwendig wurde. Um trotzdem Jugendliche zu erreichen, wurde stark auf Peers gesetzt, die in ihrer eigenen Community Jugendliche persönlich zum Mitmachen animierten. Hierfür wurden vor allem diverse Kanäle von sozialen Medien eingesetzt, um viele unterschiedliche Jugendliche zu erreichen und zur Teilnahme zu motivieren. Dies schien zum gegebenen Zeitpunkt am effektivsten und konnte gut umgesetzt werden.

Im April 2020 wurde die Challenge stark in diversen Kanälen beworben. Im Zeitraum von ca. 6 Wochen (29.04. bis 15.06.2020) wurden 12 Videos per Mail eingereicht.

Neben den Möglichkeiten zur Einreichung gab es auf der Projekthomepage folgende Schwerpunkte:

- Informationen zum Forschungsprojekt
- Einen Blog
- Informationen zur Elektromobilität
- Die Videochallenge:
 - Alle eingereichten Videos
 - Die prämierten Videos und den zusammengeschnittenen Film



Videochallenge

Nachdem die Videochallenge vorbei ist und unsere Sieger gekürt worden sind, wurde zusammen mit Jugendlichen aus den Videos ein Film geschnitten. Viel Spaß!



PROJEKTS BEITRÄGE

- » Bei Uptown Mobility steht man vor!«
- » Schaut video von Elektro-Mobilität-Club!«
- » Wodurch du platz über Elektromobilität!«
- » Mach mit bei der Videochallenge und gewinne!«
- » Video - Let's Rollen man!«

KATEGORIEN

- » Challenges
- » Forschungsprojekt
- » Mobility Facts
- » Unsergegenseit



Videochallenge

Nachdem die Videochallenge vorbei ist und unsere Sieger gekürt worden sind, wurde zusammen mit Jugendlichen aus den Videos ein Film geschnitten. Viel Spaß!



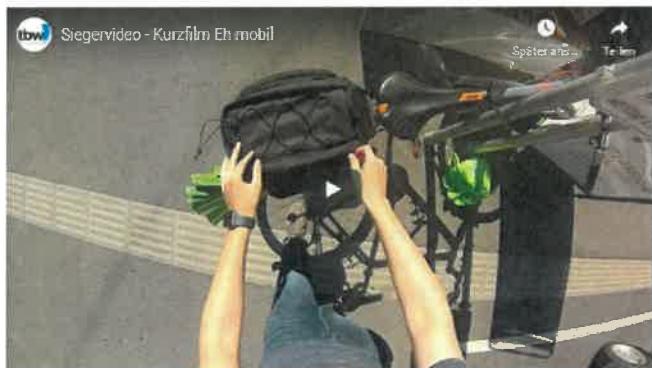
Abbildung 3: <https://www.emobil-challenge.at/>



Unsere Siegervideos

Vielen Dank für Eure zahlreiche Teilnahme bei der Videochallenge emobil ist e(h)mobil! Insgesamt haben wir zwölf Einreichungen erhalten und freuen uns sehr über die kreativen, spannenden Beiträge von Euch. Nun stellen wir natürlich auch unsere Siegervideos vor.

1. Platz: E(h)mobil als junger umweltbewusster Stadtmensch (Manuel Slupetzky)



2. Platz: Elektrisch in die Zukunft! (Andreas Schmid)

Abbildung 4: <https://www.emobil-challenge.at/unsere-siegervideos/>

NEUSTE BEITRÄGE

- » Die Upstream Mobility stellt sich vor!
- » Schaut vorbei im Elektro-Mobilitäts-Club!
- » Weißt du alles über Elektromobilität?
- » Mach mit bei der Videochallenge und gewinne!
- » Video – Lehrfilm move

KATEGORIEN

- » Challenges
- » Forschungsprojekt
- » Mobility Facts
- » Uncategorized

Unser Blog

Die Upstream Mobility stellt sich vor!

20. August 2020

Der Trend in Richtung Mobility as a Service richtet sich nach dem Bedürfnis, Mobilität für jeden einzelnen so zu gestalten, wie sie in die aktuelle Lebenssituation passt. Und genau hier setzt Upstream Mobility an: wir vernetzen sämtliche Mobilitätsanbieter auf einer... [Weiterlesen →](#)

Weißt du alles über Elektromobilität?

20. April 2020

Der Trend in Richtung Mobility as a Service richtet sich nach dem Bedürfnis, Mobilität für jeden einzelnen so zu gestalten, wie sie in die aktuelle Lebenssituation passt. Und genau hier setzt Upstream Mobility an: wir vernetzen sämtliche Mobilitätsanbieter auf einer... [Weiterlesen →](#)

Video – Lehrfilm move

29. April 2020

Elektromobilität ist für viele Jugendliche noch ein unbekanntes Thema. Um der Zielgruppe der 12 – 16 jährigen die Welt der Elektromobilität näher zu bringen, wurde im Zuge der Ausschreibung „Modellregion Elektromobilität 2015“ ein informativer Dokumentarfilm entwickelt.

Video – Elektromobilität: Warum Elektromobilität?

28. April 2020

Ist die Elektromobilität wirklich eine nachhaltige Lösung für die Zukunft des Verkehrs? Dieses Video gibt Antworten und zeigt warum sich die E-Mobilität von anderen Treibstoffalternativen abhebt. Ein Film des Bundesumweltministerium Deutschland.

Scheit vorbei im Elektro-Mobilitäts-Club!

15. Mai 2020

Sende uns ein kurzes, witziges, ernstes, cooles oder auch informatives Video zum Thema Elektromobilität! Benutze dafür was immer du möchtest (Youtube, TikTok, Instagram etc.)! Zu gewinnen gibt es folgende Preise: 1. Platz pro Altersgruppe: 300€

2. Platz pro Altersgruppe: 200€... [Weiterlesen →](#)

Video – Wie geht... ELEKTROMOBILITÄT?

28. April 2020

Einmal aufladen bitte! Bis 2020 sollen mindestens eine Million Elektroautos auf Deutschlands Straßen fahren. Denn sie sind leise und stoßen kein klimaschädliches Kohlenstoffdioxid (CO2) aus. Außerdem: Die fossilen Brennstoffe unsere Erde sind endlich. Auch deshalb müssen wir Alternativen finden für... [Weiterlesen →](#)

Haben E-Autos wirklich eine bessere Ökobilanz?

25. April 2020

Unter Berücksichtigung des gesamten Fahrzeuglebenszyklus (inkl. Produktion und Entsorgung) verursachen Elektrofahrzeuge mit Ökostrom um bis zu 87 % weniger Treibhausgasemissionen als fossil betriebene Kfz. Lediglich die Bahn verursacht im Vergleich verschiedener Antriebe weniger Emissionen als das E-Auto. Eine komplett emissionsfreie... [Weiterlesen →](#)

Abbildung 5: <https://www.emobil-challenge.at/unser-blog/>

KATEGORIE

Mobility Facts

Schaut vorbei im Elektro-Mobilitäts-Club!

15. Mai 2020

Video – Wie geht... ELEKTROMOBILITÄT?

Einmal aufladen bitte! Bis 2020 sollen mindestens eine Million Elektroautos auf Deutschlands Straßen fahren. Denn sie sind leise und stoßen kein klimaschädliches Kohlenstoffdioxid (CO2) aus. Außerdem: Die fossilen Brennstoffe unsere Erde sind endlich. Auch deshalb müssen wir Alternativen finden für...

Weiterlesen →

⌚ 28. April 2020

Die Mobilitätswende kann mit den E-Autos doch nicht funktionieren?

Doch, aber nicht nur. Die vermehrte Nutzung von E-Autos leistet einen wichtigen Beitrag zur Senkung der CO2-Emissionen und ist ein Bestandteil im ganzheitlichen „Neudenken“ des Verkehrsbereichs. Österreich verfolgt hier das Prinzip „vermeiden – verlagern – verbessern“: vermeiden von nicht unbedingt...

Weißt du alles über Elektromobilität?

⌚ 30. April 2020

Video – Elektromobilität: Warum Elektromobilität?

Ist die Elektromobilität wirklich eine nachhaltige Lösung für die Zukunft des Verkehrs? Dieses Video gibt Antworten und zeigt warum sich die E-Mobilität von anderen Treibstoffalternativen abhebt. Ein Film des Bundesumweltministerium Deutschland.

⌚ 28. April 2020

Elektro-Auto billiger als Benziner

Elektro-Autos sind in der Anschaffung noch etwas teurer als vergleichbare Benzin und Diesel Autos. Förderungen beim Neukauf helfen den derzeit noch höheren Preis zu verkleinern. Dank deutlich geringerer Energiekosten – beim Laden zu Hause – ist das Elektro-Auto insgesamt aber...

Weiterlesen →

⌚ 25. April 2020

Video – Lehrfilm move

Elektromobilität ist für viele Jugendliche noch ein unbekanntes Thema. Um der Zielgruppe der 12 – 16 jährigen die Welt der Elektromobilität näher zu bringen, wurde im Zuge der Ausschreibung „Modellregion Elektromobilität 2015“ ein informativer Dokumentarfilm entwickelt.

⌚ 29. April 2020

Haben E-Autos wirklich eine bessere Ökobilanz?

Unter Berücksichtigung des gesamten Fahrzeuglebenszyklus (inkl. Produktion und Entsorgung) verursachen Elektrofahrzeuge mit Ökostrom um bis zu 87 % weniger Treibhausgasemissionen als fossil betriebene Kfz. Lediglich die Bahn verursacht im Vergleich verschiedener Antriebe weniger Emissionen als das E-Auto. Eine komplett emissionsfreie...

Weiterlesen →

⌚ 25. April 2020

Wie weit kann ich mit einem E-Auto überhaupt fahren?

Viiele Menschen haben die Befürchtung, dass sie aufgrund einer niedrigeren Reichweite mit

Abbildung 6: <https://www.emobil-challenge.at/category/facts/>

Am 14. Juli 2020 fand in den Räumlichkeiten der tbwr unter Einhaltung der Sicherheitsbestimmungen die Preisverleihung statt. Der Sicherheitsabstand von 1m wurde nur für die Fotos verringert. Die Fotos wurden mit dem Einverständnis der Sieger gemacht.



Abbildung 7: 1. Platz: Manuel



Abbildung 8: 2. Platz: Andreas



Abbildung 9: 3. Platz: Julius und Matthias

Aus den Siegervideos wurde ein Kurzfilm erstellt, die Rechte für die verwendete Filmmusik erworben (Lizenz für 1 Jahr, Titel „Unter Strom von Gareth“) und der Film auf [Youtube](https://www.youtube.com), der Homepage von tbwr, im [Juli-Newsletter](#) und auf der Homepage der BieM und der Projekthomepage <https://www.emobil-challenge.at/> hochgeladen. Weiters wurde das Projekt und die Siegervideos von Angelika Rauch bei der WIMEN-Veranstaltung am 19.08.2020 vorgestellt. Weiters konnten die Videos im Rahmen des Forschungsprojekts youth codes (FFG 873361) bei einem Workshop mit SchülerInnen der NMS Alterlaa als Anreiz zum Mitmachen bei den im Projekt geplanten Challenges gezeigt werden. Die Videos sollen auch nach Projektende für Bewusstseinsbildungsprojekte für Jugendliche in den

Bereichen neue Mobilität und Elektromobilität zur Anwendung kommen. Das Kurzvideo kann über die sozialen Medien (vor allem im deutschsprachigen Raum) verbreitet werden und wird auch im Zuge des Projektes youth codes eingesetzt.

Workshop mit Jugendlichen über Elektromobilität:

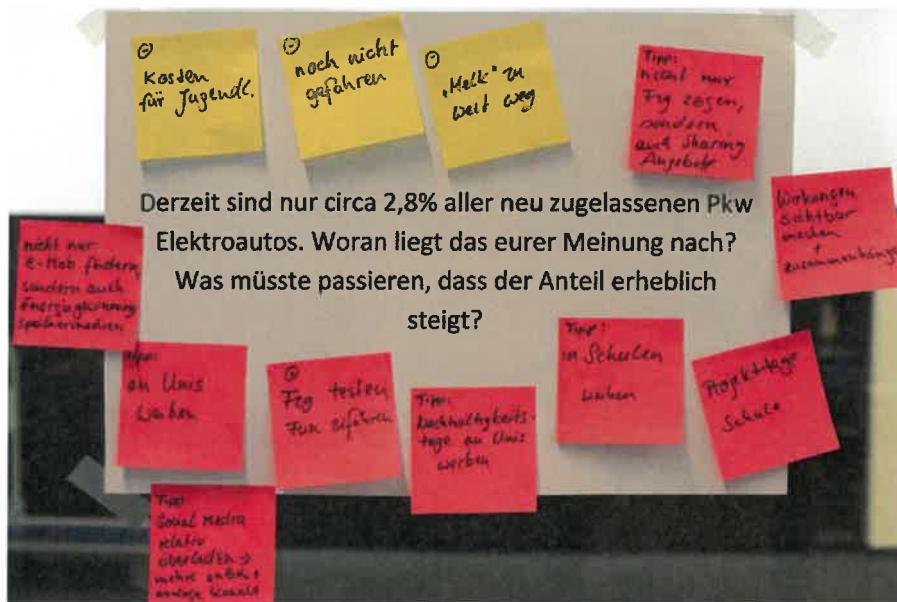


Abbildung 10: Ergebnisse des Brainstorming im Workshop

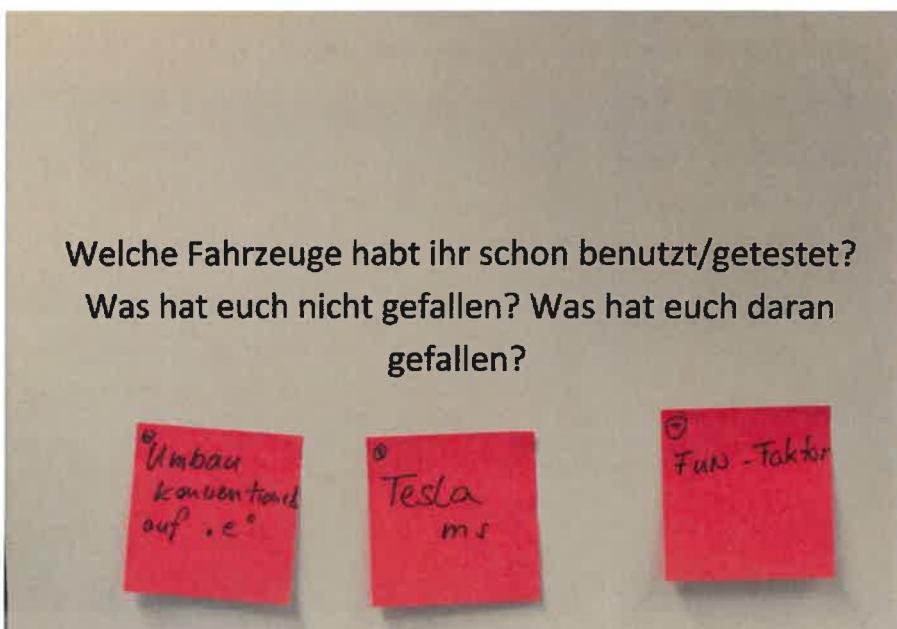


Abbildung 11: Ergebnisse des Brainstorming im Workshop



Abbildung 12:WorkshopteilnehmerInnen

Es wurden im gesamten Verlauf des Projektes spielerische Elemente eingebaut und Medien genutzt, die die Jugendlichen aus ihrem Alltag kennen und präferieren.

2.2.4 Beschreibung der Resultate und Meilensteine

M/D	Nr.	Meilenstein/Deliverable lt. Antrag	Erreicht/Anpassungen
M	1	Projekt Kick-Off hat stattgefunden	✓
M	2	Konzept für Vorbereitung des Events und der Challenge liegt vor	✓
M	3	Event hat stattgefunden	Der Event wurde geplant und abgesagt, weitere Events konnten infolge von COVID-19 nicht durchgeführt werden, aus diesem Grund wurde ein selbstständig umsetzbares Detail-Konzept entwickelt.
M	4	Einreichungsende der Challenge ist erreicht	✓
M	5	SiegerInnen sind bekannt gegeben	✓
M	6	Videos für den Kurzfilm sind ausgewählt	✓
M	7	Co-Creation Workshop mit Jugendlichen hat	✓

stattgefunden			
M	8	Projekt abgeschlossen	✓
D	1	Umsetzungskonzept und Ablaufplan für Event und Challenge	✓
D	2	Fotodokumentation Event	Konnte nicht stattfinden (siehe M3)
D	3	Kurzfilm zur Elektromobilität	✓
D	4	Endbericht	✓

AP	Task	Name	Erreicht/ Anpassungen
1		Projektmanagement und Verbreitung	
	1.1	Projektkoordination	✓
	1.2	Projektadministration	✓
	1.3	Projektkommunikation	✓
	1.4	Verbreitung des Videos (Projektoutput)	✓
2		Konzeption eines Vor-Ort Events und der Video-Challenge	
	2.1	Konzeption Event	✓
	2.2	Konzeption Video-Challenge	✓
	2.3	Konzeption und Start Ankündigung und Kommunikation	✓
3		Vorbereitung und Durchführung Vor-Ort-Event und Video-Challenge	
	3.1	Vorbereitung Event	✓
	3.2	Durchführung Event	Wurde durch ein unabhängig vom Projekt einsetzbares Detail-Konzept ersetzt
	3.3	Durchführung Video-Challenge	✓
4		Auswertung Video-Challenge, Preisvergabe	
	4.1	Vorbereitung Auswertung der Video Challenge	✓
	4.2	Sichtung der Videos und Vorauswahl	✓
	4.3	Prämierung der Siegervideos	✓
	4.1	Sondierungsgespräche Finaler Kurzfilm-Dreh	✓
5		Konzeption und Produktion des Kurzfilms	
	5.1	Konzeption des Kurzfilms mit Jugendlichen	✓
	5.2	Umsetzen des Kurzfilms mit Jugendlichen	✓
	5.3	Projektabchluss mit gemeinsamen Kurzfilm-Schauen (Preisverleihung)	✓

2.2.5 Beschreibung von Schwierigkeiten bei der Zielerreichung

1. Der Aufbau eines Sponsoren-Netzwerk für Incentives zur Unterstützung der Zielgruppenansprache in einem Real-Test war schwierig, da laufend Veranstaltungen abgesagt wurden. In den verschiedenen Unternehmen gab es wirtschaftliche Einbußen oder waren zu befürchten wodurch im Zuge dieser Unsicherheit Sponsoren sehr zurückhaltend agierten. Weiters gaben Unternehmen, wie der ÖAMTC an, dass Jugendliche nicht zur eigenen Zielgruppe gehören. Trotzdem gab es ein breites Kommitment das Projekt unter anderen Rahmenbedingungen zu einem späteren Zeitpunkt zu unterstützen.
2. Persönliche Ansprache von Jugendlichen: Da die Jugendlichen aufgrund der Ausgangsbeschränkungen nicht, wie ursprünglich geplant, in Bäder und Parks angesprochen und zum Mitmachen motiviert werden konnten, blieb die Kontaktaufnahme auf soziale Medien beschränkt. Besonders in dieser Zeit haben soziale Medien einen höheren Stellenwert erhalten, wodurch der Einsatz im Projekt unumgänglich war.
3. Abhaltung Event: siehe Pkt. 2.2.7 Beschreibung und Begründung von Abweichungen zum Antrag.
4. Interesse von Jugendlichen: Einige Jugendliche, mit denen wir in Kontakt waren, die sich aber nicht an der Videochallenge (trotz Preisgelder) beteiligen wollten, waren der Meinung, dass Mobilität sie einfach nicht interessiert. Umwelt ist wichtig, aber sie wollen einfach nur von A nach B kommen, eine Auseinandersetzung mit der Materie war vielen „zu mühsam“. Als spannend wurde einzig das Fahren mit „coolen“ Autos angesehen. Eine Testfahrt mit dem Tesla (die meist bekannte Automarke bei Jugendlichen) oder dem Audi e-Tron würde sie interessieren, aber sie gehen auf keine Veranstaltung, die Veranstaltung müsste zu ihnen kommen. Weiters konnte über soziale Medien v.a. die Altersgruppe der 17-20 jährigen erreicht werden. In der Altersgruppe der 14-17 jährigen gab es keine Einreichung und bei den 21-24 jährigen nur eine. Auffallend war auch der Geschlechtergap, von 13 Einreichenden (1 Einreichung hatte 2 Einreicher) waren nur zwei Mädchen.

2.2.6 Beschreibung von Projekt-„Highlights“

Trotz erschwerter Bedingungen bei der Ansprache der Jugendlichen, war die Zusammenarbeit mit den teilnehmenden Jugendlichen sehr erfolgreich und spannend. Sobald Jugendliche für dieses Thema gewonnen werden konnten, war auch das Engagement und Interesse spürbar. Sowohl bei der Diskussion von neuen Mobilitätsformen, als auch der Gestaltung des Lehrvideos waren die Jugendlichen engagiert und interessiert. Es gab spannende Workshops und Diskussionen, bei denen Elektromobilität auch kontrovers zwischen den Jugendlichen diskutiert wurde.

Einstimmigkeit gab es nur bei der Verwendung nachhaltiger Energieformen in Zusammenhang mit Elektromobilität. Es war eine klare Vorgabe von allen, die nicht diskutiert werden musste. Dieser klare Zusammenhang war für uns nicht vorhersehbar, Elektromobilität und erneuerbare Energie war für alle Jugendlichen untrennbar verbunden.

Ein wesentlicher Hebel ist jedenfalls das Testen von Elektrofahrzeugen, um einen Zugang zu dieser Thematik zu bekommen.

2.2.7 Beschreibung und Begründung von Abweichungen zum Antrag

Der vor Ort Event wurde wie geplant im AP2 konzeptioniert und umfassend abgearbeitet. Es wurde eine Durchführung des E-Mobilitätsevents für Jugendliche (AP3) am 6.6. am E-Mobilitätstag NÖ am Wachauring Krems in strategischer Partnerschaft mit dem ÖAMTC, Greenride, Renault Österreich und der Energie- und Umweltagentur des Landes NÖ vereinbart. Zusagen für Verpflegung (Energie- und Umweltagentur des Landes NÖ), Kooperation bei Spielen und Quiz mit den Jugendlichen (Greenride, ÖAMTC, Renault) und Werbegeschenke (ÖAMTC, up stream) wurden vereinbart und zugesagt. Der Event konnte jedoch aufgrund der gesetzlich bedingten Absage wegen COVID-19 nicht durchgeführt werden. Weitere Events wie der Freistädter Mobilitätstag sollten ebenfalls mit einem entsprechend adaptierten Konzept bespielt werden, dieser wurden aber ebenfalls abgesagt.

Die ursprüngliche Konzeption wurde replizierbar entwickelt und anschließend auf den oben beschriebenen Event zugeschnitten. Das neue Konzept geht über das ursprünglich vereinbarte Konzept weit hinaus. Zusätzlich zu der reinen Konzeption der Eventinhalte, enthält es alle nötigen organisatorischen Inhalte, Checklisten und Zeitpläne. Dieser Detaillierungsgrad soll auch eine alleinige Umsetzung von bspw. BürgermeisterInnen oder EventveranstalterInnen verschiedenster Gemeinden ermöglichen.

2.3 Schlussfolgerungen und Empfehlungen aus den Resultaten

Jugendliche sind (wie aus Vorprojekten schon bekannt) schwer für diese Thematik zu begeistern und es ist noch schwerer sie dazu zu bewegen sich gezielt mit Mobilität auseinander zu setzen. Dies hat sich auch in diesem Projekt bestätigt, obwohl die Ansprache, wie bereits angeführt, diesmal unter erschweren Umständen stattfinden musste. Interessant fanden die mehrheitlich männlichen Jugendlichen zwischen 17 und 24 Jahren, die im Zuge des Projektes befragt werden konnten, einzig das Testen und Fahren schneller, teurer Autos. Eine Testfahrt mit dem Tesla (die einzige Elektroautomarke, die alle Jugendlichen gekannt haben) oder dem Audi e-tron würde sie interessieren, aber sie gehen auf keine Veranstaltung, eher müsste die Veranstaltung zu ihnen in den Ort kommen (siehe auch Pkt.2.2.7).

Im Zuge der Konzeption war der Wunsch vom Projektteam gegeben, dieser Anforderung Rechnung zu tragen und einen Tesla für Testfahrten anzumieten und das Konzept bspw. auf einem Parkplatz einer Seilbahnstation (geplant war Schwendau im Zillertal) zu testen. Die Anbieter von Mietautos stellen jedoch bei sehr teuren Automarken, wie Tesla oder Audi e-tron die Bedingung, dass Führerscheinneulinge nicht damit fahren dürfen. Eine Kooperation mit vibe oder Instadrive, die eigene Richtlinien festlegen können, war nicht möglich, da beide keine eAutos für eine Verleihung 2020 Verfügung stellen konnten, weil alle Fahrzeuge bereits an Unternehmen vermietet waren. Die Möglichkeit bei vibe jedoch für das Jahr 2021 ein Fahrzeug (Tesla / Audi e-tron oder ähnliches) zu reservieren und auch Führerscheinneulinge testen zu lassen, wurde mit den Verantwortlichen von vibe verhandelt und festgelegt. Da das ursprünglich geplante Umsetzungs-Konzept nicht (wie oben ausgeführt) durchgeführt werden konnte, wurde ein Gesamt-Konzept entwickelt, das neben der reinen Event-Durchführung auch alle anderen inhaltlichen und organisatorischen Details für eine Bewusstseinsbildungskampagne für Jugendliche im ländlichen Gebiet enthält. Dieses Konzept soll im Zuge eines Folgeprojektes getestet, evaluiert und adaptiert werden. Geplant ist, in Kooperation mit den KEM ManagerInnen und vibe, eine Tour quer durch Österreich durchzuführen und in verschiedensten ländlichen Gemeinden (ca. 10-30) das Konzept zu testen.

Das Lehrvideo wird für weitere Bewusstseinsbildungskampagnen von tbwr und der BieM verwendet.

Bewusstseinsbildung für Jugendliche im Bereich neue und nachhaltige Mobilität ist ein wesentlicher Faktor in F&E Projekten und alle weiteren Erkenntnisse helfen Jugendliche besser zu verstehen und zu adressieren. Besonders für Mobilitätsangebote ist dieser Aspekt relevant, da die meisten Angebote nicht an die Bedürfnisse von Jugendlichen angepasst sind. Bewusstseinsbildung erfolgt durch das Interesse, welches durch entsprechende Angebote geweckt werden kann. Die Ergebnisse des Projekts können in weiteren Jugendprojekten zum Einsatz gebracht werden, um somit eine effiziente Bewusstseinsbildung der Generation Z zu ermöglichen.

2.4 Ausblick

Der Nutzen liegt in einer frühzeitigen Ansprache der potenziellen Autofahrenden von Morgen. Bereits in der Jugend werden wichtige Weichen für das spätere Mobilitätsverhalten gestellt, zum Beispiel für:

- für die Wahl eines Fahrzeuges mit klimafreundlichem Antrieb und
- für eine klimafreundliche multimodale Verkehrsmittelwahl, die sowohl alle Mobilitätsformen, als auch eigene und geteilte sowie individuelle und kollektive Verkehrsmittel einschließt.

Das Projekt nützt dem Klima- und Energiefonds dahingehend, dass:

- das Wissen über Elektromobilität und deren Vorteile in der Gesellschaft zunimmt, da junge Menschen oft InfluencerInnen und Vorbilder nicht nur für ihre Peers, sondern auch für ihnen nahestehende Erwachsene darstellen.

- die Gruppe zukünftiger FahrzeugkäuferInnen bewusst auf die Alternative der E-Fahrzeuge gestoßen wird und so den Absatz an Fahrzeugen positiv beeinflusst.
- eine höhere Nutzungsbereitschaft und Akzeptanz für E-Car-Sharing in der Generation Z entsteht, die äußerst technikaffin ist und vernetzt denkt. Sie spricht auf Lösungen im Bereich der Mobility as a Service an und es kann davon ausgegangen werden, dass in Folge nicht nur private Fahrzeuge sondern auch individuelle motorisierte Fahrten reduziert werden.
- (E-)Car-Sharing eine höhere Akzeptanz und Nutzung erfährt und in städtischen sowie ländlichen Räumen mit einem höheren Kostendeckungsgrad betrieben werden kann.
- (E-)Car-Sharing wichtige Zubringer-Funktionen zum öffentlichen Verkehr vor allem im ländlichen Raum übernimmt und damit die Erreichbarkeit im ländlichen Raum und die Auslastung öffentlicher Verkehrsmittel unterstützt.
- die Machbarkeit einer kombinierten Mobilität aus individuellen und kollektiven, eigenen und geteilten Transportmitteln demonstriert wird.
- die Jugendlichen ihre Vorreiterrolle im Bereich der Antriebe aus erneuerbaren Energien bewusst werden und sich auch persönlich dazu bekennen (Commitment).
- langfristig die Klimaschutzziele und die hierfür notwendige Reduzierung des Co₂ Ausstoßes erreicht wird.
- dass eventuelle negative Rebound-Effekte der Ausweitung der Elektromobilität wie zusätzliche Fahrzeuge und Fahrten vermieden werde, in dem Mobilität als integriertes Ganzes gesehen wird.

Zudem stehen Kommunikationsformate und Informationsinstrumente zur Verfügung, die bei entsprechenden finanziellen und personellen Mittel auf ganz Österreich ausgerollt werden können.

3 Auswertung

- **Publikationen:** Bitte beschreiben Sie alle Publikations- und Disseminationsaktivitäten, die während des Projektes durchgeführt wurden (Projekt Workshops, Publikationen und Präsentationen bei externen Veranstaltungen, Presseberichte, Veröffentlichungen)
 - **Facebook:** Aufruf zur Videochallenge inkl. Erklärvideo
 - **YouTube:** Erklärvideo, Kurzfilm
 - **Linkedin:** Aufruf zur Videochallenge inkl. Erklärvideo
 - **Website:** Projekthomepage eh mobil ist e(h) mobil, tbw research, BieM, EMC
 - **Meetings:** WIMEN-Präsentation und Projektvorstellung
 - **Newsletter:** BieM Newsletter Juli 2020, WIMEN Online Newsletter
- **Weitere Dokumente:** bitte listen Sie alle Dokumente, die bei der weiteren Nutzung von Ergebnissen aus dem Projekt hilfreich sind (Testergebnisse, Richtlinien, Übungsmaterial, Gebrauchsanweisungen etc.)
 - **Konzept für Events**
 - **Kurzfilm (<https://youtu.be/X1IxfGI2OgY>)**

4 Unterschrift

Hiermit wird bestätigt, dass der Endbericht vollständig ist und von den Projektpartnern freigegeben wurde sowie vom Auftraggeber veröffentlicht werden kann.



tbw research GesmbH
Grünbergstraße 15, Stiege 1/ 5. OG
1120 Wien, Österreich
www.tbwresearch.org

Wien, 16.11.2020

Ort, Datum

Ayelik

Unterschrift und Stempel des Beauftragten

Achtung: das Dokument muss in .doc Format sowie unterfertigt eingescannt im .pdf Format übermittelt werden!

Der Auftragnehmer und alle Partner stimmen ausdrücklich zu, dass sämtliche Inhalte uneingeschränkt durch den Auftraggeber veröffentlicht werden können.