

NACHHALTIGE MOBILITÄT IN LÄNDLICHEN REGIONEN

Gewinnung potenzieller Nutzer für das E-Carsharing-Projekt U.WE Mobil

FH Oberösterreich

FH- Studiengang: Gesundheits-, Sozial- und Public Management

Verfasser: Wolfgang Grüllenberger, BA

Begutachterin: FH-Prof. MMag. Dr. Franziska Cecon

Zweitgutachter: FH-Prof. Dr. Sebastian Martin

Mauthausen, 13. Mai 2017

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die Masterarbeit mit dem Titel „Nachhaltige Mobilität in ländlichen Regionen – Gewinnung potenzieller Nutzer für das E-Carsharing-Projekt U.WE Mobil“ selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und alle den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche gekennzeichnet habe.

Mauthausen, 13. Mai 2017

Wolfgang Grüllenberger, BA

Kurzfassung

U.WE Mobil ist als Carsharing-Verein tätig und bietet seit Anfang 2016 in vier Gemeinden der Region Urfahr-West Carsharing mit Elektroautos an. Der Verein zur gemeinschaftlichen Nutzung von Elektrofahrzeugen hat rund 60 Mitglieder. Diese Mitgliederzahl soll laut Angaben der Betreiber weiter erhöht und die Auslastung der angebotenen mobilen Dienstleistung noch gesteigert werden.

Die vorliegende Masterarbeit setzt sich damit auseinander, wie potenzielle Interessenten angesprochen und als Mitglieder für das Carsharing U.WE Mobil gewonnen werden können. Dabei werden theoretische Grundlagen zur Thematik der nachhaltigen Mobilität in ländlichen Regionen sowie das Konzept der Sharing Economy und des Dienstleistungsmarketings im Hinblick auf die Planung, Umsetzung und Kontrolle eines Carsharing-Projekts bearbeitet. Der empirische Teil dieser Arbeit bietet vorweg einen Überblick über den Verein U.WE Mobil und beinhaltet einerseits die Analyse und Auswertung der Mitgliederdaten sowie der Nutzungsdaten der Fahrzeuge und andererseits eine Befragung von Nutzern und von Vertretern anderer Carsharing-Organisationen in Form persönlicher Interviews. Zusätzlich wird auch eine Prozessanalyse anhand eines Praxistests für das angebotene Carsharing von der Buchung bis zur Rückgabe des Fahrzeuges durchgeführt.

Die Ergebnisse der Auswertung der empirischen Untersuchung werden mit den theoretischen Erkenntnissen der Literatur verknüpft und in Handlungsempfehlungen abgeleitet. Diese sollen dem Verein U.WE Mobil dazu dienen, die passenden Kommunikationsinstrumente für die Rekrutierung weiterer Mitglieder anzuwenden.

Abstract

U.WE Mobil is an carsharing association for has been offering electric cars to share in four communities of the region Urfahr-West since the beginning of 2016. The association for the common use of electric vehicles has about 60 members. The operators' goal is to increase the membership and expand the mobility service on offer.

This master's thesis examines how prospective customers can be adressed and won over as members of the carsharing U.WE Mobil. In doing so, theoretical fundamentals are presented concerning sustainable mobility in rural regions as well as the concept of the share economy and service marketing in view of the planning, implementation and control of a carsharing project. The empirical part of this paper lays out an overview of the association U. WE Mobil. It contains on the one hand the analysis and evaluation of the members' data as well as the data of utilisation of the vehicles and, on the other hand, a questionnaire of users and personal interviews from representatives of other carsharing organisations. In addition, a process analysis using a practice test for carsharing from the reservation to the return of the vehicle is carried out.

The results of the evaluation of the empirical analysis are tied together with the theoretical knowledge available in literature and are derived in actionable recommendations. These should serve the association U.WE Mobil to use the suitable communication instruments for the recruitment of members.

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einleitung.....	1
1.1 Ausgangslage und Prolemstellung.....	2
1.2 Zielsetzung und methodische Vorgehensweise	2
1.3 Aufbau der Arbeit.....	4
2 Gestaltung der empirischen Untersuchung	6
2.1 Dokumentenanalyse	6
2.2 Prozessanalyse und Praxistest.....	7
2.3 Analyse bestehender Carsharingprojekte	8
2.4 Qualitative Befragungen mittels Leitfadeninterview.....	9
3 Nachhaltige Mobilität in ländlichen Regionen.....	12
3.1 Ländliche Regionen	12
3.1.1 Topografie.....	13
3.1.2 Zersiedelung	14
3.1.3 Demografischer Wandel.....	15
3.1.4 Wirtschaftliche Entwicklung.....	17
3.1.5 Nahversorgung.....	18
3.1.6 Lebensmittelpunkt	19
3.2 Nachhaltige Mobilität	19
3.2.1 Soziale Aspekte	20
3.2.2 Ökonomische Aspekte	22
3.2.3 Ökologische Aspekte.....	23
3.2.4 Herausforderungen nachhaltiger Mobilität in ländlichen Regionen	24
4 Allgemeines zu Carsharing.....	27

4.1	Sharing Economy	27
4.1.1	Charakteristik der Sharing Economy	28
4.1.2	Entwicklung der Sharing Economy	30
4.2	Carsharing als Mobilitätskonzept	31
4.2.1	Entwicklung, Abgrenzung und Anwendung	32
4.2.2	Markt und Zielgruppen	34
4.2.3	Nutzer und deren Motive und Hemmnisse.....	36
4.2.4	Vorteile und Nachteile durch Carsharing für Nutzer, Anbieter, Gesellschaft und Umwelt	37
4.2.5	Die Bedeutung der Elektromobilität	41
5	Carsharing als Umsetzungsprojekt in ländlichen Regionen	44
5.1	Voraussetzungen	43
5.2	Planung	45
5.3	Umsetzung	45
5.3.1	Organisation.....	47
5.3.2	Finanzen	48
5.3.3	Technik	50
5.4	Kommunikationsmaßnahmen zur Gewinnung von Nutzern	51
5.4.1	Aspekte des Dienstleistungsmarketings	51
5.4.2	Praktische Umsetzungsmöglichkeiten	55
6	Ausgewählte Praxisbeispiele von Carsharing	60
6.1	„E(F) Mobil“ im Raum Eferding	60
6.2	„E-Flitzer“ im Raum Liezen	64
6.3	„Move“ in Herzogenburg	67
6.4	„MühlFerdl“ im Mühlviertel	73
7	E-Carsharing-Projekt U.WE Mobil	79
7.1	Urfahr-Umgebung und die Region U.WE	79
7.1.1	Zahlen, Daten,Fakten.....	79
7.1.2	Mobilitätsverhalten im Bezirk Urfahr-Umgebung.....	82

7.1.3	Ausblick.....	83
7.2	Leistungsangebot von U.WE Mobil.....	84
7.2.1	Standortgemeinden.....	84
7.2.2	Fahrzeuge.....	88
7.3	Mitglieder und Nutzer.....	90
7.4	Auslastung	93
7.4.1	Anzahl Ausleihungen.....	94
7.4.2	Kilometerauslastung.....	95
7.4.3	Ausleihungen in Stunden	96
7.4.4	Ausleihungen nach Benutzungsart.....	97
7.5	Kommunikationsmaßnahmen	99
8	Empirische Untersuchung.....	102
8.1	Auswertung der Untersuchung.....	102
8.1.1	Mobilitätsbedürfnisse der Nutzer	102
8.1.2	Gewinnung von potenziellen Nutzern	105
8.2	Ableitung von Handlungsempfehlungen.....	110
9	Zusammenfassung und Schlussfolgerung	116
	Literaturverzeichnis	119
	Anhang.....	133

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Stadt-Land-Typologie Österreichs	13
Abbildung 2:	Mobilität nach Siedlungsdichten	15
Abbildung 3:	Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen	16
Abbildung 4:	Rahmenbedingungen in den Kommunen	25
Abbildung 5:	Mindmap Sharing Economy	28
Abbildung 6:	Eignung von Carsharing	35
Abbildung 7:	Potenzielle Effekte der Elektromobilität in Kommunen.....	43
Abbildung 8:	Drei Säulen für den Aufbau eines lokalen Carsharing-Modells	47
Abbildung 9:	Kosten und Erlöse lokaler Carsharing-Organisationen	49
Abbildung 10:	Öffentlichkeitsarbeit.....	57
Abbildung 11:	Information und Kommunikation.....	58
Abbildung 12:	Statistische Daten Move Herzogenburg	69
Abbildung 13:	Zweck der Fahrt	70
Abbildung 14:	Übersicht Carsharing-Organisationen.....	78
Abbildung 15:	Landkarte des Bezirkes Urfahr-Umgebung.....	80
Abbildung 16:	Landkarte der Region U.WE.....	81
Abbildung 17:	Mitgliederstruktur nach Geschlecht und Organisation bei U.WE Mobil	91
Abbildung 18:	Mitgliederstruktur nach Organisationen bei U.WE Mobil	92
Abbildung 19:	Anzahl Mitgliedschaften bei U.WE Mobil	93
Abbildung 20:	Anzahl der Ausleihungen nach Gemeinden bei U.WE Mobil	94
Abbildung 21:	Auslastung der Fahrzeuge gesamt in km nach Gemeinden bei U.WE Mobil	95
Abbildung 22:	Anzahl der Nutzungen nach Fahrdistanzen bei U.WE Mobil.....	96
Abbildung 23:	Anzahl der Nutzungen nach Fahrzeit bei U.WE Mobil	97
Abbildung 24:	Anzahl der Nutzungen nach Art der Benutzung bei U.WE Mobil.....	98

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

%	Prozent
€	Euro
Abb.	Abbildung
BMVIT	Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	cirka
d. h.	das heißt
EBF	Energiebezirk Freistadt
etc.	et cetera (= und die übrigen)
EU	Europäische Union
ev.	eventuell
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GPS	Global Positioning System
inkl.	inklusive
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
Kfz	Kraftfahrzeug
km ²	Quadratkilometer
LKW	Lastkraftwagen
MIV	Motorisierter Individualverkehr
Mrd.	Milliarde
ORF	Österreichischer Rundfunk
ÖAMTC	Österreichischer Automobil-, Motorrad- und Touringclub
ÖPNV	Öffentlicher Personen- und Nahverkehr
ÖV	Öffentlicher Verkehr
PKW	Personenkraftwagen

sogen.	sogenannt(e)(r)
u.a.	unter anderem
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
VCÖ	Verkehrsclub Österreich
z.B.	zum Beispiel

Auf eine gendergerechte Sprache wird in der vorliegenden Arbeit aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit verzichtet. Es wird jedoch ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die männliche Form auch gleichermaßen für das weibliche Geschlecht gilt.

1 Einleitung

Die Faszination des Themas Mobilität war ein wesentlicher Impulsgeber für das Verfassen dieser Arbeit. Mobilität betrifft jeden Menschen auf verschiedene Art und Weise und hat sich im Laufe der Menschheitsgeschichte bis zum heutigen Tag mit immer größerer Geschwindigkeit verändert und weiterentwickelt. Anstoß für diese Masterarbeit war die Teilnahme des Autors am Symposium „Gemeinsam geht’s leichter – schlaue Mobilitätslösungen für Gemeinden“, welches vom ÖAMTC Oberösterreich am 27. September 2016 in Linz abgehalten wurde.¹ Im Rahmen dieser Veranstaltung wurden neben anderen kleinräumigen Mobilitätslösungen auch Carsharing-Projekte für ländliche Regionen in Oberösterreich vorgestellt. Beim Carsharing geht es grundsätzlich darum, Fahrzeuge gemeinsam zu nutzen, wobei es verschiedene Modelle für den Betrieb von Carsharing gibt.²

Nachhaltige Mobilität, worunter eine umweltverträgliche, emissionsarme und ressourcenschonende Mobilität verstanden wird,³ gewinnt auch in ländlichen Regionen zunehmend an Bedeutung, obwohl dort doch noch immer der eigene Pkw die tragende Rolle der Fortbewegung spielt. Anders als im städtischen Raum können Alltagsziele von den Bewohnern am Land motorisiert meist nur mit dem Auto erreicht werden, da vielfach keine öffentlichen Verkehrsmittel oder nicht ausreichend und diese nicht regelmäßig genug zur Verfügung stehen. Insbesondere für Senioren, junge Erwachsene und Familien mit Kindern ist das Leben am Land mit Einschränkungen der persönlichen Mobilität verbunden. Vorwiegend Frauen, die sich um Haushalt und Kinder kümmern, sind davon stark betroffen.

Das Konzept des Carsharing ist eines von mehreren alternativen Mobilitätsangeboten zur Deckung der Nachfrage an Mobilität in ländlichen Gegenden. Diese Arbeit befasst sich mit Carsharing in ländlichen Regionen und geht insbesondere der Frage nach, wie Personen, die sich für dieses Mobilitätskonzept interessieren, angesprochen und als Mitglied einer Carsharing-Organisation gewonnen werden können.

¹ ÖAMTC Symposium (2016)

² Vgl. Mobil am Land (2017)

³ Vgl. Nachhaltigkeit (2017)

1.1 Ausgangslage und Problemstellung

Eine Carsharing-Organisation, die diese Mobilitätsform im ländlichen Raum seit Kurzem anbietet ist U.WE Mobil mit Sitz in Gramastetten in Oberösterreich. U.WE Mobil ist als Verein tätig und bietet in vier Gemeinden der Region Urfahr-West Carsharing mit Elektroautos an. Im Dezember 2015 wurde damit in Ottensheim gestartet, Ende Jänner 2016 fuhr in Gramastetten das erste Elektroauto zum Teilen, im Juni 2016 kam die Gemeinde Eidenberg dazu und Anfang Oktober 2016 wurde in Lichtenberg begonnen. Zur Zeit hat der Verein zur gemeinschaftlichen Nutzung von Elektrofahrzeugen rund 60 Mitglieder. Die Mitgliederzahl soll laut Angaben der Betreiber noch erhöht werden. Die Auslastung der angebotenen mobilen Dienstleistung entspricht im Anfangsstadium des Projekts nicht den gesetzten Erwartungen und soll ebenfalls noch wesentlich gesteigert werden.

Die Gründe für die zurückhaltende Auslastung der Fahrzeuge bzw. für die mangelnde Rekrutierung neuer Mitglieder sind nicht im Detail bekannt und sollen im Zuge dieser Arbeit erörtert werden. U.WE Mobil hat vor dem Start des Carsharing in Urfahr-West und auch während der bisherigen Laufzeit verschiedene Kommunikationsmaßnahmen gesetzt, um weitere Interessenten anzuwerben und zu gewinnen. Da diese Bemühungen allerdings nicht den gewünschten Erfolg zeigten, sollen alle Wege und Möglichkeiten erörtert werden, um potenzielle Neukunden adäquat auf das Projekt aufmerksam zu machen bzw. ihnen bewusst zu machen, dass das Carsharing-Angebot vor Ort Vorteile für sie bieten würde. Weiters sollen auch die wesentlichen Meinungsbildner in den Gemeinden künftig noch intensiver als bisher hinter der Bewerbung des Projektes stehen, um bei der Kommunikation der mobilen Dienstleistung noch offenes Potenzial ausschöpfen zu können.

Um den Fortbestand des Mobilitätsprojektes sicherzustellen, sollte kurzfristig eine Perspektive gefunden werden, um mögliche Interessenten auf geeignete Weise anzusprechen und sie als Kunden für Carsharing in Urfahr-West zu gewinnen.

1.2 Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

Ziel dieser Arbeit ist einerseits, herauszufinden, welche Personengruppen das Carsharing nutzen und welche Mobilitätsbedürfnisse sie dahingehend haben. Andererseits soll die vorhandene Kommunikation zwischen dem Dienstleistungsanbieter U.WE Mobil und potenziellen Nutzern analysiert werden. Auf Basis dieser Analyse sollen Wege und

Möglichkeiten gefunden werden, neue Perspektiven für die Kundengewinnung aufzuzeigen. Dabei sind die gegebenen und begrenzten Ressourcen, die dem Projekt zur Verfügung stehen, zu berücksichtigen.

Eine weitere Zielsetzung der Masterarbeit ist auch, für den Verein U.WE Mobil Ideen und Vorschläge für eine bessere Vermarktung der Dienstleistung sowie lösungsorientierte Antworten für die folgenden zentralen Fragen zu finden:

- **Welche Personengruppen nutzen Carsharing in ländlichen Regionen, insbesondere bei U.WE Mobil?**
- **Welche Mobilitätsbedürfnisse haben die verschiedenen Nutzergruppen, insbesondere jene von U.WE Mobil?**
- **Wie können potenzielle Nutzer für Carsharing, insbesondere von U.WE Mobil angesprochen und gewonnen werden?**

Die theoretischen Grundlagen zur Thematik der nachhaltigen Mobilität in ländlichen Regionen sowie dem Konzept der Sharing Economy, insbesondere des Carsharing und seinen Aspekten werden durch Literaturrecherchen erarbeitet. Adäquate Literatur über Dienstleistungsmarketing im Hinblick auf die Planung, Umsetzung und Kontrolle eines Carsharing-Projekts fließt ebenfalls in die Bearbeitung ein.

Zur Beschreibung des behandelten Objekts dieser Forschungsarbeit wird ein Überblick über den Verein U.WE Mobil gegeben. Im Praxisteil der Arbeit wird eine Analyse und Auswertung der Mitgliederdaten des Vereins vorgenommen, um ein Bild von der Zusammensetzung des Vereines zu bekommen. In diesem Zusammenhang werden auch die Nutzungsdaten der Mitglieder dargestellt, um aufzeigen zu können, wie oft und wie lange ein Fahrzeug ausgeliehen wurde und welche Strecken damit zurückgelegt wurden.

Um das Nutzungsverhalten der Mitglieder kennenzulernen, wird dieses durch Befragung anhand von Leitfadeninterviews persönlich erhoben. Im Rahmen dieser Befragung sollen insgesamt acht Interviews mit Nutzern geführt werden, die unterschiedliche Mobilitätsbedürfnisse aufgrund unterschiedlicher Lebensumstände aufweisen. Darüber hinaus werden Stakeholder rund um dieses Carsharing-Projekt mittels qualitativer Befragung in Form eines Leitfadeninterviews gebeten, ihre Anregungen sowie bisherigen Erfahrungen mitzuteilen. Insgesamt sollen mit diesem Instrument zwei Personen befragt werden. Um Erfahrungen anderer Carsharing-Projekte einzubringen, werden jeweils Vertreter von vier Carsharing-Organisationen in ländlichen Regionen Österreichs zu Wort gebeten.

Zusätzlich zur qualitativen Erhebung mittels Leitfadeninterview ist auch geplant, eine Prozessanalyse für das angebotene Carsharing von der Buchung bis zur Rückgabe des Fahrzeuges durchzuführen. Diese wird anhand eines Praxistests vom Verfasser dieser Arbeit vorgenommen. Mit diesen praxisorientierten Methoden soll eruiert werden, welche konkreten Mobilitätsbedürfnisse die verschiedenen Nutzergruppen von U.WE Mobil haben bzw. wie potenzielle Nutzer für das Carsharing-Projekt U.WE Mobil angesprochen und gewonnen werden können. Die Vorgehensweise dieser Untersuchung wird im Kapitel 2 genau beschrieben.

1.3 Aufbau der Arbeit

In diesem Teilabschnitt wird geschildert, wie die Masterarbeit aufgebaut ist. Im einleitenden ersten Kapitel wird die Ausgangslage und Problemstellung der Arbeit beschrieben sowie deren Zielsetzung und Vorgehensweise geschildert. Im zweiten Kapitel wird die Gestaltung der empirischen Untersuchung präsentiert, die sich aus einer Dokumentenanalyse, einer Prozessanalyse mit Praxistest, einer Analyse von vier verschiedenen Carsharing-Organisationen sowie persönlichen Befragungen von Carsharing-Nutzern, Carsharing-Betreibern und Stakeholdern zusammensetzt. Das dritte Kapitel bildet die literaturgestützte Analyse rund um das Thema der nachhaltigen Mobilität und ihren Aspekten in ländlichen Regionen, welches nähere Betrachtungen bspw. zur Topografie, des demografischen Wandels sowie zur wirtschaftlichen Entwicklung umfasst.

Im vierten Kapitel gibt es einen Überblick zur Sharing Economy und wird Carsharing als Mobilitätskonzept behandelt, die Entwicklung dieses Konzepts sowie der Markt und die Zielgruppen dargestellt. Was Menschen zur Nutzung von Carsharing bewegt und welche Vor- und Nachteile für alle Beteiligten daraus entstehen, ist auch Teil dieses Mobilitätskonzeptes. Da es sich beim Verein U.WE Mobil um ein Carsharing-Projekt handelt, wird in Kapitel fünf speziell die Planung und Umsetzung eines Carsharing-Projekts erörtert und insbesondere auf die Kommunikationsmaßnahmen zur Gewinnung von Nutzern eingegangen. Im sechsten Kapitel werden ausgewählte Praxisbeispiele von Carsharing-Projekten in ländlichen Gebieten Österreichs geboten. In Kapitel sieben wird der Verein U.WE Mobil mit seinem Carsharing-Angebot, seinen Mitgliedern sowie die Region vorgestellt, die Auslastung der Fahrzeuge analysiert und abschließend ein Resümee gezogen.

Im Kapitel acht werden dann die Resultate der empirischen Erhebung untersucht sowie Handlungsempfehlungen für den Verein abgeleitet. Den Abschluss dieser Masterarbeit bildet eine übersichtliche Zusammenfassung samt Schlussfolgerungen in Kapitel neun. Nach diesem einleitenden Kapitel wird in der Folge das Design der empirischen Untersuchung vorgestellt.

2 Gestaltung der empirischen Untersuchung

Dieses Kapitel bietet einen Überblick jener Untersuchungsmethoden, die angewendet werden, um die gestellten Forschungsfragen beantworten und die Zielsetzung dieser Arbeit erreichen zu können. Es wird eine umfassende Dokumentenanalyse durchgeführt und im Rahmen eines Praxistests eine Prozessanalyse vorgenommen. Bestehende Carsharing-Projekte in Eferding, Herzogenburg, im Bezirk Liezen und im Mühlviertel werden untersucht und insgesamt 14 persönliche Interviews mit Carsharing-Experten und Carsharing-Nutzern geführt.

2.1 Dokumentenanalyse

Für den vorliegenden Forschungsgegenstand wird zuerst eine umfassende **Dokumentenanalyse** durchgeführt, um relevante Grundinformationen über das Carsharing-Projekt U.WE Mobil zu erhalten. Vom Obmann des Vereins U.WE Mobil wurden dem Verfasser dieser Arbeit nach Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung folgende Unterlagen ausgehändigt bzw. in elektronischer Form übermittelt:

- Mitgliederdaten
- Aufzeichnung der Mobilfahrten
- Umsetzungsleitfaden für E-Carsharing im Bezirk Urfahr-Umgebung
- Benutzerhandbuch Ibiola-Buchungssystem
- Tarifordnung, Nutzungsbedingungen und Checkliste
- Beitrittserklärungen
- E-Tankstellen Mühlviertel
- Flyer, Werbebriefe

Im Zuge der Informationsbeschaffung können solche Sekundärquellen herangezogen und das bereits vorhandene Datenmaterial genutzt werden. Sekundärinformationen sind grundsätzlich kostengünstiger als primär erhobene Daten und rascher zu beschaffen. Trotz der erforderlichen Primärerhebung sind diese sekundären Daten neben der Einarbeitung in die Materie auch für eine ökonomische Abwicklung der Erhebungsarbeit dienlich.⁴ Die Auswertung solcher, bereits vorhandener Daten unter einer bestimmten Fragestellung wird als Se-

⁴ Vgl. Berekoven/Eckert/Ellenrieder (2004), 42

kundäranalyse bezeichnet, im Unterschied zur Primäranalyse, bei der eigene, neue Daten herangezogen werden.⁵

Mittels Sekundäranalyse werden einerseits die vorhandenen Mitgliederdaten im Hinblick auf Struktur und Zusammensetzung der Mitglieder analysiert. Andererseits werden mit diesem Instrument die Auslastung der Fahrzeuge sowie das Nutzerverhalten anhand der Aufzeichnungen der Mobilfahrten untersucht. Die Dokumentenanalyse umfasst auch eine Untersuchung von Kommunikationsmaßnahmen, die vom Verein gesetzt wurden, um Mitglieder für das Projekt anzuwerben. Darunter fallen insbesondere Schriftstücke wie Flugblätter, Rundbriefe, Zeitungsinserate, aber auch elektronische Daten wie Beiträge in sozialen Online-Netzwerken. Die Ergebnisse dieser Untersuchung sind im Kapitel 8 zu finden.

2.2 Prozessanalyse und Praxistest

Laufende Prozesse bedürfen einer kritischen Betrachtung und Weiterentwicklung, die vor allem durch Prozessanalysen vorgenommen werden kann. Mit einer Soll-Ist-Analyse werden einzelne Prozesse analysiert und mögliche Schwachstellen identifiziert. Die Ursachen der Schwachstellen, ihr Umfang und auch ihre Auswirkungen werden festgestellt, um daraus Handlungsempfehlungen für die Optimierung zu erarbeiten. Bei allen Prozessgestaltungen und -optimierungen sollten die Kunden mit einbezogen werden.⁶ Eine Optimierung von Prozessen kann dann erreicht werden, wenn alle Möglichkeiten, die zu einer Verbesserung führen können, geprüft wurden. Je nach Aufgabenstellung sollten auch Kombinationen der verschiedenen Ansätze in Erwägung gezogen werden. Dabei ist das oberste Ziel aller Verbesserungen im Dreieck „Zeit, Qualität und Kosten“ zu setzen.⁷

In diesem Sinne erfolgt eine genauere Betrachtung der Abläufe, beginnend von der Buchung bis zur Rückgabe eines Carsharing-Fahrzeuges, um eventuelle Schwachstellen aufzudecken und den Prozess zu verbessern. Dies soll vor allem dazu dienen, bestehende Nutzer längerfristig an U.WE Mobil zu binden und potenzielle Nutzer zur Inanspruchnahme der Dienstleistung zu animieren. Um diese Prozesse auch auf ihre Praxistauglichkeit hin zu untersuchen, werden zusätzlich Testfahrten vom Autor selbst vorgenommen. Konkret wird der Verfasser dieser Arbeit sämtliche Vorgänge von der Buchung bis zur Rückgabe des Elektroautos real

⁵ Vgl. Bortz/Döring (2006), 370

⁶ Vgl. Hopp/Göbel (2004), 192

⁷ Vgl. Kieser/Walgenbach (2007), 82f

absolvieren. Sehr geeignet für den Praxistest erweist sich das Angebot von U.WE Mobil, in allen Standortgemeinden eine kostenlose Testfahrt mit dem Elektroauto vornehmen zu können. Diese unkomplizierte Form der Inanspruchnahme ist deswegen sehr passend, da sich der Interessierte noch nicht zu einer Mitgliedschaft entscheiden muss und das Carsharing völlig zwanglos ausprobieren kann.

2.3 Analyse bestehender Carsharing-Projekte

Die eingangs beschriebene, noch nicht zufriedenstellende Auslastung des E-Carsharing in Urfahr-West liegt als Problemstellung dieser Arbeit zugrunde. Die Fragestellung, wie neue Nutzer für das E-Carsharing begeistert und gewonnen werden können, ist für die empirische Erhebung dieser Arbeit von zentraler Bedeutung. Neben der Recherche sachbezogener Literatur kann die Untersuchung von existierenden Carsharing-Projekten in ländlichen Gebieten Österreichs mögliche Antworten liefern und Anregungen für eine verbesserte Auslastung der Dienstleistung bringen.

Es gibt österreichweit schon zahlreiche Projekte von Carsharing in ländlichen Regionen, die erfolgreich betrieben werden. Einen guten Überblick über verschiedene Carsharing-Angebote sowie innovative österreichische Mobilitätsangebote bietet dazu die Internet-Serviceseite „mobil-am-land.at“⁸. Im Rahmen dieser Arbeit werden vier bestehende Carsharing-Anbieter in ländlichen Regionen analysiert, um Vergleichsmöglichkeiten zum Carsharing-Projekt U.WE Mobil zu erhalten. Konkret werden dahingehend das Carsharing von „E(F) Mobil“ im Raum Eferding, „Move Herzogenburg“ in Niederösterreich sowie „E-Flitzer“ im Bezirk Liezen untersucht. Auch das neu angelaufene E-Carsharing-Projekt „MühlFerdl“ ist Gegenstand der Untersuchung, weil dieses für U.WE Mobil aufgrund der geografischen Nähe und als Kooperationspartner von besonderer Bedeutung ist. Diese vier Carsharing-Anbieter wurden ausgewählt, weil sie ebenso wie U.WE Mobil ihre Dienstleistung in ländlichen Regionen anbieten und deshalb ähnliche Voraussetzungen aufweisen. Auch das Leistungsvolumen (Anzahl der Fahrzeuge) ist, ausgenommen MühlFerdl, bei allen Anbietern ähnlich groß.

Einerseits werden mit den Vertretern dieser Organisationen qualitative Befragungen in Form eines Leitfadeninterviews (Näheres dazu im folgenden Teilabschnitt) geführt, um Informationen zum Management dieser Dienstleistung zu erhalten. Andererseits werden dann die er-

⁸ Vgl. Mobil am Land (2017)

haltenen Informationen im Sinne eines Benchmarking verglichen und adäquate Praktiken für die Handhabung des Carsharing bei U.WE Mobil vorgeschlagen. Benchmarking kann als Prozess des Verstehens, Vergleichens und Adaptierens von herausragenden Prozessen mit der Zielsetzung, die eigene Leistungsfähigkeit zu verbessern, definiert werden. Benchmarking bedeutet also Lernen von den Besten, was sowohl durch quantitative Kennzahlen, als auch durch qualitative Bewertungen erreicht werden kann.⁹

2.4 Qualitative Befragungen mittels Leitfadeninterview

Beim Leitfadeninterview gibt der Interviewer dem Befragten ausreichend Möglichkeiten zu antworten, weil er nur Fragen stellt, aber keine Antwortmöglichkeiten vorgibt. Statt eines teil- oder vollstandardisierten Fragebogens gibt es einen Interviewleitfaden, der Themen und Themenaspekte mit den dazugehörigen Fragen beinhaltet. Ob der Interviewer alle Fragen oder in der vorgegebenen Reihenfolge stellt, hängt von der Interviewsituation ab und kann flexibel gestaltet werden.¹⁰ Das Interview wird in der Regel mit einem elektronischen Aufnahmegerät aufgenommen, mit Hilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet und bei Bedarf transkribiert. Der vorhandene Leitfaden gibt dabei die thematischen Schwerpunkte vor und kann somit zur Einteilung in Kategorien dienlich sein.¹¹

Hinsichtlich der hier gestellten Forschungsfragen erscheint das Leitfadeninterview prädestiniert, da es durch seine Flexibilität viele Möglichkeiten bietet, sehr intensiv und detailliert auf die Thematik einzugehen. Im Rahmen der Untersuchung des Forschungsgegenstandes dieser Arbeit werden insgesamt **13 persönliche Einzelinterviews** sowie **ein persönliches Gruppeninterview (gesamt 14 Interviews)** durchgeführt, in denen die jeweiligen Zielpersonen als Experten auf ihrem Gebiet bzw. als Konsumenten einer Dienstleistung zum Forschungskomplex befragt werden. Das Gruppeninterview wird mit sämtlichen Vertretern des Vorstandes des Vereins Move Herzogenburg im Rahmen einer Vorstandssitzung durchgeführt. Der Verfasser dieser Arbeit erhält dabei durch einen eigenen Tagesordnungspunkt die Möglichkeit, seine Fragen anhand des vorgegebenen Leitfadens abzuarbeiten. Eines oder mehrere der sechs Vorstandsmitglieder haben dann die Möglichkeit, einzeln nacheinander auf die Fragen zu antworten.

⁹ Vgl. Wagner/Käfer (2010), 293

¹⁰ Vgl. Scholl (2003), 66

¹¹ Vgl. Scholl (2003), 69f

Bei Gruppeninterviews können mehrere Personen gleichzeitig anhand eines Leitfadens befragt werden. Gruppenbefragungen sind neben Einzelinterviews üblich und ermöglichen die zeit- und ressourcenökonomische Ermittlung der Standpunkte mehrerer Gesprächspartner. Wichtig sind dabei ein geordneter und übersichtlicher Ablauf der Befragung in entspannter Atmosphäre.¹²

Sämtliche Interviews werden in Anlehnung an einen entsprechenden Leitfaden aufgebaut, wobei dieser Leitfaden abhängig ist von der interviewten Person und ihrer Funktion bzw. ihrem Expertenstatus und dahingehend Änderungen aufweisen kann. Die thematischen Schwerpunkte des Leitfadens betreffen die Bereiche Carsharing als Umsetzungsprojekt, Praxisbeispiele von Carsharing sowie das Carsharing-Projekt U.WE Mobil.

Um das Nutzungsverhalten der Mitglieder kennenzulernen, wird dieses durch Befragung anhand eines Leitfadeninterviews erhoben. Im Rahmen dieser Befragung werden **acht Interviews mit Mitgliedern** geführt, die unterschiedliche Mobilitätsbedürfnisse aufgrund unterschiedlicher Lebensumstände aufweisen. Die acht Befragten setzen sich aus jeweils vier Männern und vier Frauen zusammen. Drei Personen sind Vertreter öffentlicher Einrichtungen bzw. selbständiger Unternehmen, eine Person ist im Ruhestand, zwei Befragte sind berufstätig, zwei Personen sind zurzeit nicht berufstätig und zuhause. Die Altersspanne der Interviewten erstreckt sich von ca. 30 Jahre bis ca. 65 Jahre. Auch auf die geografische Verteilung wird Rücksicht genommen und aus jeder Standortgemeinde zumindest eine Person befragt.

Auch werden Stakeholder des Carsharing-Projekts mittels qualitativer Befragung in Form eines Leitfadeninterviews gebeten, ihre Anregungen sowie bisherigen Erfahrungen mitzuteilen. Die Auswahl der Interviewpartner umfasst dabei den Geschäftsführer des Vereins U.WE Mobil, Herrn Herwig Kolar und die Bürgermeisterin der Gemeinde Lichtenberg, Frau Daniela Durstberger sowie den Geschäftsführer des Energiebezirks Freistadt, Herrn Norbert Miesenberger hinsichtlich Kooperation mit dem E-Carsharing-Angebot MühlFerdl. Herr Miesenberger tritt in diesem Interview sowohl als Repräsentant seiner Carsharing-Organisation als auch als Kooperationspartner von U.WE Mobil in Erscheinung.

Weiters werden Gespräche mit Vertretern der Carsharingprojekte „E(F) Mobil“ in Eferding, „Move Herzogenburg“ und „E-Flitzer“ im Bezirk Liezen sowie „MühlFerdl“ im Mühlviertel geführt. Dafür stehen seitens E(F) Mobil Herr Herbert Pözlberger und von Move Herzogenburg

¹² Vgl. Bortz/Döring (2006), 319

die Vorstandsmitglieder des Vereins zur Verfügung. Für den E-Flitzer erklärt sich Herr Ernst Nussbaumer und von MühlFerdl Herr Norbert Miesenberger zum Gespräch bereit. Sämtliche **Interviewleitfäden** sind als **Anhänge I, II und III und IV** am Ende dieser Arbeit ersichtlich.

Mit der Vielzahl an persönlichen Gesprächen verbindet der Autor die Absicht, ein möglichst umfassendes Meinungsbild und in der Folge quantitativ und qualitativ brauchbare Lösungsvorschläge für die gegebene Thematik zu erhalten. Auch auf eine ausgewogene Zusammensetzung der Interviewpersonen in Zusammenhang mit den vorhandenen Fragestellungen wird großer Wert gelegt. Insbesondere bei der Auswahl der Gesprächspartner aus dem Kreis der Mitglieder von U.WE Mobil wird darauf geachtet, verschiedene Nutzerpersönlichkeiten zu finden. Die Zusammenstellung der Carsharing-Nutzer umfasst Männer und Frauen, Selbständige und Unselbständige, Alleinlebende, Familienmitglieder, junge Erwachsene, Senioren sowie Vertreter von Vereinen und öffentlichen Einrichtungen. Die persönlichen Gespräche werden ausschließlich in öffentlichen Räumlichkeiten wie Büros und Cafes geführt.

Die jeweiligen Antworten der Interviewpartner fließen als konstruktive Gestaltungselemente in die Auswertung der Untersuchung ein, die in Kapitel 8 enthalten ist. Eine gebündelte Zusammenfassung aller Interviewergebnisse in einem Dokument ist nicht vorgesehen, da sie als konstruktive Elemente für die Ableitung von Handlungsempfehlungen herangezogen werden. Die Ergebnisse der Interviews mit dem Geschäftsführer von U.WE Mobil, mit den Vertretern anderer Carsharing-Projekte sowie mit der Frau Bürgermeisterin von Lichtenberg werden vereinbarungsgemäß nicht anonymisiert. Mit den Mitgliedern bzw. Nutzern von U.WE Mobil wird eine vollständige Anonymisierung der Interviewdaten vereinbart. Anstelle der Namen der Interviewpartner werden als Kennzeichnung beliebige Buchstaben verwendet. Die transkribierten Interviews werden in Form der qualitativen Inhaltsanalyse in Anlehnung an Mayring¹³ ausgewertet. Die vollständig transkribierten Interviews hält der Autor dieser Arbeit in Evidenz.

¹³ Vgl. Mayring (2003), 11

3 Nachhaltige Mobilität in ländlichen Regionen

Die nachhaltige Gestaltung von Mobilität gewinnt auch in ländlichen Gebieten zunehmend an Bedeutung. Da das Ausmaß der Motorisierung stetig zunimmt und sich Siedlungsgebiete ausdünnen, stellt nachhaltige Mobilität insbesondere in ländlichen Regionen zunehmend eine Herausforderung dar. Gleichzeitig bietet diese Entwicklung großes Potenzial für alternative Mobilitätskonzepte. Carsharing ist ein möglicher Teil davon, um bestimmte Mobilitätsbedürfnisse der Bewohner ländlicher Regionen abzudecken. Zunächst wird die Thematik der ländlichen Regionen beleuchtet.

3.1 Ländliche Regionen

Eine Region ist ein „(...) räumlicher Ausschnitt, der größer ist als der örtliche Zusammenhang (...)“¹⁴, dessen Ausdehnung aber nicht unbedingt bekannt ist und zur Bezeichnung verschiedener Phänomene, wie die wirtschaftliche, soziale und kulturelle Situation des bestimmten Gebietes dient.¹⁵ „Ländliche Region“ bzw. „ländlicher Raum“ sind vielschichtige Begriffe, die kaum in einer allgemeingültigen Definition erfasst werden können. Ländlicher Raum kann als Gebiet angesehen werden, das weder Verdichtungsraum sowie Randzone eines Verdichtungsraumes ist und im Gegensatz zum urbanen Raum steht.¹⁶

Laut Lexikon der Geografie ist der ländliche Raum ein naturnaher, von Land- und Forstwirtschaft geprägter Siedlungs- und Landschaftsraum mit geringer Bevölkerungs- und Bebauungsdichte, aber höherer Dichte der zwischenmenschlichen Beziehungen sowie mit einer naturräumlichen und kulturhistorischen Vielfalt. Abgrenzungsmerkmale zum städtischen Raum sind u.a. die Agrarquote (Anteil der in der Landwirtschaft Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigtenzahl), die Bevölkerungsdichte, Freiflächenanteile sowie das Bruttoinlandsprodukt, aber eine klare Abgrenzung zur Stadt ist aufgrund starker Veränderungen im Erwerbsleben sowie in der Mobilität kaum mehr möglich.¹⁷

Österreich weist, bezogen auf seine Siedlungsstruktur und hinsichtlich seiner wirtschaftlichen Entwicklung eine ländliche Charakteristik auf, da ca. 90% der Fläche land- und forstwirtschaftlich genutzt werden und 78 % der Bevölkerung in ländlichen Regionen leben. Als Sied-

¹⁴ Lexikon der Geografie – Region (2017)

¹⁵ Vgl. Lexikon der Geografie – Region (2017)

¹⁶ Vgl. Lexikon der Geografie – Ländlicher Raum (2017)

¹⁷ Vgl. Lexikon der Geografie – Ländlicher Raum (2017)

lungs-, Wirtschafts- und Erholungsraum ist der ländliche Raum für Österreich bedeutend.¹⁸ Der hohe Anteil ländlicher Regionen (grüne Flächen) in Österreich wird in der Landkarte der Europäischen Kommission deutlich:

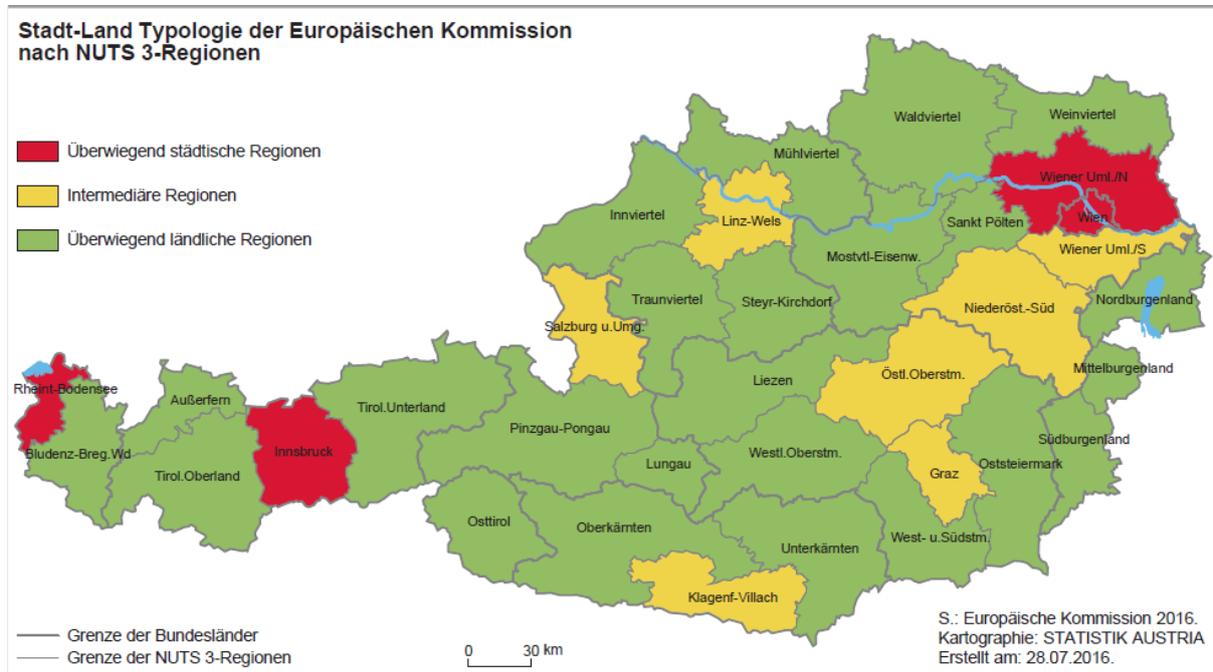


Abb. 1: Stadt-Land-Typologie Österreichs¹⁹

Nachfolgend werden jene charakteristischen Merkmale des ländlichen Raumes beschrieben, die Einfluss auf die Mobilität nehmen.

3.1.1 Topografie

Laut Nachschlagewerk Duden werden mit Topografie geografische Örtlichkeiten beschrieben und dargestellt.²⁰ Österreich weist als vergleichsweise kleines Land eine sehr große topografische Vielfalt auf. Zwischen der flachen Steppenlandschaft der pannonischen Tiefebene im Osten des Landes bis zu hochalpinen Regionen im Westen liegen Wald- und Hügellandschaften, Feuchtgebiete und Seenplatten bis hin zu Landschaftsformen im Süden, die bereits mediterranes Flair vermitteln.²¹

¹⁸ Vgl. Österreichische Raumordnungskonferenz (2017)

¹⁹ Abb. entnommen aus: Statistik Austria (2017c)

²⁰ Vgl. Duden (2017a)

²¹ Vgl. Österreich Werbung, Österreichs Landschaften (2017)

Diese geografischen Örtlichkeiten sind für nachhaltige Mobilität und insbesondere für Elektromobilität von entscheidender Bedeutung. Gerade Österreich mit seinen alpinen Landschaften und zahlreichen Steigungen und Gefällen sollte für Elektrofahrzeuge eine Herausforderung darstellen. Dass die Technik für schwierigste Topographie jedoch bereits gut gerüstet ist, beweist das Projekt „Progetto San Gottardo“, bei dem mit Elektroautos die Alpenlandschaft auf sanfte und umweltfreundliche Art erkundet werden kann. Die Initiatoren sind davon überzeugt, dass die Elektromobilität als Fortbewegungsmittel ebenso in alpine Gegenden gehört wie die Nutzung von erneuerbaren Ressourcen aus Wasser, Wind und Sonne.²²

Die vielen Steigungen verschlingen einerseits Energie und somit Reichweite, andererseits wird beim Befahren von Gefällen wiederum Strom erzeugt und die Batterie des Fahrzeuges geladen. Insgesamt würde aber bei einer Fahrt mit dem Elektroauto im Flachland weniger Energie verbraucht werden.²³ Aus eigener Erfahrung des Autors mit der testweisen Nutzung eines E-Carsharing-Fahrzeuges im hügeligen Mühlviertel ist ein starker Zusammenhang zwischen Topografie und Elektromobilität feststellbar.

Aber nicht nur die Beschaffenheit einer Landschaft steht in unmittelbarem Zusammenhang mit Mobilität, sondern auch die Art der Besiedelung von Lebensräumen.

3.1.2 Zersiedelung

Zersiedelung ist ein weiterer Aspekt, der kennzeichnend für ländliche Regionen ist. Das eingeschränkte Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln in ländlichen Regionen ist, verglichen mit städtischen Gebieten, einer von mehreren Aspekten, der zu einer Abwanderung der Bevölkerung aus den betroffenen Gebieten und folglich zur Zersiedelung führt.²⁴

Ebenso wird die Zersiedelung gefördert durch günstige Bodenpreise in abgelegenen Gebieten, die für viele Menschen einladend wirken und eine weitere Bildung von Streusiedlungen begünstigen. Betroffenen ist durchaus bewusst, dass in entlegenen Gebieten ein erhöhter Aufwand für Mobilität sowie eine stärkere Abhängigkeit vom Auto besteht als in der Stadt, trotzdem wird dies als Kostenfaktor oft nicht bedacht. Dabei wird der Zusammenhang zwischen Standortwahl und öffentlichem Verkehrsnetz nicht berücksichtigt.²⁵

²² Vgl. Klima- und Energiefonds, Elektroauto erobert die Alpen (2017)

²³ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

²⁴ Vgl. Holz-Rau/Günthner/Krummheuer (2010), S. 500

²⁵ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe (2013), 19

Aus dieser Haltung ergibt sich ein überdurchschnittlicher Motorisierungsgrad der ländlichen Bevölkerung. 81 % der Bewohner nutzen den Pkw mehrmals pro Woche, in dicht verbauten Gebieten sind es lediglich 56 %.²⁶ Bewohner in ländlich strukturierten Gebieten besitzen im Durchschnitt mehr PKW's als jene in städtischen Räumen.²⁷

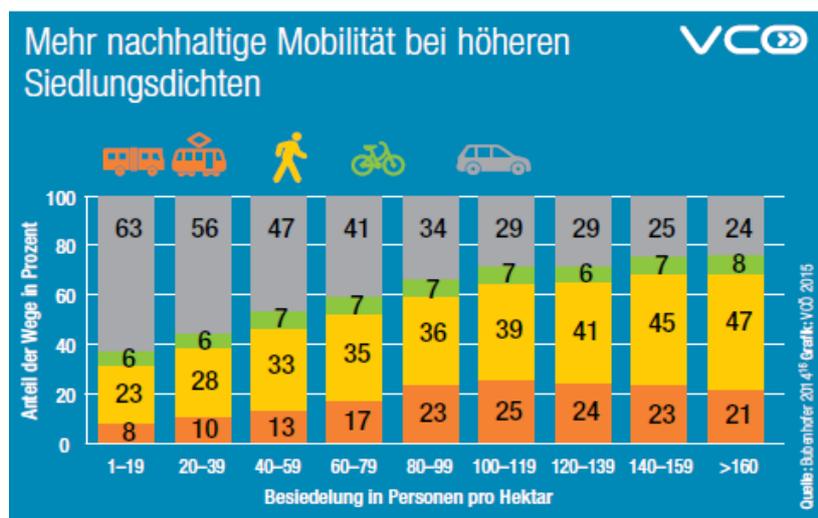


Abbildung 2: Mobilität nach Siedlungsdichten²⁸

Die Grafik des VCÖ betreffend Siedlungsdichte zeigt, dass die Mobilität in dünn besiedelten Gebieten überwiegend auf den PKW ausgerichtet ist. Zersiedelung ist somit eindeutig ein hemmender Faktor für mehr nachhaltige Mobilität. Verstärkt wird die zunehmende PKW-Verfügbarkeit und –Nutzung auch durch einen gestiegenen Lebensstandard.²⁹

Nachhaltige Mobilität hängt auch mit der Veränderung der Altersstruktur zusammen, die anschließend beschrieben wird.

3.1.3 Demografischer Wandel

Unter demografischen Wandel wird die Veränderung der Altersstruktur der Bevölkerung eines Landes verstanden.³⁰ In Österreich geht der Trend eindeutig hin zu einer alternden Gesellschaft, d.h. die Bevölkerung insgesamt wird in den nächsten Jahrzehnten steigen und der Anteil älterer Menschen wird weiter zunehmen. So wird sich die Zahl der Älteren (65 Jahre

²⁶ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Wie Wohnen Mobilität lenkt (2010), 9

²⁷ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Wie Wohnen Mobilität lenkt (2010), 17

²⁸ Abbildung entnommen aus: VCÖ-Schriftenreihe, Wohnbau, Wohnumfeld und Mobilität (2015), 11

²⁹ Vgl. Umweltbundesamt (2017)

³⁰ Vgl. Lexikon der Nachhaltigkeit, Demografischer Wandel (2017)

und darüber) bis 2050 von derzeit 1,5 Millionen auf 2,6 Millionen Personen erhöhen. Personen im Haupterwerbsalter (20 bis 64 Jahre) hingegen werden trotz Zuwanderung leicht schrumpfen: von derzeit 5,2 Millionen auf 5,0 Millionen Personen. Die Zahl der Kinder und Jugendlichen (0 bis 19 Jahre) wird voraussichtlich mit 1,7 Millionen Personen gleich bleiben.³¹ Die folgende Grafik bildet diese Entwicklung ab.

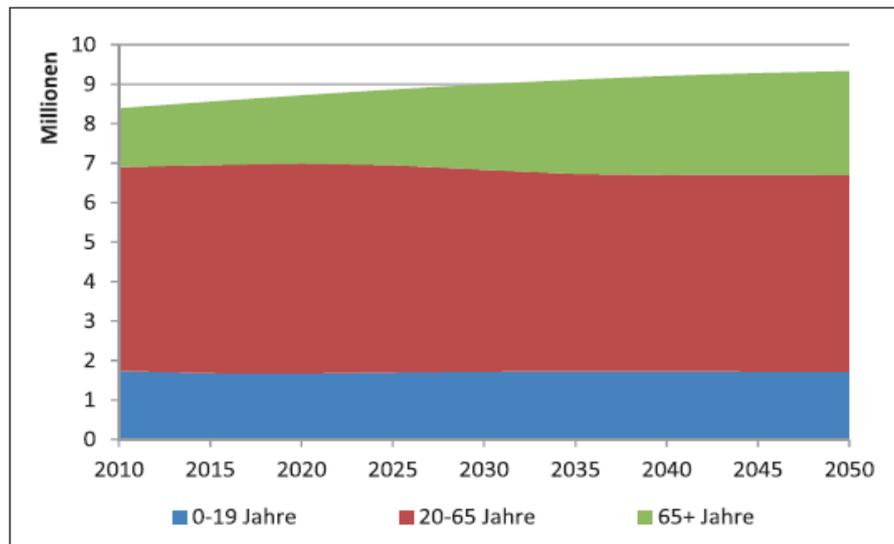


Abbildung 3: Bevölkerungsentwicklung nach Altersgruppen³²

In den Regionen Österreichs werden unterschiedliche Entwicklungen stattfinden, d.h. es wird neben Bundesländern mit Bevölkerungswachstum auch solche mit schrumpfender Bevölkerung geben. Jedenfalls hat die Veränderung der Altersstruktur nicht nur gravierende Auswirkungen für die Pensionssicherung, das Gesundheitssystem und die Altenbetreuung, sondern auf alle Lebensbereiche.³³ In ländlichen Regionen wird dieser Trend zu einer, bereits jetzt stattfindenden Verringerung der Versorgungsqualität der Bewohner und des finanziellen Handlungsspielraumes der Kommunen, führen.³⁴

Zur Bewältigung dieser Herausforderungen sollte aufgrund der wechselseitigen Abhängigkeit und Beeinflussung seitens der Gemeinden und Regionen großräumiger gedacht werden und bspw. mehr interkommunale bzw. interregionale Zusammenarbeit verwirklicht werden. Ein Mobilitätskonzept in Form eines E-Carsharing-Vereins ist insbesondere hinsichtlich Raum- und Verkehrsplanung ein möglicher Lösungsansatz, um gemeindeübergreifend tätig zu werden.³⁵

³¹ Vgl. Münz (2015), 47f

³² Abbildung entnommen aus: Münz (2015), 48

³³ Vgl. Schipfer (2005), 2

³⁴ Vgl. Schipfer (2005), 16

³⁵ Autor (2017)

Neben dem demografischen Wandel prägt auch die wirtschaftliche Entwicklung ländliche Regionen.

3.1.4 Wirtschaftliche Entwicklung

Die bereits erwähnte Schrumpfung der Bevölkerung in ländlichen Regionen wird in der Regel von einer nachlassenden wirtschaftlichen Dynamik begleitet. Dies hat zur Folge, dass Personen stagnierende Gebiete verlassen und sich eher in prosperierenden Regionen ansiedeln. Zwischen wirtschaftlicher Basis einer Region und demografischem Wandel besteht demnach eine wechselseitige Abhängigkeit.³⁶

Da in Österreich zwei Drittel der Bevölkerung in ländlichen Gebieten leben, ist dieser Raum von großer wirtschaftlicher Bedeutung. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen übernehmen in den ländlichen Gemeinden eine wichtige Rolle und beeinflussen die Wirtschaftsstruktur in diesen Regionen wesentlich. Die Attraktivität und Lebensqualität am Land ist stark mit der Standortsicherung und Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft verbunden. Die Politik für den ländlichen Raum muss Probleme wie Landflucht, Entleerung peripherer Gegenden behandeln. Seitens der EU werden Mittel zur Verfügung gestellt, um Maßnahmen für die wirtschaftliche Entwicklung im ländlichen Raum zu setzen.³⁷

Ein wesentlicher Punkt ist lt. ÖROK dabei die Sicherung der lokalen und regionalen Daseinsvorsorge (Bildung, Gesundheit, Kultur, Soziales, Verkehr, Energie, Wohnen...). Die passenden Strategien und Instrumente für eine kostenbewusste und nutzerorientierte Anpassung an veränderte Nachfragestrukturen und Mobilitätsmöglichkeiten sind von den Verantwortlichen zu suchen. Ziel ist es, allen Bevölkerungsgruppen einen gleichberechtigten Zugang zu diesen Leistungen in allen Gebieten Österreichs zu ermöglichen.³⁸

Dabei kann eine neue Partnerschaft zwischen Land und Stadt alternative Möglichkeiten bieten. Die Wirtschaftsentwicklung soll der ländlichen Bevölkerung Erwerbsmöglichkeiten ohne große Pendeldistanz anbieten (bspw. im Tourismus, Land- und Forstwirtschaft, Dienstleistungssektor) und die Erreichbarkeit verbessern. Großes Verbesserungspotenzial bietet auch

³⁶ Vgl. Schipfer (2005), 15

³⁷ Vgl. WKO (2017)

³⁸ Vgl. ÖROK (2011), 50f

eine moderne IKT-Struktur und sich daraus ergebende, neue Organisationsformen von Arbeit, wie bspw. ein Telearbeitsplatz zuhause.³⁹

Starken Einfluss auf ländliche Gebiete hat auch eine mehr oder weniger funktionierende Nahversorgung, die in der Folge betrachtet wird.

3.1.5 Nahversorgung

Nahversorgung bedeutet die Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen in kurzer Entfernung von der Wohnung.⁴⁰ Nahversorgung ist in ländlichen Gebieten von großer Bedeutung und gleichzeitig durch Mangerscheinungen gekennzeichnet. Im Zeitraum von 1970 bis 2011 hat sich die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte in Österreich um drei Viertel reduziert, in absoluten Zahlen von 20.310 auf 5.652 Geschäfte. Die Verkaufsfläche hingegen ist gestiegen, d.h. es waren und sind in erster Linie kleine, privat geführte Geschäfte von der Auflösung betroffen.⁴¹ Bewohner ländlicher Gebiete sind eher gewillt, ihre Einkäufe in weiter entfernten Einkaufszentren oder in der Filiale einer Supermarktkette vorzunehmen, anstatt diese beim nahe gelegenen ortsansässigen Nahversorger zu erledigen.⁴²

Während die Konsumenten also große Distanzen mit dem Auto für den Einkauf zurücklegen, wurde die Nahversorgung stark ausgedünnt und es blieben unbelebte Ortskerne zurück.⁴³ An den Ortsrändern werden neue Supermärkte mit größerer Verkaufsfläche errichtet, was die Abhängigkeit der ländlichen Bevölkerung vom Pkw erhöht, da zusätzliche Versorgungswege notwendig sind.⁴⁴ Dieser negativen Entwicklung wird bspw. vom Land Oberösterreich, versucht, mit einer Nahversorgungsförderung entgegenzuwirken. Mit der O.Ö. Nahversorgungsförderung können bis zu 30 % der Investitionskosten von Nahversorgungsbetrieben bis zu einer maximalen Höhe von € 30.000,- gefördert werden.⁴⁵

Neben den topografischen, demografischen und wirtschaftlichen Aspekten sind, wie angeführt auch die Zersiedelung und Nahversorgung bestimmende Faktoren in ländlichen Regionen. Als letzter Bestimmungsfaktor wird im Anschluss die Wahl des Lebensmittelpunktes angesprochen.

³⁹ Vgl. ÖROK (2011), 87f

⁴⁰ Vgl. Duden (2017b)

⁴¹ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe (2013), 28

⁴² Vgl. Müller (2014)

⁴³ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe (2013), 11

⁴⁴ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe (2013), 28

⁴⁵ Vgl. Strugl (2016)

3.1.6 Lebensmittelpunkt

Die durchaus prekäre Lage der Landbevölkerung im Hinblick auf ihre Mobilität wird in der Literatur kritisch betrachtet. „Die Entscheidung, in nachfrageschwachen Räumen zu wohnen – dorthin zu ziehen oder dort zu bleiben – ist immer individuell, deshalb müssen die Konsequenzen dieser Haltung auch individuell getragen werden“.⁴⁶ Einerseits sind die günstigen Bodenpreise in abgelegenen Räumen für die ländliche Bevölkerung vorteilhaft, andererseits müssten die Kosten für den Ausbau des öffentlichen Verkehrsnetzes in diesen Gebieten von der Allgemeinheit getragen werden. Maßgeblich ist auch, dass die Nachfrage der ländlichen Bewohner nach kleinen Lebensmittelgeschäften im Ort zu gering wäre, woraus sich der Mangel an Nahversorgern ergibt und in der Folge ein Trend zu großen Supermärkten außerhalb des Ortes entstanden ist.⁴⁷

Abgesehen von der Tatsache, dass der Ausbau des öffentlichen Verkehrsnetzes am Land von allen Staatsbürgern finanziert werden muss, würde dieser auch enorme Vorteile für die Allgemeinheit, aber auch für die Zentralräume bringen. Es könnten Staus vermieden und die Umwelt entlastet werden, weil die Luftverschmutzung abnehmen und folglich mehr Lebensqualität und eine bessere Gesundheit der Bewohner entstehen würde.⁴⁸

Es gibt einen zunehmend erfreulichen Trend, den Wohnstandort so zu wählen, dass Mobilität ohne oder mit nur geringer Nutzung des eigenen Autos möglich ist. Ein Leben ohne Auto wird sozusagen immer populärer. Voraussetzung dafür sind allerdings verdichtete Siedlungsräume und die gemeinsame Ausrichtung von Raum- und Verkehrsplanung.⁴⁹

Nach näherem Befassen mit ländlichen Regionen und ihren vielfältigen Aspekten geht das nächste Teilkapitel auf den Bereich der nachhaltigen Mobilität ein.

3.2 Nachhaltige Mobilität

Der Begriff Nachhaltigkeit wurde von der Brundtland-Kommission 1987 so ausgelegt, dass die Bedürfnisse der gegenwärtigen Gesellschaft befriedigt werden sollen, ohne dabei zukünftige

⁴⁶ Holz-Rau/Günthner/Krummheuer (2010), 502

⁴⁷ Vgl. Holz-Rau/Günthner/Krummheuer (2010), 502

⁴⁸ Autor (2017)

⁴⁹ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe (2016), 9

tigen Generationen die Chance zu nehmen, deren Bedürfnisse im selben Maße zu befriedigen und ihren Lebensstil frei zu wählen.⁵⁰

In Ableitung dieser Definition sollte die nachhaltige Mobilität eine moderne Verkehrs- und Umweltpolitik zum Ziel haben, die gesellschaftlich erforderliche Mobilität möglichst umweltverträglich zu gestalten.⁵¹ Mobilität bedeutet die „(...) Möglichkeit zur Ortsveränderung (...)“⁵² und ist einerseits vom bestehenden Verkehrsangebot abhängig. Andererseits setzt Mobilität voraus, dass Menschen physisch und kognitiv in der Lage sind, zu gehen bzw. bestimmte Verkehrsmittel nutzen zu können. Auch muss der mobile Mensch über relevante Ressourcen wie PKW, Fahrrad oder Fahrticket für das öffentliche Netz verfügen. Diese Ressourcenausstattung ist wesentlich von der finanziellen Situation einer Person abhängig.⁵³

Um eine langfristig nachhaltige Entwicklung, insbesondere eine nachhaltigere Mobilität zu erreichen, muss die Eindämmung des motorisierten Individualverkehrs als wichtige Herausforderung betrachtet werden. Die gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen durch Carsharing ermöglicht individuelle motorisierte Mobilität, ohne einen eigenen Pkw besitzen zu müssen.⁵⁴

Im Folgenden werden verschiedene Aspekte einer nachhaltigen Mobilität untersucht und die Herausforderungen gerade in ländlichen Gebieten dargestellt.

3.2.1 Soziale Aspekte

Eine Ortsveränderung ist ein Mittel zum Zweck, bspw. um bestimmte Ziele zu erreichen wie Arbeitsplätze, Schulen, Geschäfte etc. Für diese Ortsveränderungen sind Mobilität und Erreichbarkeit notwendig. Eine aktive Teilhabe an Mobilität wird erst durch das abgestimmte Zusammenwirken von Verkehrsangeboten, Verkehrskompetenzen und -ressourcen möglich. Mobilität und Erreichbarkeit sind wesentliche Grundlagen für Lebensqualität und bestimmen u.a. Selbstwert, Selbständigkeit, Selbstverwirklichung sowie die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben.⁵⁵

⁵⁰ Vgl. Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Brundtland Bericht (2017)

⁵¹ Vgl. Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Nachhaltige Mobilität 2017)

⁵² Holz-Rau/Günthner/Krummheuer (2010), 491

⁵³ Vgl. Holz-Rau/Günthner/Krummheuer (2010), 492f

⁵⁴ Vgl. Witzke (2016), 1f

⁵⁵ Vgl. Holz-Rau/Günthner/Krummheuer (2010), 491f

Deshalb liegt die Bereitstellung von Mobilitätsangeboten maßgeblich in der Verantwortung eines Sozialstaates, vor allem wenn es darum geht, Menschen mit besonderen Bedürfnissen in ihrer Mobilität zu unterstützen. Dazu zählen Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen oder begrenzten Ressourcen, ältere Personen sowie Menschen aus abgelegenen Gebieten, denen es an örtlichen Versorgungsangeboten fehlt.⁵⁶

Die Mobilitätsansprüche von Menschen sind sehr unterschiedlich und vor allem die Auswirkungen gesellschaftlicher Entwicklungen, wie bspw. eine alternde Bevölkerung auf die Mobilität sind vielfältig.⁵⁷ Für ältere Menschen ist Mobilität ein Schlüssel zur Teilhabe am sozialen Leben und von Bedeutung für das subjektive Wohlbefinden und die Gesundheit. Mehr Barrierefreiheit und geringere Geschwindigkeiten würden bspw. das Mobilitätssystem an die Bedürfnisse älterer Menschen anpassen.⁵⁸ Für Menschen mit eingeschränkter Mobilität bietet etwa die dänische Initiative „Cycling without age“⁵⁹ wieder Zugang zu Mobilität. Ältere Menschen aus Altersheimen werden von Freiwilligen mit Fahrradrikschas gefahren. Auch in Österreich kommt diese Mobilitätsform bereits zur Anwendung.⁶⁰

Die Mobilität von jungen Menschen wird durch vielfältige Einflüsse wie Alter, Ausbildung, Erwerbstätigkeit ebenso bestimmt wie Individualisierung, Urbanisierung und Digitalisierung. Jugendliche nutzen vermehrt Busservices, Anruf-Sammeltaxis, aber auch Fahrradboxen und das Angebot von Park & Ride. Der Einsatz internetfähiger Smartphones und die Vernetzung über Online-Plattformen spielt bei den Mobilitätsansprüchen junger Menschen eine immer größere Rolle. Dieser Aspekt ist speziell für diese Arbeit sehr wichtig, da für mehr als die Hälfte der Jugendlichen eine zielgerichtete Nutzung anstelle von Besitz vorstellbar ist, auch beim Auto.⁶¹

Neben dem sozialen Gesichtspunkt spielen aber auch wirtschaftliche Gegebenheiten eine wichtige Rolle bei der Behandlung nachhaltiger Mobilität.

⁵⁶ Vgl. Holz-Rau/Günthner/Krummheuer (2010), 492

⁵⁷ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Gesellschaftliche Entwicklungen verändern die Mobilität (2015), 8

⁵⁸ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Gesellschaftliche Entwicklungen verändern die Mobilität (2015), 31

⁵⁹ Vgl. Cycling without age (2017)

⁶⁰ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Gesellschaftliche Entwicklungen verändern die Mobilität (2015), 35

⁶¹ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Gesellschaftliche Entwicklungen verändern die Mobilität (2015), 36f

3.2.2 Ökonomische Aspekte

Neben anderen positiven Effekten der Mobilität, wie kultureller Austausch und Vernetzung von Menschen ist die Mobilität auch ein wesentlicher wirtschaftlicher Faktor. Menschen mit hohem Mobilitätsgrad können ein größeres Angebot wahrnehmen, der Wettbewerb zwischen Anbietern wird intensiviert und bietet Konsumenten eine höhere Qualität und niedrigere Preise. Außerdem wirkt ein hoher Grad an Mobilität ineffizienten monopolartigen Strukturen entgegen. Mehr Mobilität bietet auch ein Mehr an Freizeitaktivitäten mit größerem Angebot für die Menschen, die damit ihre Erholungsphasen vielfältiger gestalten können. Deshalb zählen der freie Personenverkehr sowie die Niederlassungsfreiheit zu den Grundfesten der Europäischen Union.⁶²

Eine neue, nachhaltige Mobilität sorgt im Bereich der Automobilindustrie für gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit. Durch intelligente Verknüpfung von Mobilität und Klimaschutz in Zusammenhang mit intelligenten Arbeitsplätzen können u.a. auch in Österreich Know-how und Wertschöpfung generiert werden. Insbesondere im Bereich der Elektromobilität werden vom BMVIT 12 % der Gesamtkosten für Innovation in Forschung und Entwicklung investiert. Für die bisher sehr erfolgreiche österreichische Automobilindustrie ist dieser Aspekt von großer Bedeutung, da über 175.000 Beschäftigte in dieser Branche tätig sind und jährlich rund € 30 Mrd. an Bruttowertschöpfung erwirtschaftet wird.⁶³

Durch den Nationalen Strategierahmen „Saubere Energie im Verkehr“ soll die Umweltbelastung des Verkehrs und die Abhängigkeit von Erdöl in Österreich verringert werden. Als wichtiger Schritt wird dabei der Umstieg auf alternative Kraftstoffe im Verkehr und Elektromobilität mit erneuerbarer Energie gesehen, der den Aufbau einer entsprechenden Infrastruktur erfordert.⁶⁴ „Diese Mobilitätswende birgt für Österreich hohe Wertschöpfungs- und Beschäftigungspotenziale.“⁶⁵

Mobilität ist also im Wirtschaftsleben von großer Bedeutung und weist für Zukunftsprojekte in Richtung mehr nachhaltige Mobilität für österreichische Unternehmen ein großes Potenzial auf. Mobilität wirkt aber auch sehr stark auf die Umwelt, deshalb wird diesem Aspekt im nächsten Unterkapitel die nötige Aufmerksamkeit geschenkt.

⁶² Vgl. Böhm u.a. (2011), 16f

⁶³ Vgl. BMVIT (2010), 17

⁶⁴ Vgl. BMVIT (2016), 1f

⁶⁵ BMVIT (2016), 1

3.2.3 Ökologische Aspekte

Im Sinne eines ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzeptes werden neben dem sozialen und dem ökonomischen Aspekt auch die ökologischen Auswirkungen der Mobilität behandelt. Dabei müssen jene externen Kosten der Mobilitätsleistung verstärkt berücksichtigt werden, die nicht nur von den Verursachern selbst getragen werden, sondern auch von der Allgemeinheit. Zu diesen externen Kosten gehören Infrastrukturkosten, Umweltkosten, Unfallkosten und Staubkosten, die wegen mangelnder Transparenz nicht berücksichtigt werden.⁶⁶

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, der Bevölkerung nahezubringen, wie sie auf nachhaltige Mobilitätsalternativen umsteigen kann. Der Klimawandel ist als Argumentationsgrundlage schlecht geeignet, weil er zu wenig greifbar ist. Ein möglicher Zugang könnte die Thematik der Gesundheit bzw. der Gesundheitsförderung sein, da diese durch das individuelle und kollektive Mobilitätsverhalten unweigerlich beeinflusst wird.⁶⁷

Die Kosten der Mobilität werden zudem durch Subventionen verzerrt, die dem motorisierten Individualverkehr (MIV) bspw. durch die Pendlerpauschale einen Vorzug einräumen. Diese Subventionen erlauben es dem Mobilitätsmarkt nicht, sich selbst auf ein effizientes Maß zu regulieren, was ein Verkehrs- und Mobilitätsverhalten zur Folge hat, das wenig zukunftsfähig ist. Die aufgrund dieser Ineffizienz entstehenden externen Kosten belasten die österreichische Wirtschaft mit mindestens 20 Mrd. € im Jahr. Würden ökologische Auswirkungen in der Steuergesetzgebung mehr Berücksichtigung finden, könnte die Kostentransparenz im Verkehrs- und Mobilitätssektor erhöht werden und gleichzeitig die gesellschaftliche und private Abhängigkeit vom Straßenverkehr reduziert werden.⁶⁸

Bis 2030 müsste die Anzahl der Pkws mit Verbrennungsmotoren im Stadtverkehr halbiert und bis 2050 gänzlich entfernt werden, um die Klimazielvorgaben der Europäischen Union zu erreichen.⁶⁹ Um die Abhängigkeit vom PKW zu reduzieren, braucht es alternative Mobilitätslösungen. Ein multimodaler Lebens- und Mobilitätsstil, der sich bereits in der Gesellschaft entwickelt, ist Basis für einen zukunftsfähigen Umgang mit dieser Herausforderung.⁷⁰ „Multimodale Mobilität bedeutet nicht nur, das persönlich gerade optimale Verkehrsmittel zu wählen, sondern auch die Chance, Mobilität mit weniger Ressourcen und Kosten sicherzustellen: effizient, umweltfreundlich und gesundheitsfördernd.“⁷¹

⁶⁶ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Budgetentlastung durch nachhaltigen Verkehr (2010), 9

⁶⁷ Vgl. Schaupp (2012), 1

⁶⁸ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Budgetentlastung durch nachhaltigen Verkehr (2010), 9

⁶⁹ Vgl. Europäische Kommission (2011), 10

⁷⁰ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Technologien für nachhaltige Mobilität (2012), 10

⁷¹ VCÖ Factsheet, Multimodale Mobilität im Trend (2015), 4

Das BMVIT formuliert im Gesamtverkehrsplan für Österreich die Ziele und Strategien einer umfassenden Verkehrspolitik bis 2025 für alle Verkehrsmittel und -träger. Oberste Aufgabe der heimischen Verkehrspolitik ist demnach, die „(...) Mobilität von Personen und Gütern zu ermöglichen und gleichzeitig die negativen Effekte auf Mensch und Umwelt zu minimieren.“⁷² In Zusammenarbeit von Bund, Ländern und Gemeinden wird dieser Plan nach sozialen, umweltfreundlichen sowie sozialen und effizienten Richtlinien umgesetzt.⁷³

Ein zeitgemäßes und nachhaltiges Gesamtverkehrssystem setzt zunehmend auch auf Elektromobilität, wobei die kombinierte Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und umweltfreundlicher Fahrzeuge im Vordergrund steht. Der Umsetzungsplan Elektromobilität sieht in Elektrofahrzeugen ein enormes Potenzial.⁷⁴

Dieser ökologische Teilaspekt ist vor allem für diese Forschungsarbeit von großer Bedeutung, da die Nutzung von Carsharing auch ökologisch motiviert ist. Nachdem der Fokus zuletzt auf soziale, ökonomische und ökologische Faktoren der Mobilität gelegen ist, werden anschließend die Herausforderungen nachhaltiger Mobilität in ländlichen Regionen erarbeitet.

3.2.4 Herausforderungen nachhaltiger Mobilität in ländlichen Regionen

Im EU-Vergleich präsentiert sich der ländliche Raum in Österreich mit hoher Lebensqualität und geringer Arbeitslosigkeit. Trotzdem gibt es auch strukturschwache Gebiete, die mit Abwanderung, Überalterung der Bevölkerung und Ausdünnung der öffentlichen Infrastruktur konfrontiert sind. Laut aktuellem Programm für die ländliche Entwicklung soll die Umsetzung von Maßnahmen zu mehr Energieeffizienz bzw. klimafreundlicher Mobilität gefördert werden.⁷⁵ Konkret soll die „(...) Markteinführung umweltschonender Technologien und Dienstleistungen für Mobilität sowie Mobilitätsmanagement, alternative Fahrzeuge, Elektromobilität und Radverkehr unterstützt werden“.⁷⁶

Der VCÖ sieht die Regionen Österreichs vor großen Herausforderungen wie „(...) Arbeitsplatzmangel, abwandernde junge Menschen, Überalterung, mangelhafte oder fehlende öf-

⁷² BMVIT, Gesamtverkehrsplan (2012), 12

⁷³ Vgl. BMVIT, Gesamtverkehrsplan (2012), 12

⁷⁴ Vgl. BMVIT (2012), 7

⁷⁵ Vgl. BMLFUW (2016), 446

⁷⁶ BMLFUW (2016), 446

fentliche Verkehrsangebote, starke Abhängigkeit vom PKW, ausgedünnte Nahversorgung und ungenügende soziale wie medizinische Dienstleistungen“.⁷⁷ Sämtliche Herausforderungen sowie vorherrschende Rahmenbedingungen in Kommunen am Land verdeutlicht diese Grafik:



Abbildung 4: Rahmenbedingungen in den Kommunen⁷⁸

Folgende Maßnahmen rund um die Mobilität könnten zur Stärkung und somit zur Zukunftssicherung von ländlichen Regionen beitragen:⁷⁹

- Attraktive Mobilitätsangebote für junge Menschen anbieten (dichtes Netz, häufige Verbindungen und leistbare Tarife);
- Mobilität ohne PKW für alte Menschen sichern (gut ausgebaute Regionalbahnen und vertaktete Busanschlüsse);
- Angebot für Radfahren und Gehen für die Alltagswege ausbauen;
- Finanzkraft der Gemeinden für nachhaltige Entwicklung der Mobilität stärken;
- Kooperationen zwischen den Gemeinden anregen und verstärken;
- Rahmenbedingungen für eine kompakte, mit öffentlichem Verkehr erschlossene Siedlungsentwicklung festlegen;
- Güterverkehr auf Regionalbahnen für lokale Industriebetriebe erhalten und ausbauen.

Der erwähnte Mangel an Arbeitsplätzen in der Region zwingt die Menschen zum Auspendeln. Anstatt das Pendeln steuerlich noch mehr zu unterstützen, sollten Arbeitsplätze

⁷⁷ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Zukunft der Mobilität in der Region (2013), 9

⁷⁸ Abb. entnommen aus: Ernst u.a. (2011), 30

⁷⁹ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Zukunft der Mobilität in der Region (2013), 10

in der Region geschaffen werden.⁸⁰ Dem mangelnden bzw. fehlenden öffentlichen Verkehr (ÖV) für dünn besiedelte Gebiete sollte ein Mindestangebot an ÖV zur Verfügung gestellt werden, inklusive österreichweiter Verkehrsauskunft und einheitlichem Ticketsystem.⁸¹ Aber auch durch ein verbessertes Angebot an ÖV und der Integration von neuen Mobilitätsdienstleistungen kann angenommen werden, dass viele Menschen trotzdem nicht dauerhaft auf den privaten PKW verzichten können bzw. werden.⁸²

Die Attraktivität eines ländlichen Ortes kann durch verschiedene Maßnahmen stark erhöht werden. So kann bspw. die Versorgung und in der Folge auch das soziale Leben durch Koppelung des Lebensmittelhandels mit Post-, Bank- oder persönlichen Dienstleistungen neu belebt werden. Gemeinschaftliche Beschaffung durch moderne Kommunikationstechnologie und stärkere Zusammenarbeit von öffentlichen Einrichtungen und Vereinen im Ort verbessern die Versorgung und den Zusammenhalt.⁸³

In Anlehnung an die vom VCÖ vorgeschlagenen Belebungsmaßnahmen erscheinen auch die von Lebensminister Andrä Rupprechter aufgestellten Forderungen nach „(...) Verlegung von Behörden in den ländlichen Raum, eine Stärkung der Rolle der Frau am Land und rechtliche Vereinfachungen für Ehrenamtliche (...)“⁸⁴ passend.⁸⁵

Im Zuge der Erörterung der nachhaltigen Mobilität in ländlichen Regionen wurde auf wesentliche Aspekte im ländlichen Raum wie bspw. Zersiedelung, demografischer Wandel und wirtschaftliche Entwicklung eingegangen. Im Rahmen der nachhaltigen Mobilität wurden soziale, ökonomische und ökologische Aspekte analysiert und schließlich noch die Herausforderungen nachhaltiger Mobilität in ländlichen Regionen dargestellt. Der nächste Abschnitt befasst sich eingehend mit dem Carsharing als Mobilitätskonzept und der Sharing Economy im Allgemeinen.

⁸⁰ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Zukunft der Mobilität in der Region (2013), 15

⁸¹ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Zukunft der Mobilität in der Region (2013), 20

⁸² Vgl. Sommer/Mucha (2014), 512

⁸³ Vgl. VCÖ-Schriftenreihe, Zukunft der Mobilität in der Region (2013), 30

⁸⁴ Rupprechter (2017)

⁸⁵ Vgl. Gemeindebund, Masterplan für den ländlichen Raum (2017)

4 Allgemeines zu Carsharing

Wissenschaftliche Untersuchungen aus Deutschland zeigen, dass der PKW für den Großteil der dortigen Bevölkerung noch immer das zentrale Fortbewegungsmittel ist und diese dominante Stellung des Individualverkehrs auch weiterhin auf hohem Niveau bestehen bleiben wird.⁸⁶ Andere Mobilitätsforschungen hingegen zeigen, dass die Anzahl der PKW-Besitzer sinkt und alternative Mobilitätsservices (bspw. ÖV) verstärkt genutzt werden. Demnach ging die PKW-Verfügbarkeit von 83 % im Jahr 1997 auf 72 % im Jahr 2007 zurück.⁸⁷

Um die individuelle Mobilität künftig nachhaltiger gestalten zu können und um die Nachteile des MIV zu minimieren, gibt es laufend technische Weiterentwicklungen in der Automobilindustrie. Auch alternative Mobilitätskonzepte tragen zu einer nachhaltigeren Mobilität bei. Die gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen im Rahmen des Carsharing ist dabei eine von mehreren alternativen Formen. Carsharing ermöglicht individuelle Mobilität, ohne dafür aber einen eigenen PKW besitzen zu müssen.⁸⁸

Unter Carsharing ist die organisierte, gemeinschaftliche Nutzung von Kraftfahrzeugen zu verstehen.⁸⁹ „Carsharing ist eine Form der geteilten PKW-Nutzung, bei der nur der Besitzzugang, nicht aber das Eigentum geteilt wird und die Nutzungsintervalle relativ kurz sind.“⁹⁰

Im Rahmen dieser Arbeit wird insbesondere das E-Carsharing thematisiert, also die gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen mit Elektroantrieb. Dem Carsharing als Mobilitätskonzept sowie dem Gedanken des Teilens im Allgemeinen widmet sich das vorliegende Kapitel.

4.1 Sharing Economy

Der gemeinschaftliche Konsum von Gütern und Dienstleistungen gewinnt im gesellschaftlichen Leben zunehmend an Bedeutung. Verschiedenste Personen nutzen dabei bspw. gemeinschaftlich Elektrogeräte, der eigene Wohnraum wird anderen Personen zur Verfügung gestellt oder auch Autos werden gemeinschaftlich genutzt.⁹¹ „Nutzen statt Besitzen“⁹² erlangt

⁸⁶ Vgl. Witzke (2016), 1f

⁸⁷ Vgl. Voeth/Pözl/Kienzler (2015), 474

⁸⁸ Vgl. Witzke (2016), 1f

⁸⁹ Vgl. BCS (2017a)

⁹⁰ Riegler u.a. (2016), 18

⁹¹ Vgl. Witzke (2016), 7

⁹² Scholl u.a. (2013), S 4 zit. nach: Witzke (2016), 7

aktuell sehr viel Aufmerksamkeit und soll dazu beitragen, Ressourcen und Umwelt zu schonen, ohne auf den gewohnten Komfort verzichten zu müssen. Musterhaft dafür ist die PKW-Nutzung in Form des Carsharing.⁹³

Sharing Economy (auch „Shared Economy“) bedeutet das systematische Ausleihen bzw. Bereitstellen von Gegenständen, Räumen und Flächen, aber auch das Teilen von Informationen und Wissen durch Privatpersonen und Interessengruppen.⁹⁴ In den folgenden Unterkapiteln werden Charakteristik und Entwicklung der Sharing Economy näher erläutert. Die nachstehende Grafik zeigt die Vernetzung der Sharing Economy:

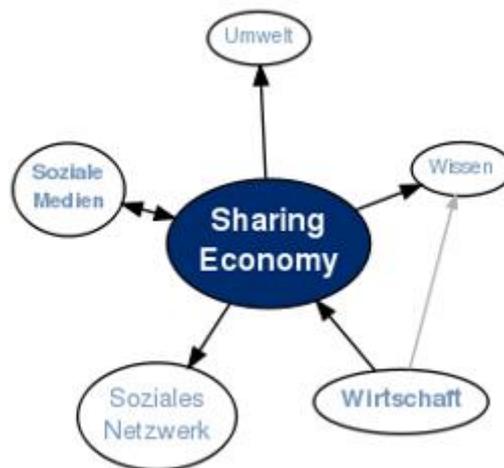


Abbildung 5: Mindmap Sharing Economy⁹⁵

4.1.1 Charakteristik der Sharing Economy

Der Grundgedanke des gemeinschaftlichen Konsums im Sinne von „Nutzen statt Besitzen“⁹⁶ ist, dass spezifische Produkte durch den Konsumenten nicht direkt erworben werden und in dessen persönliches Eigentum übergehen, sondern dass dieser, im Normalfall gegen ein gewisses Entgelt, lediglich ein temporäres Nutzungsrecht für das Produkt erwirbt. Das Eigentum eines bestimmten Gutes ist somit nicht die zwingende Voraussetzung, um dieses im Alltag nutzen zu können.⁹⁷ Im Mittelpunkt steht der Gemeinschaftskonsum. Für die Instandsetzung ist in der Regel der Eigentümer verantwortlich. „Die Güter wechseln den Besitzer,

⁹³ Vgl. Riegler u.a. (2016), 12

⁹⁴ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon (2017)

⁹⁵ Abb. entnommen aus: Gabler Wirtschaftslexikon (2017)

⁹⁶ Scholl u.a. (2013), S 4 zit. nach: Witzke (2016), 7

⁹⁷ Vgl. Witzke (2016), 7f

solange sie brauch- bzw. verfügbar sind“.⁹⁸ Im Zentrum der Sharing Economy steht eine Bewusstseinsveränderung der Konsumenten, weg von der Dominanz des Eigentums hin zum Konsum durch Teilen.⁹⁹

Ziel dieses Konzepts ist es, die Auslastung eines Produktes zu steigern, um damit wertvolle Ressourcen einzusparen, d.h. es soll mit weniger Ressourceneinsatz der gleiche oder sogar ein größerer Wohlstand erreicht werden. Aus ökologischer Sicht wird jedoch kritisiert, dass die „(...) intensive Nutzung zu erhöhtem Verschleiß führen und zusätzliche Transportwege verursachen kann“¹⁰⁰. Auch kann das beim Sharing eingesparte Vermögen für andere Konsumausgaben verwendet werden, was die angestrebte Einsparung von Ressourcen wieder zunichtemacht.¹⁰¹

So kann „(...) festgehalten werden, dass je häufiger ein gemeinschaftlich genutztes Produkt tatsächlich verwendet wird, desto geringer fallen ökologische Effekte aus“¹⁰². Folglich eignen sich Güter und Dienstleistungen, die eher gering genutzt werden und deren Anschaffung relativ teuer ist, sehr gut für den gemeinschaftlichen Konsum. Somit scheint das Automobil „(...) geradezu prädestiniert (...)“¹⁰³ für dieses Konzept.¹⁰⁴

Angebot und Nachfrage in der Sharing Economy werden via elektronischer Plattformen und sozialer Netzwerke abgewickelt. Damit wird ein großer Interessentenkreis erreicht und kann eine optimale Nutzung und Auslastung erzielt werden. Die „(...) Ökonomie des Teilens (...)“¹⁰⁵ findet zwar immer mehr Teilnehmer, wird aber auch kritisch betrachtet, wenn überwiegend nur diejenigen Zugang zur Sharing Economy erhalten, die auch über einen Internetzugang verfügen. Aus ethischer Sicht wird hier eine informationelle Ungerechtigkeit festgestellt. Positive Effekte der Sharing Economy sind, dass die Umwelt geschont und der Verbrauch von Gütern und Dienstleistungen bewusster und sozialer wird. Vor allem in Krisenzeiten gewinnt die Sharing Economy an Bedeutung.¹⁰⁶

Nachdem die charakteristischen Merkmale der Sharing Economy dargestellt wurden, wird im nächsten Schritt ein Blick auf die Entwicklung dieser Wirtschaftsform geworfen.

⁹⁸ Gabler Wirtschaftslexikon (2017)

⁹⁹ Vgl. Voeth/Pözl/Kienzler (2015), 472f

¹⁰⁰ Witzke (2016), 8

¹⁰¹ Vgl. Witzke (2016), 7

¹⁰² Witzke (2016), 8

¹⁰³ Witzke (2016), 8

¹⁰⁴ Vgl. Witzke (2016), 8

¹⁰⁵ Gabler Wirtschaftslexikon (2017)

¹⁰⁶ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon (2017)

4.1.2 Entwicklung der Sharing Economy

Das Konzept des „Nutzen statt Besitzen“¹⁰⁷ ist nicht neu, sondern wurde bereits 1978 als gemeinschaftlicher Konsum definiert.¹⁰⁸ Das Konzept des „kollaborativen Konsums“¹⁰⁹ wurde später um die Jahrtausendwende unter der Bezeichnung „nutzungsorientierte Ökonomie“¹¹⁰ oder „eigentumsersetzende Dienstleistungen“¹¹¹ behandelt.¹¹²

Die Entwicklung der Sharing Economy in den letzten Jahren war von deutlichem Zuwachs gekennzeichnet. Dies wurde vor allem durch technische Errungenschaften möglich, indem die Verbraucher leichten und bequemen Zugang zu den verschiedenen Angeboten erhielten. Die zunehmende Nutzung und Verbreitung des Internets fördert diese Entwicklung, da über das weltweite Onlinenetz einfach und schnell sehr viele Menschen ihre Produkte und Dienstleistungen zum Teilen, Tauschen oder Leihen offerieren können.¹¹³ Aber auch andere Technologien, wie bspw. mobile Dienste haben die Sharing Economy befördert. So kann etwa beim Carsharing ein Fahrzeug per Internet gebucht werden, mit der App am Handy über GPS geortet und die Tür durch einen Kartenleser entriegelt werden.¹¹⁴

Früher war vor allem die komplizierte Abwicklung von Leih- oder Tauschgeschäften ein starkes Hindernis.¹¹⁵ Für das Teilen oder Mieten war meistens eine persönliche Interaktion notwendig. Das verursachte hohe Transaktionskosten und deshalb hatten Sharing-Aktivitäten in der Vergangenheit einen weit geringeren Umfang.¹¹⁶ Das Internet und mobile Technologien haben diese Hemmschwellen überwiegend beseitigt. Die heutigen Treiber von „Nutzen statt Besitzen“-Konzepten sind Faktoren wie einfache und sichere Zahlungsmöglichkeiten, das vielfältige Angebot und die digitale Durchdringung des Lebens.¹¹⁷

Der zunehmende Trend zu „Nutzen statt Besitzen“ ergibt sich nicht nur aus der technologischen Entwicklung, sondern hat auch eine kulturelle Dimension. „It feels good to be good. Die soziale Norm, dass man nur mit Egoismus weiterkommt, bricht langsam auf.“¹¹⁸ Die heutige Gesellschaft will sich immer mehr vernetzen und ist an pragmatischen Konzepten interessiert. Die Bedeutung von Eigentum als Statussymbol schwindet vor allem bei jüngeren

¹⁰⁷ Schöll u.a. (2013), S 4 zit. nach: Witzke (2016), 7

¹⁰⁸ Vgl. Witzke (2016), 7f

¹⁰⁹ Schöll (2017)

¹¹⁰ Schöll (2017)

¹¹¹ Schöll (2017)

¹¹² Vgl. Schöll (2017)

¹¹³ Vgl. Schöll u.a. (2013), 2

¹¹⁴ Vgl. Demary (2015), 96

¹¹⁵ Vgl. Grimm/Kunze (2011), 20

¹¹⁶ Vgl. Demary (2015), 96

¹¹⁷ Vgl. Grimm/Kunze (2011), 20

¹¹⁸ Schrader (2011), 19 zit. nach: Grimm/Kunze (2011), 19

Menschen. Parallel dazu spielt auch der Aspekt der sozialen Teilnahme eine immer größere Rolle.¹¹⁹

Ein weiterer Grund für die Dynamik der Sharing Economy liegt im Vertrauensverlust der Bevölkerung in traditionelle Geschäftsmodelle und Unternehmen nach der Finanzmarktkrise. Die Geschäftsmodelle der Sharing Economy beziehen die Nachfragenden mit ihren Bedürfnissen stärker mit ein und können so Vertrauen schaffen.¹²⁰

Im Zuge der technologischen Entwicklung werden sich künftig weitere Möglichkeiten für neue Geschäftskonzepte im Rahmen der Sharing Economy ergeben. Durch die stetig zunehmende Digitalisierung sind Geschäftsmodelle zu erwarten, die den derzeitigen Erwartungshorizont übersteigen. Besonders in Europa gibt es noch ausreichend Entwicklungspotenzial. Diese Weiterentwicklung braucht jedoch einen angemessenen gesetzlichen Rahmen, der jungen Unternehmen mit neuen Businesskonzepten regulatorische Sicherheit bieten sollte. Zudem sollte dieses Regelwerk einen fairen Wettbewerb zwischen etablierten Anbietern und Unternehmen der Sharing Economy ermöglichen.¹²¹

Nach dieser kurzen Betrachtung der Charakteristik und der Entwicklung der Sharing Economy geht das nächste Teilkapitel auf Carsharing als Mobilitätskonzept ein.

4.2 Carsharing als Mobilitätskonzept

Carsharing als Teil eines Mobilitätsangebotes kann einen Beitrag in der Entwicklung zu nachhaltiger Mobilität am Land leisten. Dem Autor ist bewusst, dass das gemeinschaftliche Teilen von Autos die Fortbewegung der Menschen in ländlichen Räumen nicht im großen Stil verändern wird. Trotzdem kann das Konzept des Carsharing einer von vielen kleinen Schritten hin zu einer zukunftsfähigen Mobilität in Landgemeinden sein. In diesem Teilkapitel soll darüber diskutiert werden, was Carsharing umfasst, wie es sich entwickelt hat und wie es als Mobilitätskonzept konkret angewendet wird. Es wird ein Blick auf den bestehenden Carsharing-Markt und seine Zielgruppen geworfen und es werden die Motive bzw. Hemmnisse der Nutzer analysiert. Abschließend werden noch Vor- und Nachteile dieser Mobilitätsdienstleistung für verschiedene Anspruchspartner dargestellt.

¹¹⁹ Vgl. Grimm/Kunze (2011), 24

¹²⁰ Vgl. Demary (2015), 96

¹²¹ Vgl. Demary (2015), 98

4.2.1 Entwicklung, Abgrenzung und Anwendung

Entwicklung

Eine gemeinschaftliche, kommerzielle Nutzung von Automobilen gibt es bereits seit Mitte des 20. Jahrhunderts. Die Anfänge des traditionellen Carsharing gehen dabei zurück auf das Jahr 1948, in dem sich damals Einwohner in Zürich aus rein wirtschaftlichen Gründen zusammenschlossen, um gemeinschaftlich Autos zu nutzen. In Deutschland wurde 1988 mit der „Berliner StadtAuto GmbH“ die erste deutsche Carsharing-Organisation gegründet.¹²² In den letzten Jahren war Carsharing durch starke Steigerungsraten gekennzeichnet (siehe dazu 4.2.2 Markt und Zielgruppen)¹²³, wird aber künftig eine Nische bleiben, da eine „(...) umfassende Veränderung der PKW-Besitzstruktur in absehbarer Zeit nicht zu erwarten ist.“¹²⁴ Erst in ferner Zukunft könnten sich im Zuge des autonomen Fahrens größere Veränderungen ergeben.¹²⁵ Der VCÖ sieht für Österreich und insbesondere auch für ländliche Regionen die Entwicklung von Carsharing positiver. VCÖ-Experte Gansterer meint: „Der Carsharing-Markt wird größer, vielfältiger und bunter. Der Trend zum Carsharing wird zunehmen.“¹²⁶

Abgrenzung und Anwendung

Im Vergleich zur klassischen Autovermietung können in diesem System Fahrzeuge kurzzeitig gemietet werden. Es wird einmalig ein Rahmenvertrag abgeschlossen, der zur wiederholten Nutzung von Fahrzeugen berechtigt. Bezahlt wird nur für die jeweilige Nutzungsdauer und/oder die gefahrenen Kilometer und in der Regel per Abbuchung vom Konto.¹²⁷ Im Gegensatz dazu gibt es bei der Miete häufig eine Kilometerpauschale und es muss am Ende jedes Mietvorgangs getankt werden.¹²⁸

Für Versicherung, Autopflege, Werkstatt, Wartung, Reifenwechsel und alle weiteren Pflichten ist der Carsharing-Anbieter verantwortlich.¹²⁹ Der Fuhrpark umfasst bei kleinen Organisationen meist verschieden große Fahrzeuge. Angeboten werden auch Zubehör wie Dachgepäckträger, Kindersitze etc. Große Anbieter bieten meist nur einen Fahrzeugtyp an.¹³⁰ Der

¹²² Vgl. Witzke (2016), 8f

¹²³ Vgl. BCS (2017b), 1

¹²⁴ Riegler u.a. (2016), 119

¹²⁵ Vgl. Riegler u.a. (2016), 119

¹²⁶ Vgl. VCÖ (2017)

¹²⁷ Vgl. Witzke (2016), 10

¹²⁸ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 14

¹²⁹ Vgl. BCS (2017c)

¹³⁰ Vgl. Carsharing-Infos (2017a)

Anteil an Elektrofahrzeugen bei den Carsharing-Flotten in Deutschland betrug 10,4 % per 01.01.2017.¹³¹ Entsprechende Zahlen für Österreich waren nicht zu erheben.

Wie bereits angedeutet, können mehrere Arten von Carsharing unterschieden werden. Bei den klassischen **stationsbasierten Carsharing**-Anbietern können Mitglieder nach der Reservierung eines Autos dieses an einer bestimmten Stelle abholen, das Auto für einen gewissen Zeitraum nutzen und müssen es dann an einen entsprechenden Stellplatz zurückbringen. Neben den jeweiligen Nutzungskosten für Carsharing-Fahrzeuge, die sich aus den gefahrenen Kilometern und der Nutzungszeit zusammensetzen, fallen bei stationsbasierten Anbietern zudem häufig eine monatliche Grundgebühr bzw. eine Kautionszahlung an. Viele Anbieter bieten ihren Kunden zudem die Möglichkeit, zwischen verschiedenen Tarifmodellen auszuwählen.¹³²

Bei den sogenannten **vollflexiblen (stationsunabhängigen) Carsharing-Systemen (Free-Floating Systeme)** sind die Fahrzeuge hingegen beliebig über ein entsprechendes Geschäftsgebiet auf öffentlichem Parkraum verteilt. Anders als im Falle des zuvor beschriebenen Systems bestehen somit keine festen Carsharing-Stationen für die Fahrzeuge. Mitglieder können ein freies Auto spontan, ohne vorherige Reservierung, nutzen und es dann an anderer Stelle im Geschäftsgebiet wieder abstellen. Bei der Nutzung dieses Carsharing-Systems sind also auch einfache Fahrten möglich, z.B. vom Arbeitsplatz zurück zum Wohnort. Anders als bei den stationsbasierten Anbietern ist in der Regel keine monatliche Grundgebühr zu entrichten. Nach Bezahlung einer einmaligen Registrierungsgebühr wird nutzungorientiert abgerechnet. Als Berechnungsbasis dienen hierbei die gefahrenen Minuten.¹³³

Auch privates Autoteilen, professionell organisiert über kommerzielle Anbieter, ist eine weitere Form des gemeinschaftlichen Autonutzens. Man spricht hierbei vom sogenannten **Peer-to-Peer Carsharing**. Privatpersonen stellen dabei ihr eigenes Auto gegen eine individuell definierte Nutzungsgebühr anderen Privatpersonen zur Verfügung. Diese Form ist in seinem Beteiligungsausmaß bisher jedoch eher gering vertreten.¹³⁴

Andere Konzepte bieten **arealgebundenes Carsharing** an. Hierbei können Autos innerhalb eines eng umgrenzten Areals (bspw. Straßenzug) an einem beliebigen freien Standplatz

¹³¹ Vgl. BCS (2017d)

¹³² Vgl. Witzke (2016), 10

¹³³ Vgl. Witzke (2016), 10

¹³⁴ Vgl. Witzke (2016), 11

geparkt werden.¹³⁵ Auch an ihrer räumlichen Ausdehnung können Carsharing-Angebote unterschieden werden. Es gibt internationale, nationale, überregionale, regionale sowie lokale Angebote.¹³⁶ Der Fokus dieser Arbeit liegt auf lokalen Angeboten.

Die **Buchung** einer Fahrt erfolgt je nach Organisation telefonisch und/oder über eine Internetplattform, die 24 Stunden zur Verfügung steht. Das gebuchte Auto kann bei älteren Systemen mit einem Autoschlüssel geöffnet werden. Zeitgemäße Öffnungssysteme bestehen entweder aus einer personalisierten Chipkarte, die in Verbindung mit einem Sensor in der Windschutzscheibe des Fahrzeuges dieses öffnet oder mit einer App am Handy des Nutzers.¹³⁷

Nachdem die Entwicklung, Abgrenzung und Anwendung von Carsharing erklärt wurde, wird im nächsten Teilabschnitt auf den Markt und die Zielgruppen dieser Mobilitätsform eingegangen.

4.2.2 Markt und Zielgruppen

In Österreich gibt es ein vielfältiges Angebot an unterschiedlichen Carsharing-Dienstleistungen. Besondere Bedeutung für diese Masterarbeit haben Carsharing-Dienstleister, die vorwiegend im ländlichen Raum aktiv sind. Eine genaue Anzahl solcher Anbieter bzw. ihrer Kunden konnte aufgrund fehlender statistischer Daten nicht erhoben werden. Auf der Internetplattform <http://mobil-am-land.at/> werden österreichische Beispiele für Carsharing-Vereine und –Gruppen aufgelistet, von „Bea - Badener eCar Sharing“ bis zu „Thalheim ist mobil – E-Carsharing“. Zu den kommerziellen Anbietern in Österreich gehören „Car2Go“, „DriveNow“, „SCO2T“ sowie „Caruso Carsharing“, „E-Car-Sharing der Raiffeisenbank Wipptal“, „ECARREGIO“, „Emil“ und „Zipcar“. Zu den Internet-Plattformen, die das Teilen von Privatfahrzeugen anbieten, also sogenannte Peer2Peer-Carsharing-Plattformen zählen in Österreich „Carsharing24/7“, „Caruso“ und „Drivy“. ¹³⁸ Der VCÖ sieht für die Zukunft ein großes Potenzial für Carsharing, auch in den Regionen. ¹³⁹

¹³⁵ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 67

¹³⁶ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 71

¹³⁷ Vgl. Carsharing-Infos (2017b)

¹³⁸ Vgl. Mobil am Land (2017)

¹³⁹ Vgl. VCÖ Carsharing in Gemeinden (2017)

International betrachtet ist Carsharing auf allen Kontinenten vertreten, abgesehen von Afrika.¹⁴⁰ Für Nordamerika, Europa und Japan, aber auch für Schwellenländer wird ein starkes Ansteigen des Geschäftsvolumens mit Carsharing prognostiziert. Zusätzlich zum geldmäßigen Wachstum erhoffen sich Automobilhersteller durch Carsharing positive Auswirkungen auf die Kernmarke (Steigerung der Markenattraktivität) hinsichtlich Ökologie und Nachhaltigkeit.¹⁴¹

Das Angebot des Carsharing richtet sich grundsätzlich an alle Menschen, die über eine entsprechende Lenkerberechtigung verfügen. Jugendliche und junge Erwachsene gelten als wichtige Zielgruppe des „Nutzen statt Besitzen“-Konzepts von PKWs. Bei ihnen findet die gemeinschaftliche Autonutzung, privat oder über kommerzielle Anbieter großen Zuspruch.¹⁴² „Die Zielgruppe für Carsharing wird jedoch heterogener und Carsharing selbst gewinnt dadurch an gesellschaftlicher Akzeptanz.“¹⁴³

In der nachstehenden Übersicht sind all jene Personen dargestellt, die als Zielgruppe in Frage kommt und für die Carsharing mehr oder weniger geeignet erscheint:

	Für wen ist Carsharing geeignet?	Für wen ist Carsharing eher nicht geeignet?
	<ul style="list-style-type: none"> • AutobesitzerInnen, die nur gelegentlich ein Fahrzeug brauchen • Personen ohne Auto, die gelegentlich ein Auto nutzen möchten • Personen, die bewusst weniger Auto fahren wollen • Personen mit unterschiedlichen Transportbedürfnissen, die je nach Anlass ein anderes Fahrzeug benötigen • Gemeinden, die ihren BürgerInnen eine Alternative zum Privat-Pkw anbieten möchten • Unternehmen, Verwaltungen oder Institutionen, die ihren Fuhrpark optimieren möchten 	<ul style="list-style-type: none"> • BerufspendlerInnen oder andere Personen, die täglich ein Fahrzeug brauchen • AutobesitzerInnen, für die das eigene Auto einen so hohen Stellenwert hat, dass sie nicht darauf verzichten möchten und es auch nicht mit jemandem teilen wollen

Abbildung 6: Eignung von Carsharing¹⁴⁴

¹⁴⁰ Vgl. Witzke (2016), 9

¹⁴¹ Vgl. Voeth/Pözl/Kienzler (2015), 477

¹⁴² Vgl. Witzke (2016), 15

¹⁴³ Riegler u.a. (2016), 39

¹⁴⁴ Abb. entnommen aus: Perschl/Posch (2016), 250

Das Carsharing-Angebot ist demnach insbesondere an Personen gerichtet, die kein eigenes Fahrzeug besitzen, jedoch gelegentlich eines brauchen sowie jene, die es anstatt eines Zweitautos nutzen möchten. Zur Zielgruppe gehören auch Menschen, die spezielle Transportbedürfnisse haben sowie Gemeinden und Unternehmen, die für ihre Bürger bzw. für ihre Mitarbeiter Carsharing-Fahrzeuge einsetzen könnten. Carsharing ist nicht geeignet für Berufspendler, die täglich ein Fahrzeug brauchen sowie für alle Autobesitzer, für die das eigene Fahrzeug einen sehr hohen Stellenwert hat.

Nach diesem kurzen Überblick zu Markt und Zielgruppen des Carsharing geht das nächste Unterkapitel auf die Nutzer dieses Mobilitätskonzeptes ein und darauf, was diese Menschen antreibt bzw. daran hindert, Carsharing zu nutzen.

4.2.3 Nutzer und deren Motive und Hemmnisse

Empirische Forschungsergebnisse zeigen, dass „(...) insbesondere Männer sowie Personen mit höherem Bildungsniveau und einer Vollzeitbeschäftigung typische Nutzer des Carsharing-Angebots sind“¹⁴⁵. Sie verfügen zudem über ein vergleichsweise höheres Einkommen und leben hauptsächlich in Zwei-Personen-Haushalten. Carsharing-Kunden sind ebenso intensive Nutzer von öffentlichen Verkehrsmitteln.¹⁴⁶ Der Umweltschutzgedanke war lange Zeit das zentrale Motiv für eine gemeinschaftliche Autonutzung, verliert jedoch zunehmend an Bedeutung und gilt nur mehr als positiver Nebeneffekt. **Hauptmotive** sind aktuell:¹⁴⁷

- Finanzielle Einsparmöglichkeiten;
- Möglichkeit für Nicht-Autobesitzer, einen Pkw zu benützen;
- Flexible Mobilität durch bedarfsorientierte Fahrzeugwahl;
- Bewussterer Umgang mit Ressourcen;
- Erweiterte Möglichkeiten, insbesondere die größere Auswahl an Fahrzeugen und das Ausleben von Gefühlen wie Freude und Spaß;
- Wegfall von Wartung und Pflege;¹⁴⁸
- Gewinn an Lebensqualität durch finanzielle und zeitliche Entlastung.¹⁴⁹

¹⁴⁵ Burkhardt/Millard-Ball (2006), 100 u.a. zit. nach: Witzke (2016), 15

¹⁴⁶ Vgl. Witzke (2016), 15

¹⁴⁷ Vgl. Riegler u.a. (2016), 59

¹⁴⁸ Vgl. Witzke (2016), 13f

¹⁴⁹ Vgl. Tils/Rehaag/Glatz (2015), 12

Als **hemmende Faktoren** für die Nutzung von Carsharing können angeführt werden, dass¹⁵⁰

- Carsharing einem Großteil der Bevölkerung nicht bekannt ist;
- unzureichendes Wissen über Carsharing vorliegt;
- unzureichendes Wissen über die Kosten für den eigenen Pkw vorliegt;
- Carsharing keine tatsächliche Alternative zum eigenen Pkw darstellt;
- Carsharing eine unzureichende Autoverfügbarkeit, eine zu geringe Flexibilität oder zu hohe Mitgliedsgebühren aufweist;
- individuelle Mobilität und persönliche Freiheit verloren gehen;
- die Anbindung an, bzw. fehlende Schnittstellen (Park & Ride);
- das Handling neuer Automodelle und Zugangsmodalitäten mühsam ist;
- das Erleben von Fahrfreude mit der Nutzung des eigenen Pkw verbunden ist;
- es die Befürchtung gibt, für nicht verursachte Schäden haften zu müssen;¹⁵¹
- Carsharing primär als Mobilitätsoption für die Stadt wahrgenommen wird;¹⁵²
- es Bedenken bez. Verkehrssicherheit gibt, hinsichtlich unzureichender Wartung.¹⁵³

Zudem darf nicht außer Acht gelassen werden, dass die emotionale Verbundenheit der Bevölkerung mit dem eigenen PKW auch ein wichtiges Nutzungshemmnis darstellt.¹⁵⁴

Es wurde durch den vorangegangenen Beitrag bekannt, was Menschen zur Nutzung von Carsharing motiviert bzw. was sie daran hindert. Der nächste Beitrag gibt eine Schau auf Vor- und Nachteile dieses Mobilitätsangebotes.

4.2.4 Vorteile und Nachteile durch Carsharing für Nutzer, Anbieter,

Gesellschaft und Umwelt

Das Konzept des Carsharing bietet nicht nur für deren Nutzer, sondern auch für die Anbieter der Dienstleistung und für Gesellschaft und Umwelt zahlreiche Vorteile. Diese, aber auch einige Nachteile, die damit verbunden sind, werden in der Folge besprochen.

¹⁵⁰ Vgl. Witzke (2016), 13f

¹⁵¹ Vgl. Tils/Rehaag/Glatz (2015), 14

¹⁵² Vgl. Witzke (2016), 13f

¹⁵³ Vgl. Riegler u.a. (2016), 57

¹⁵⁴ Vgl. Witzke (2016), 13f

Carsharing bietet als Alternative zum Privatbesitz folgende Vorteile:¹⁵⁵

- Carsharing ist kostengünstiger als Autobesitz;
- Fixkosten entfallen weitgehend;
- Carsharing bietet eine breite Auswahl an Fahrzeugtypen;
- Größtenteils werden relativ neue, moderne und sichere Fahrzeuge angeboten;
- Nutzer sind nicht für Wartung und Pflege der Fahrzeuge verantwortlich;
- Carsharing ist nachhaltig - jede Fahrt muss überlegt, geplant und reserviert werden;
- Carsharing reduziert die Abhängigkeit vom Auto und erhöht die Nutzung von umweltfreundlichen Verkehrsmitteln und ermöglicht die Kombination verschiedener Verkehrsmittel;
- Carsharing erhöht Kostenbewusstsein für Mobilität, da Fixkosten in variable Kosten umgewandelt werden.¹⁵⁶

Im Folgenden sind die Vor- und Nachteile, getrennt nach den einzelnen Anspruchspartnern angeführt.

Nutzer

Bei der Nutzung von Carsharing können **Kosten** eingespart werden, „(...) wenn pro Jahr nicht mehr als 10.000 bis 16.000 Kilometer mit einem Pkw zurückgelegt werden“¹⁵⁷. Der Kilometerumfang variiert und ist abhängig vom Tarifmodell des jeweiligen Anbieters.¹⁵⁸ Carsharing-Nutzer können kostenmäßig ihre Mobilität freier gestalten als Autobesitzer, da sie nur für die tatsächliche Nutzung zahlen. Autobesitzer haben durch die hohen Fixkosten ihr Mobilitätsbudget bereits verbraucht.¹⁵⁹

Nachteilig ist, dass bei der Nutzung von Carsharing-Fahrzeugen Einschränkungen hinsichtlich **Flexibilität und Bequemlichkeit** in Kauf genommen werden müssen. Möglicherweise sind zusätzliche Wege mit dem Bus, der Bahn, dem Fahrrad oder zu Fuß notwendig, um ein Carsharing-Fahrzeug nutzen zu können. Ebenso kann die **Verfügbarkeit** eines Fahrzeuges nicht gewährleistet werden. Außerdem muss der genutzte PKW immer ordentlich und sauber zurückgebracht werden.¹⁶⁰

¹⁵⁵ Vgl. Klimaaktiv (2017)

¹⁵⁶ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 30

¹⁵⁷ Shaheen/Cohen (2007), 82 zit. nach: Witzke (2016), 10

¹⁵⁸ Vgl. Witzke (2016), 10

¹⁵⁹ Vgl. Carsharing (2017)

¹⁶⁰ Vgl. Witzke (2016), 10

Umwelt

Positive ökologische Auswirkungen durch Carsharing, bspw. durch **Reduktion der CO₂-Emissionen** konnte eindeutig nachgewiesen werden. Auch können durch Carsharing der **Verbrauch von Kraftstoffen** sowie die zurückgelegten Fahrzeugkilometer reduziert werden. Zudem sind in den Flotten verschiedener Carsharing-Anbieter vielfach **emissionsarme Fahrzeuge** zu finden (bspw. Hybrid- oder Elektrofahrzeuge bzw. Kleinwagen). Ebenso konnte festgestellt werden, dass die durchschnittliche Anzahl an Personenkraftwagen pro Haushalt im Falle einer Carsharing-Mitgliedschaft abnimmt, d.h. ein Teil der **privaten Fahrzeuge** wurde abgeschafft. Noch höher fällt der Verzicht auf das eigene Fahrzeug aus, wenn die Carsharing-Organisation Elektrofahrzeuge anbietet.¹⁶¹

Weiters führt Carsharing dazu, grundsätzlich auf den **Kauf** eines Autos zu verzichten bzw. private **Autos länger zu nutzen**, womit wertvolle Ressourcen eingespart werden können. Als Konsequenz ergibt sich, dass mit der Nutzung von Carsharing-Fahrzeugen und dem Verzicht auf den Privat-PKW die Nachfrage nach **Parkraum** zurückgeht. Durch die häufig eingesetzten Kleinwagen beim Carsharing ergibt sich folglich auch ein geringerer Bedarf an Abstellflächen. Die dadurch freiwerdenden Flächen können bspw. für den Rad- und Fußgängerverkehr oder als Grünflächen genutzt werden. Carsharing wird zudem nicht nur als Ersatz für den **ÖV** genutzt, sondern immer intensiver als Ergänzung zu diesem.¹⁶² Carsharing kann somit einen essenziellen Beitrag zum Rückgang des MIV und zur Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel leisten.¹⁶³ Durch eine Integration von Carsharing gewinnt der klassische ÖPNV an Flexibilität und Attraktivität.¹⁶⁴

Carsharing kann jedoch auch negative Effekte auslösen, bspw. wenn Kunden die Angebote der vollflexiblen Carsharing-Systeme nutzen (siehe 4.2.1). Der leichte und kostengünstige Zugang zu diesem System führt zu einer Steigerung der Auto-Nachfrage und folglich zu erhöhtem Verkehrsaufkommen.¹⁶⁵ Unter Berücksichtigung aller Aspekte kann jedoch von einer positiven Auswirkung von Carsharing auf die Umwelt gesprochen werden.

¹⁶¹ Vgl. Witzke (2016), 11ff

¹⁶² Vgl. Witzke (2016), 11ff

¹⁶³ Vgl. Tils/Rehaag/Glatz (2015), 6

¹⁶⁴ Vgl. Sommer/Mucha (2014), 505

¹⁶⁵ Vgl. Scholl u.a. (2013), 12

Gesellschaft

Der zunehmende Trend der Distanzierung vom Eigentum als Kern des Wirtschaftslebens verursacht neue Konsumeinstellungen und ein verändertes Konsumverhalten. Konsum beinhaltet vermehrt ein **soziales Element** und soll **nachhaltig** sein, ohne Verzicht üben zu müssen. Konsumenten legen mehr Wert auf die Nutzung von Dingen als auf deren Eigentum.¹⁶⁶

Die Sharing Economy soll Teil einer nachhaltigen und ressourcenschonenden Gesellschaftsordnung sein, die Menschen von der Abhängigkeit von dominanten Unternehmen und Dienstleistern befreit und mehr Wünsche mit gleichen Ressourcen erfüllen.¹⁶⁷ Wichtig werden künftig die rechtlichen Regelungen bez. Haftung und Abrechnung von Schäden und Abnutzungen. Nicht Gemeinschaft und Nutzung werden die Sharing Economy bestimmen, sondern das Verhältnis von Nutzung, Recht und Ökonomie.¹⁶⁸

Anbieter

Der Wandel zur Sharing Economy schafft auch für Unternehmen eine völlig neue Ausgangslage. Einerseits finden sie eine Konsumwelt vor, die, zumindest in der Peer-to-Peer-Ökonomie, ohne Intermediäre (Vermittler) auskommt. Andererseits sehen sie sich Konsumenten gegenüber, die selbstbestimmt agieren und ihre Umwelt nach eigenen Vorstellungen gestalten. Wirtschaftliche Macht verschiebt sich von „(...) hierarchischen, zentralisierten hin zu kleinteiligen und vernetzten Strukturen“¹⁶⁹. Kunden wollen statt Eigentum Produktnutzen und Problemlösungen erwerben, was den Unternehmen zusätzlich zur Verkäuferrolle die eines „Ermöglichs“ abverlangt. Andererseits bringt diese neue Ökonomie neue Chancen für Organisationen, die Infrastruktur für den gemeinschaftlichen Konsum schaffen.¹⁷⁰

Gemeinden

Gemeinden, in denen E-Carsharing-Systeme existieren, „(...) werden als innovativer wahrgenommen und können dadurch eine positive Imagewirkung erzielen“¹⁷¹. Eine aktive

¹⁶⁶ Vgl. Stampfl (2015), 19

¹⁶⁷ Vgl. Theurl (2015), 88

¹⁶⁸ Vgl. Priddat (2015), 101

¹⁶⁹ Stampfl (2015), 20

¹⁷⁰ Vgl. Stampfl (2015), 20

¹⁷¹ Parzinger u.a. (2016), 32

Vermarktung von Carsharing-Angeboten kann also dazu beitragen, einer Kommune in der öffentlichen Wahrnehmung positive Resonanz zu verschaffen.¹⁷²

In Kommunen, insbesondere in Tourismusgemeinden kann ein flexibles, bedarfsorientiertes Carsharing-System ergänzend mit Rufbus oder Bürgerbus fehlende oder mangelhafte ÖV-Angebote ersetzen. Gerade für Räume und/oder Zeiten mit schwacher Nachfrage ist dieses System vorteilhaft, weil es geringere Kosten verursacht und Bedürfnisse abdecken kann.¹⁷³

Es zeigt sich also, dass nicht nur die Nutzer selbst vom Carsharing profitieren, sondern auch positive Effekte auf Anbieter und andere Stakeholder sowie auch auf die Umwelt ausstrahlen. Nach dieser Aufarbeitung von Vor- und Nachteilen des Carsharing wird vor Abschluss des Kapitels vier noch das Thema Elektromobilität behandelt, weil es für das Carsharing eine starke und innovative Rolle einnimmt.

4.2.5 Die Bedeutung der Elektromobilität

Hier wird aufgrund ihrer wesentlichen Rolle für den Gegenstand dieser Arbeit noch auf die vielen Vorzüge der Elektromobilität bzw. von Elektrofahrzeugen im Carsharing eingegangen. Elektromobilität hat gegenüber der Fortbewegung mit herkömmlichen Verbrennungsmotoren viele positive Aspekte, die nachstehend aufgelistet sind:¹⁷⁴

- **Energieeffizienz:** Elektromotoren sind drei bis vier Mal effizienter als Verbrennungsmotoren, daher sinkt der Energieverbrauch.;
- **Emissionen:** stammt die Energie aus Wind, Wasser, Biomasse oder Sonne, ist das Elektroauto wesentlich umweltfreundlicher als herkömmliche Fahrzeuge. Sie verursachen weniger Treibhausgase, Schadstoffemissionen und Lärm;
- **Anfahrtsbeschleunigung:** ist bei Elektromotoren wesentlich höher als bei Verbrennungsmotoren;
- **Rekuperation:** beim Bremsen fungiert der Elektromotor als Generator und produziert Energie, die in der Batterie gespeichert wird;
- **Erneuerbare Energien:** Strom in Österreich wird zu mehr als 65 % aus erneuerbaren Energiequellen gewonnen;

¹⁷² Vgl. Parzinger u.a. (2016), 32

¹⁷³ Vgl. Zeppenfeld (2012), 117f

¹⁷⁴ Vgl. Klimaaktiv (2017)

- **Ölabhängigkeit:** Elektromobilität verringert die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern;
- **Green Jobs:** die Nutzung heimischer Ressourcen stärkt die heimische Wertschöpfung;
- **Betriebskosten:** Strom- und Wartungskosten sind geringer als bei herkömmlichen Fahrzeugen;
- **Abgaben:** Normverbrauchsabgabe und motorbezogene Versicherungssteuer entfallen.

Auch könnte die Durchsetzung der Elektromobilität in strukturschwachen ländlichen Gemeinden eher gelingen, weil hier der ÖPNV meist unterentwickelt ist und die Integration der Elektromobilität in das Stromnetz (durch private Garagen mit Stromanschluss, öffentliche Ladestationen, Photovoltaikanlagen) leichter möglich ist.¹⁷⁵

Als Nachteile hinsichtlich Elektromobilität sind die derzeit noch höheren Anschaffungskosten (30 bis 50 %) sowie die geringe Reichweite der Fahrzeuge und die geringe Dichte des Ladeinfrastrukturnetzes zu erwähnen.¹⁷⁶ Dem ist entgegenzuhalten, dass in Kürze leistungsfähigere Batteriesysteme größere Reichweiten ermöglichen werden und die Preise mit zunehmender Massenproduktion sinken werden.¹⁷⁷

Ein aktuell kontrovers diskutierter Punkt betrifft die Strom-Versorgungssicherheit, falls die Elektromobilität in den nächsten Jahren stark zunehmen sollte. Dazu ist zu sagen, dass in den kommenden zehn Jahren rund € 2 Mrd. an Netzinvestitionen in Österreich vorgenommen werden, um die erforderliche Leistungsfähigkeit des Stromnetzes zu gewährleisten und die Weiterentwicklung der Elektromobilität zu ermöglichen. Intelligente Stromnetze sollen dabei eine permanente Abstimmung zwischen Stromerzeugern, -konsumenten und -speichern erlauben. Zudem kann in Österreich auf einen, im internationalen Vergleich hohen Anteil von rund 70 % erneuerbarer Energiequellen zugegriffen werden.¹⁷⁸

Dem für diese Arbeit wesentlichen Aspekt einer **nachhaltigen Mobilität in ländlichen Regionen** kommt Mobilität in Form von Elektrofahrzeugen sehr entgegen, deshalb werden die Vorteile für diesen Bereich durch folgende Grafik veranschaulicht:

¹⁷⁵ Vgl. Weber (2016), 95

¹⁷⁶ Vgl. Klimaaktiv (2017)

¹⁷⁷ Vgl. Weber (2016), 104

¹⁷⁸ Vgl. APA-OTS (2017)

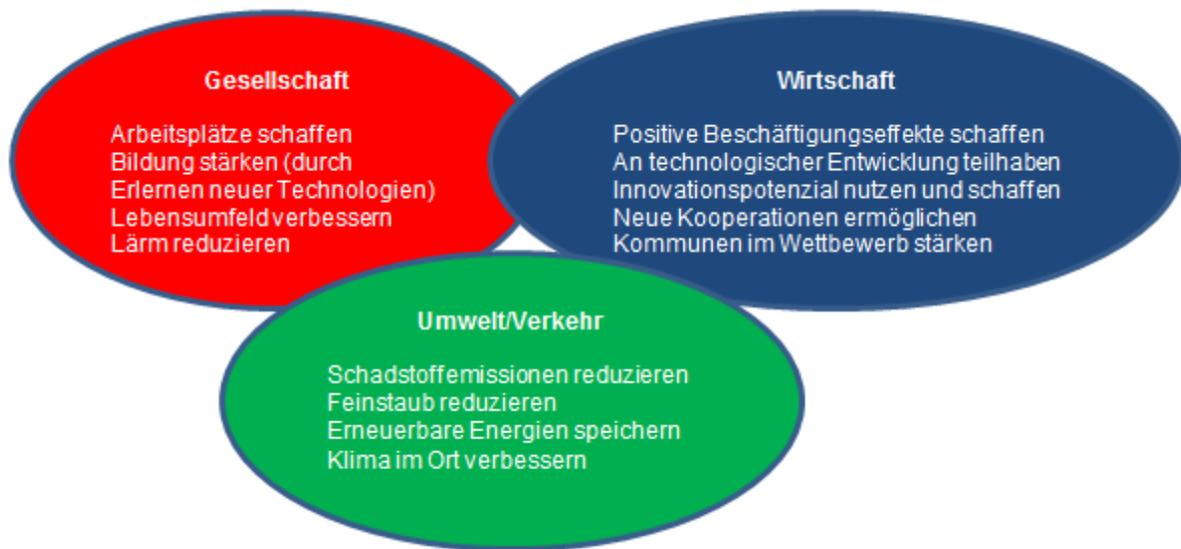


Abbildung 7: Potenzielle Effekte der Elektromobilität in Kommunen¹⁷⁹

Darüber hinaus sind noch folgende potenzielle Effekte der Elektromobilität auf Gemeinden möglich:¹⁸⁰

- Elektromobilität kann die Bedürfnisse von Touristen nach Umweltverträglichkeit und nachhaltiger Lebensweise befriedigen. Urlaubsorte mit naturverträglichem Tourismus können davon profitieren;
- Elektromobilität kann die Mobilitätsbedürfnisse der ländlichen Bevölkerung ergänzend zum bestehenden, meist aber unzureichend ausgestalteten ÖPNV befriedigen, insbesondere durch Carsharing;
- Elektromobilität am Land kann „(...) für den ÖPNV umweltverträgliche Zubringerfunktionen übernehmen“¹⁸¹ und zur Sicherstellung der Grundversorgung immobiler Bevölkerungsgruppen beitragen.

Die Elektromobilität stellt den Schlusspunkt im Kapitel vier dar, in dem anfangs die Charakteristik und Entwicklung der Sharing Economy behandelt wurde. Danach erfolgte die Betrachtung des Carsharing als Mobilitätskonzept. Darunter wurden Entwicklung, Abgrenzung und Anwendung beschrieben, der Markt und die Zielgruppen angeführt und Nutzer samt ihrer Motive und Hemmnisse beleuchtet. Die überwiegenden Vorteile, aber auch einige Nachteile dieses Mobilitätsmodells wurden anschließend diskutiert. Im folgenden Kapitel fünf wird erörtert, wie Carsharing in einer ländlichen Gemeinde konkret umgesetzt werden kann und worauf dabei zu achten ist.

¹⁷⁹ Abb. vom Autor erstellt, in Anlehnung an: Ernst u.a. (2011), 21

¹⁸⁰ Vgl. Weber (2016), 102ff

¹⁸¹ Weber (2016), 103

5 Carsharing als Umsetzungsprojekt in ländlichen Regionen

Die in Kapitel 3 bereits geschilderten Herausforderungen in ländlichen Gebieten, wie geringe Bevölkerungsdichte und Zersiedelung haben selbstredend Einfluss auf die Mobilitätssituation vor Ort. So führen diese Aspekte zu einer verstärkten Abhängigkeit vom Auto, die wiederum die Haushalte finanziell belasten und das Alltagsleben von Personen ohne eigenen PKW beeinträchtigen.

Die gemeinschaftliche Nutzung von Pkws ist einer von mehreren Lösungsansätzen, um zu einer nachhaltigeren Mobilität am Land beizutragen und die Mobilitätsbedürfnisse verschiedener Landbewohner abzudecken. Das gegenständliche Kapitel überprüft die Voraussetzungen für die Umsetzung von Carsharing im ländlichen Raum, beschäftigt sich mit der Planung eines Projektes und deren konkreter Umsetzung. Ein eigenes Unterkapitel setzt sich mit der Einführung geeigneter Kommunikationsmaßnahmen zur Gewinnung von potenziellen Nutzern eines Carsharing-Projektes auseinander.

5.1 Voraussetzungen

Welche Rahmenbedingungen braucht es, um Carsharing im ländlichen Raum betreiben zu können? Auf der Suche nach passenden Antworten wird primär die **Einwohnerzahl und die Bevölkerungsdichte** als wesentlich angeführt. Es ist nachvollziehbar, dass eine geringe Bevölkerungsdichte das Nachfragepotenzial und folglich die Auslastung verkleinert. Einerseits wird in der einschlägigen Literatur eine Bevölkerungszahl von 5.000 bis 20.000 Einwohnern empfohlen, um Carsharing erfolgreich umsetzen zu können. Andererseits ergaben Untersuchungen, dass Carsharing auch in kleinen Gemeinden funktioniere, weil durch das Mehr an **Vertrauen** untereinander auch mehr Bereitschaft und **Verantwortungsgefühl** für die gemeinsame Nutzung eines Fahrzeuges besteht. Für kommerzielle Anbieter jedoch ist aufgrund erwünschter Rentabilität eine bestimmte Bevölkerungsdichte erforderlich.¹⁸²

Ein weiterer wesentlicher Faktor ist die **Siedlungsstruktur**, die bestenfalls stark verdichtet sein soll. Das bestimmende Kriterium für ein erfolgreiches Carsharing am Land ist sicherlich die Nähe der Wohnung zum Standort des Carsharing-Fahrzeuges. Je größer die Distanz zwischen Wohnort und Fahrzeugstandort, umso schwieriger wird die Umsetzung von Car-

¹⁸² Vgl. Perschl/Posch (2016), 254f

sharing. Abhilfe könnte in diesem Fall ein Zusatzangebot in Form eines Anrufsammeltaxis oder Dorfbusses schaffen, um Bewohner in zersiedelten Gemeinden zum Carsharing-Standort zu bringen.¹⁸³ Die Mobilcard Krenglbach bspw. bietet dieses kombinierte Mobilitätsangebot an.¹⁸⁴ Ein Trend, der Carsharing im ländlichen Bereich erschwert, ist die abnehmende Dichte der **Nahversorgung**. Wären jedoch ausreichend Einrichtungen für die Versorgungen des täglichen Bedarfs vorhanden und diese zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichbar, würde dies die starke Abhängigkeit vom eigenen Pkw senken.¹⁸⁵

Ein Einflussfaktor ist auch das **Öffentliche Verkehrsangebot** sowie die **Infrastruktur für das Gehen und Radfahren**. Hinsichtlich der Auswirkungen des Öffentlichen Verkehrssystems auf Carsharing am Land gibt es geteilte Auffassungen bzw. wird argumentiert, dass gute öffentliche Verkehrsverbindungen in einer Gemeinde sowohl Konkurrenz als auch eine wertvolle Ergänzung für ein funktionierendes Carsharing sein können. Bei einem schlechten ÖV-Angebot wäre Carsharing zumindest eine Alternative, bestimmte Wege zurücklegen zu können.¹⁸⁶ Großes Potenzial hätte speziell im ländlichen Raum die gegenseitige Ergänzung von Carsharing und ÖPNV, indem das Carsharing-Fahrzeug auch als Anrufsammeltaxi oder Bürgerbus zur Verfügung stünde.¹⁸⁷

Das Festhalten an **gewohntem Mobilitätsverhalten**, bspw. an der Autoabhängigkeit erschwert die Verbreitung von Carsharing. Bei jungen Erwachsenen ist jedoch eine Abnahme der Bedeutung des eigenen PKW's als Statussymbol beobachtbar. Erschwerend für die Etablierung von Carsharing im ländlichen Raum ist auch das **Fehlen von äußeren Zwängen** wie bspw. Parkplatzmangel.¹⁸⁸

Manche Faktoren wirken für Carsharing am Land erschwerend, machen dieses aber nicht unmöglich. Für den Erfolg von Carsharing ist vor allem entscheidend, das „(...) für die jeweilige Gemeinde **passende Carsharing-Modell** (...)“¹⁸⁹ zu finden. Welche Betreibermodelle für ländliche Gemeinden adäquat sind und wie eine erfolgreiche Umsetzung gelingen kann, zeigen die nächsten Teilabschnitte.

¹⁸³ Vgl. Perschl/Posch (2016), 255

¹⁸⁴ Vgl. Mobilcard Krenglbach (2017)

¹⁸⁵ Vgl. Perschl/Posch (2016), 256

¹⁸⁶ Vgl. Perschl/Posch (2016), 256

¹⁸⁷ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 52

¹⁸⁸ Vgl. Perschl/Posch (2016), 257

¹⁸⁹ Perschl/Posch (2016), 257

5.2 Planung

Es ist aufgrund der erwähnten Rahmenbedingungen wenig überraschend, dass kommerzielles Carsharing für den ländlichen Raum eher ungeeignet erscheint. Privates, also Peer-to-Peer Carsharing hingegen kann in jeder Gemeinde umgesetzt werden. Die gemeinschaftlich organisierte Nutzung eines Fahrzeuges, bspw. im Rahmen eines Vereines oder einer Genossenschaft verlangt engagierte Personen und Einrichtungen vor Ort, die die Organisation und Betreuung der Dienstleistung übernehmen. Es braucht sogen. „Kümmerer“, die das Fahrzeug und die Dienstleistung vor Ort betreuen und in ihrer nächsten Umgebung bewerben. Die Funktion eines „Kümmerers“ kann von privaten Freiwilligen, von Vereinen und/oder von institutionellen Einrichtungen wie Gemeinde, Pfarrgemeinde oder Hausverwaltungen ausgefüllt werden. Ohne eine engagierte Betreuung in der Gemeinde ist vom Aufbau eines Carsharing abzuraten und eher ein privates Peer-to-Peer Carsharing zu empfehlen.¹⁹⁰

Für ländliche Gebiete, vor allem in Randlagen und/oder mit geringer Auslastung des Autos braucht es die Entwicklung eines innovativen Carsharing-Modells, insbesondere ein Konzept für eine gemischte Nutzung von Unternehmen, öffentlichen Organisationen und Privatpersonen.¹⁹¹ Auch die Vermarktung des Carsharing-Angebots sollte rechtzeitig, d.h. schon im Zuge der Planung überlegt werden.¹⁹²

Wenn diese besonderen Voraussetzungen für eine gemeinschaftliche Autonutzung am Land berücksichtigt werden, kann als nächster Schritt die Umsetzung eines Projektes erfolgen.

5.3 Umsetzung

Für die Umsetzung eines lokalen Carsharing sind vorweg Fragen zur Organisation, zu den Finanzen sowie zur Technik zu klären. Aufgrund der großen Bedeutung dieser drei Säulen für ein erfolgreiches Carsharing wird demgemäß einzeln darauf eingegangen.¹⁹³ Dieser Aufbau ist in folgender Abbildung erkennbar.

¹⁹⁰ Vgl. Perschl/Posch (2016), 258f

¹⁹¹ Vgl. Tils/Rehaag/Glatz (2015), 20

¹⁹² Vgl. Perschl/Posch (2016), 261

¹⁹³ Vgl. Perschl/Posch (2016), 259f

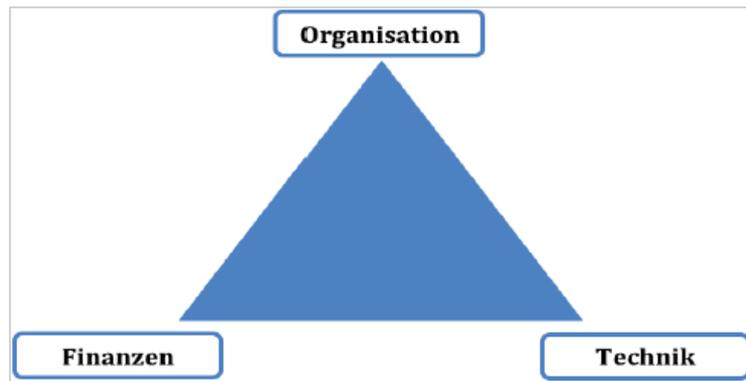


Abbildung 8: Drei Säulen für den Aufbau eines lokalen Carsharing-Modells¹⁹⁴

5.3.1 Organisation

Wichtige Aspekte der Organisation sind das Eingehen von **Kooperationen**, die Wahl der passenden **Rechtsform** und die Klärung der **Versicherungsfrage** sowie die **Bewerbung** des Angebots.¹⁹⁵

Kooperationspartner sind wichtig, weil sie die Bewerbung unterstützen, günstigere Tarife möglich machen und die Auslastung im Carsharing positiv beeinflussen.¹⁹⁶ So erscheint die Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen sinnvoll, indem bspw. Carsharing als Marketing-Instrument zur Tourismusförderung genutzt wird.¹⁹⁷ Als potenzielle Kooperationspartner kommen folgende Einrichtungen infrage:¹⁹⁸

- Gemeindeverwaltungen
- Wohnbauträger
- ÖV-Unternehmen
- Örtliche Taxi- und Busunternehmen
- Lokale Betriebe
- Tourismusverbände
- Autohändler- und Werkstätten
- Örtliche Vereine

¹⁹⁴ Abb. entnommen aus: Perschl/Posch (2016), 260

¹⁹⁵ Vgl. Perschl/Posch (2016), 260

¹⁹⁶ Vgl. Perschl/Posch (2016), 260

¹⁹⁷ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 46

¹⁹⁸ Perschl/Posch (2016), 261

Beispielhaft für Kooperationen ist die Zusammenarbeit von ÖV und Carsharing-Anbietern, da dadurch die Mobilitätsalternativen gestärkt werden und der Verzicht auf das eigene Auto unterstützt wird.¹⁹⁹ Empfehlenswert ist auch eine Kooperation mit Energieunternehmen zur Bereitstellung einer Ladeinfrastruktur für Elektroautos.²⁰⁰ Sinnvoll sind auch Kooperationen zwischen Verkehrs- und Carsharing-Anbietern für gemeinsame Informationsangebote und Mobilitätsplattformen als Überblick für Mobilitätsangebote.²⁰¹

Die meisten Carsharing-Modelle am Land sind als Verein organisiert, weil im Haftungsfall, bspw. für Schulden der Verein eintritt und nicht ehrenamtliche Privatpersonen haftbar werden. Carsharing-Vereine sind üblicherweise vollkaskoversichert, womit alle Vereinsmitglieder automatisch versichert sind.²⁰² Es ist ein starker Zusammenhang zwischen der Rechtsform und der Art des Raumes festzustellen. So gibt es in städtischen Räumen vorwiegend Angebote von Kapitalgesellschaften, in ländlichen Gebieten eher Konzepte auf Vereinsbasis. Es lässt sich behaupten, je ländlicher die Region und kleiner die Gemeinde, desto weniger gewinnorientierte Carsharing-Angebote gibt es.²⁰³

Ein sehr wesentlicher organisatorischer Punkt ist die Vermarktung des Carsharing-Angebotes. Da dieses Thema in dieser Arbeit einen zentralen Stellenwert hat, wird es im Unterkapitel 5.4 separat behandelt.

5.3.2 Finanzen

Wie jedes Projekt muss auch das gemeinschaftliche Teilen eines oder mehrerer Autos finanziell gut geplant werden, d.h. es ist eine realistische Kostenplanung notwendig, die den Finanzierungsbedarf festlegt und die Folgekosten einkalkuliert. Folgende Tabelle gibt einen Überblick über Kosten und Erlöse einer Carsharing-Organisation.

¹⁹⁹ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 58

²⁰⁰ Vgl. Voeth/Pözl/Kienzler (2015), 485

²⁰¹ Vgl. Tils/Rehaag/Glatz (2015), 19f

²⁰² Vgl. Perschl/Posch (2016), 261

²⁰³ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 85

Kosten	Erlöse und Einnahmen
Kapitalkosten für Fahrzeuge etc. (Finanzierungsbedarf)	Öffentliche Fördergelder
laufende Kosten (fahrzeugbezogene Kosten, Gemeinkosten wie Werbung etc.)	finanzielle Unterstützung durch Gemeindeverwaltung und sonstige Kooperationspartner
	Mitgliedsbeiträge und Erlöse durch laufende Fahrten

Abbildung 9: Kosten und Erlöse lokaler Carsharing-Organisationen²⁰⁴

Mit den Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen und den Nutzungsgebühren sollte der Großteil der Kosten abgedeckt werden können. Die Wahl des passenden Tarifmodells hängt von der angenommenen jährlichen Kilometerleistung ab, d.h. je höher die wahrscheinliche Kilometerleistung ist, desto niedriger können die Nutzungstarife sein.²⁰⁵ Weitere Erträge können aus Synergien mit anderen Anbietern (wechselseitiger Erfahrungsaustausch und Nutzungsmöglichkeit), Maßnahmen zur Risikominimierung (bspw. Servicegebühren für Verkehrsstrafen bzw. Sonderreinigung) sowie aus Sponsoring (Vermarktung von Werbeflächen auf dem Fahrzeug) lukriert werden. Auf der Kostenseite fallen bei einem E-Carsharing weniger Betriebskosten an, dafür sind die Beschaffungskosten höher und müssen auch die Ladeinfrastrukturkosten berücksichtigt werden.²⁰⁶

Gut zu überlegen ist in finanzieller Hinsicht auch der Personalaufwand. Bei kleinen Anbietern arbeiten die Mitarbeiter teilweise oder vollständig ehrenamtlich, um ein finanzierbares Angebot zu ermöglichen. Gerade im ländlichen Raum, wo die „(...) Dorfgemeinschaft eine wichtige Rolle spielt und nachbarschaftliche Beziehungen enger sind (...)“²⁰⁷ als in der Stadt, funktioniert Carsharing nur durch ehrenamtliches Engagement.²⁰⁸

Die Finanzierung des Fahrzeuges kann auch in Form von Leasing erfolgen. Dabei sind etwaige Kosten am Ende der Laufzeit, wie Restwertdifferenz oder eine Nachzahlung für Kilometerüberschreitungen zu berücksichtigen. Diese Kosten lassen sich minimieren, wenn der Leasingvertrag im Vorhinein optimal auf die Fahrzeugnutzung abgestimmt wird.²⁰⁹ Im Gegensatz zu den kommerziellen Anbietern mit einer klar profitorientierten Zielsetzung sehen lokale, als Verein organisierte Anbieter in einem kostendeckenden Betrieb des Carsharing bereits eine ausreichende „Wirtschaftlichkeit“ gegeben.²¹⁰

²⁰⁴ Abb. entnommen aus: Perschl/Posch (2016), 262

²⁰⁵ Vgl. Perschl/Posch (2016), 262

²⁰⁶ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 119f

²⁰⁷ Parzinger u.a. (2016), 125

²⁰⁸ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 125

²⁰⁹ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 128

²¹⁰ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 117

5.3.3 Technik

Im Rahmen dieser Thematik werden die Wahl eines geeigneten **Fahrzeuges** sowie des **Zugangs-, Buchungs- und Abrechnungssystems** behandelt. Grundsätzlich eignet sich jedes Fahrzeug für Carsharing. Autos mit alternativem Antrieb, wie bspw. Elektrofahrzeuge machen das Angebot noch attraktiver, aufgrund der bereits zuvor erwähnten Vorteile der Elektromobilität. Die im Vergleich mit herkömmlichen Fahrzeugen noch geringe Reichweite der E-Autos ist für Carsharing am Land ausreichend, da vorwiegend Kurzstrecken zurückgelegt werden.²¹¹

Die Reservierung, der Zugang zum Fahrzeug und die Abrechnung sollten nach Möglichkeit automatisiert erfolgen, um den Aufwand für Nutzer und Betreuer gering zu halten.²¹² Klarheit, Einfachheit und Transparenz des Angebots sind erfolgsrelevant. Niedrige Zugangs- und Nutzungsbarrieren, ein transparentes Such- und Buchungssystem sowie ein übersichtliches Buchungs- und Abrechnungsprozedere wirken sich positiv auf die Kundenzufriedenheit aus.²¹³ In Österreich werden von den Carsharing-Organisationen in ländlichen Regionen zumeist folgende Online-Plattformen in Anspruch genommen: „Caruso“ (www.carusocarsharing.com), „Ibiola“ (www.ibiola.com) und www.carsharing247.com.²¹⁴

Bei einem E-Carsharing-Angebot ist auch die Ladeinfrastruktur ein wesentlicher Faktor für einen störungsfreien Betrieb. Die Ladeinfrastruktur muss in die bestehende IKT eingebunden sein, um Ladestand und Reichweite des Fahrzeuges ermitteln zu können und dem Kunden vor Antritt der Fahrt ein ausreichend aufgeladenes Auto zur Verfügung stellen zu können.²¹⁵

Nachdem die wichtigsten Punkte der Umsetzung eines lokalen Carsharing-Projektes präsentiert wurden, werden diese noch einmal kompakt dargestellt:²¹⁶

- Das richtige Modell, angepasst an die Situation und die Bedürfnisse vor Ort bestimmen den Erfolg;
- Engagierte Personen vor Ort sind maßgeblich für den Erfolg des Projekts;
- Einbindung der Bevölkerung und Beteiligung der Nutzer (z.B. Reinigung der Fahrzeuge) erhöhen die Akzeptanz;

²¹¹ Vgl. Perschl/Posch (2016), 263

²¹² Vgl. Perschl/Posch (2016), 263

²¹³ Vgl. Voeth/Pözl/Kienzler (2015), 485

²¹⁴ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

²¹⁵ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 111

²¹⁶ Vgl. Perschl/Posch (2016), 263f

- Persönlicher Kontakt unter den Nutzern (z.B. bei regelmäßigen Treffen) fördert das Gemeinschaftsgefühl, welches für Carsharing am Land grundlegend ist;
- Breite politische Zustimmung zum Projekt erhöht die Akzeptanz;
- Kooperationen mit anderen Partnern erleichtern u.a. Bewerbung und Finanzierung;
- Einsatz von E-Fahrzeugen macht Carsharing und die E-Mobilität attraktiver;
- Mobiles Zusatzangebot (Anrufsammeltaxi oder Hol- und Bringdienst vom/zum Carsharing-Standort) löst das Problem der sogen. ersten und letzten Meile.

Das Kapitel 5.3 ging auf die Umsetzung eines Carsharing-Projekts in ländlichen Gebieten ein und beschrieb die Teilaspekte Organisation, Finanzen und Technik. Im folgenden Kapitel 5.4 wird der für diese Arbeit forschungsrelevante Punkt der Kommunikation zwischen Carsharing-Verein und potenziellen Nutzern analysiert.

5.4 Kommunikationsmaßnahmen zur Gewinnung von Nutzern

Der Aspekt der aktiven Bewerbung eines Carsharing-Angebots ist zentraler Bestandteil dieser Arbeit und soll schlussendlich die Forschungsfrage, wie potenzielle Nutzer für Carsharing, insbesondere von U.WE Mobil angesprochen und gewonnen werden können, beantworten. Um adäquate Antworten zu finden, werden Aspekte des Dienstleistungsmarketings beleuchtet und anschließend praktische Umsetzungsmöglichkeiten im Kommunikationsbereich vorgestellt.

5.4.1 Aspekte des Dienstleistungsmarketings

Bevor die Kommunikation mit potenziellen Kunden aufgenommen werden kann ist es wichtig zu wissen, wer diese Menschen bzw. Organisationen sind, d.h. es muss vorweg die **Zielgruppe** für die Dienstleistung definiert werden. Dazu ist vom Dienstleistungsanbieter festzulegen, welche möglichen Zielgruppen für das Angebot in Frage kommen.²¹⁷ Hierfür ist es dienlich, das wirtschaftliche, soziale, technologische, politisch/rechtliche und kulturelle Umfeld zu analysieren.²¹⁸ Nach Festlegung der Zielgruppe(n) ist es für den Anbieter hilfreich, den sogen. **Marketing-Mix** einzusetzen, um den Absatz der Dienstleistung zu begünstigen.

²¹⁷ Vgl. Matys (2007), 23f

²¹⁸ Vgl. Matys (2007), 29f

Für Dienstleistungen besteht der Marketing-Mix aus den sogen. fünf P's: „Product, Price, Placement, Promotion und Personnel“.²¹⁹

Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt auf der Kommunikation mit potenziellen Nutzern von Carsharing, daher werden in diesem Teil der Arbeit die Kommunikationspolitik und Distributionspolitik als wesentliche Aspekte des Dienstleistungsmarketings erläutert.

Kommunikationspolitik

Die theoretischen Grundlagen zur Anwendung von passenden Kommunikationsmaßnahmen zur Gewinnung von potenziellen Nutzern sind im Dienstleistungsmarketing zu finden. Wesentlich dabei ist u.a. die Kommunikationspolitik eines Anbieters, die alle Kommunikationsinstrumente und –maßnahmen umfasst, die das Produkt den entsprechenden Zielgruppen vermitteln soll.²²⁰ Es sind Maßnahmen der „(...) marktgerichteten, externen Kommunikation (bspw. Anzeigenwerbung), der internen Kommunikation (bspw. Intranet) und der interaktiven Kommunikation zwischen Mitarbeitern und Kunden (bspw. Beratungsgespräch)“.²²¹ Hinsichtlich Carsharing-Organisationen am Land steht in dieser Arbeit die externe Kommunikation im Vordergrund. Alle Mittel der Marktkommunikation des Anbieters sind daraufhin zu überprüfen, ob das wichtigste Kaufmotiv dieser Dienstleistung gezielt angesprochen wird.²²²

Von großer Bedeutung ist dabei das Image der Organisation und folglich die **Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)**. Unter Öffentlichkeitsarbeit fallen alle Aktivitäten eines Anbieters, um bei den Zielgruppen um Verständnis und Vertrauen zu werben²²³ (bspw. Information über Carsharing in einer Zeitung). Ein weiteres etabliertes Kommunikationsinstrument ist **Sponsoring**, also die Bereitstellung von Geld, Sach- und Dienstleistungen oder Wissen durch Unternehmen, um die eigenen Unternehmensziele zu erreichen²²⁴ (bspw. Werbefolien auf Carsharing-Autos).

Die klassische **Mediawerbung** spielt als Kommunikationsinstrument für Carsharing-Organisationen mit begrenzten Ressourcen eine zentrale Rolle, da sie kostengünstig und rasch organisierbar ist. Damit werden werbliche Informationen via öffentliche Werbeträger

²¹⁹ Vgl. Matys (2007), 31

²²⁰ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 311

²²¹ Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 312

²²² Vgl. Matys (2007), 18

²²³ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 317f

²²⁴ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 320

verbreitet, um eine Dienstleistung geeignet zu bewerben²²⁵ (bspw. Inserat in der Gemeindezeitung). Bedeutend im Dienstleistungsmarketing ist auch die **Verkaufsförderung**, die durch zeitlich befristete Maßnahmen zusätzliche Anreize für den Verkauf von Dienstleistungen schaffen soll²²⁶ (bspw. Informationsstand auf der Straße). Ein sehr wirkungsvolles Kommunikationsinstrument ist, eine Leistung kostenlos oder zu einem geringen Entgelt zum **Ausprobieren** zur Verfügung zu stellen²²⁷ (bspw. Testen des Carsharing-Angebots).

Mit Bezug auf die in dieser Arbeit beschriebene Dienstleistung des Carsharing erscheint das Instrument der **persönlichen Kommunikation** als sehr bedeutend. Im wechselseitigen persönlichen Kontakt zwischen Anbieter und Nachfrager wird in verbaler und nonverbaler Form versucht, die Kommunikationsziele zu erreichen²²⁸ (bspw. persönliche Ansprache bez. Carsharing-Angebot).

Zugenommen hat in den letzten Jahren die Bedeutung von **Eventmarketing**. Hierbei dienen inszenierte Veranstaltungen als Plattform für eine erlebnisorientierte Präsentation einer Dienstleistung. Durch emotionale und physische Anregung sollen bei den Empfängern Aktivitäten in Bezug auf die Dienstleistung ausgelöst werden²²⁹ (bspw. Einführung von Carsharing bei einem Event). **Messen und Ausstellungen** können das vorhandene Informationsbedürfnis potenzieller Kunden hinsichtlich einer Dienstleistung befriedigen²³⁰ (bspw. auf einer Energiesparmesse).

Das **Direct Marketing** entwickelte sich zu einem effizienten Kommunikationsinstrument und versucht, durch gezielte Einzelansprache einen direkten Kontakt zum Adressaten herzustellen und einen unmittelbaren Dialog zu starten (bspw. Werbebrief mit Gutschein). Dazu gehört auch das **Database Marketing**, ein IT-gestütztes Dialogmarketing, mit dem aufgrund von bekannten Kundenmerkmalen ein auf den Kunden abgestimmtes Kommunikations- und Verkaufsförderungspaket erstellt wird (bspw. per E-Mail).²³¹

Ein Kommunikationsinstrument, das sich in den letzten Jahrzehnten sehr intensiv weiterentwickelt hat, ist die **Netzwerkkommunikation**. Auf **Social Media-Plattformen** werden online Informationen, Meinungen, Erfahrungen zu Produkten und Dienstleistungen platziert²³² (bspw. Beitrag über Carsharing-Verein auf Facebook). Einige für diese Arbeit relevante Er-

²²⁵ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 322f

²²⁶ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 322f

²²⁷ Vgl. Matys (2007), 119

²²⁸ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 327

²²⁹ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 325

²³⁰ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 329

²³¹ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 330f

²³² Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 332

scheinungsformen der Social Media-Kommunikation sind bspw. Weblogs, Webforen, Wikis, Videos und Pictures sowie Bewertungsportale.²³³ Über Social Media-Plattformen ist es möglich, dem Unternehmen und der Dienstleistung ein „Gesicht“ zu geben, mit den Konsumenten einen direkten Dialog zu führen und unmittelbar Rückmeldung zu den Leistungen zu erhalten.²³⁴

Dienstleistungen sollten auch **selbst** als wichtiger Kommunikationsweg miteinbezogen werden. Denn die Leistungserbringung selbst stellt bei Dienstleistungen möglicherweise sogar die wichtigste Kommunikationsform mit Kunden dar.²³⁵

Bei allen Kommunikationsmaßnahmen gilt das Prinzip der Wiederholung, d.h. potenzielle Kunden müssen oft genug angesprochen bzw. erreicht werden, bis sie sich für eine Dienstleistung entscheiden. Ein wesentlicher Aspekt ist daher, genügend Ausdauer einzukalkulieren.²³⁶

Distributionspolitik

Im Hinblick auf eine erfolgreiche Gewinnung von potenziellen Nutzern für das Carsharing spielt auch die Vertriebspolitik von Dienstleistungen eine tragende Rolle. Dieser Aspekt des Dienstleistungsmarketings und die für das Carsharing wesentlichen Instrumente sollen hier behandelt werden. Zu den wichtigen Versorgungszielen der Dienstleistung Carsharing gehört jedenfalls die **Präsenz und Erreichbarkeit**. Standortgebundene, alltägliche Verkehrsdienstleistungen wie das Carsharing verlangen nach kundennahen Standorten und sollten schnell erreichbar sein.²³⁷

Ebenso sollte die kundengerechte **Einbindung des externen Faktors** (also des Carsharing-Kunden) in den Dienstleistungserstellungsprozess einfach und leicht möglich sein. Aufgrund der Nichtlagerfähigkeit der Dienstleistung Carsharing ist dahingehend ein gut funktionierendes Reservierungssystem einzurichten. Die Aspekte der **Lieferzeit, Lieferbereitschaft und Liefertreue** werden bei einem Carsharing-System durch das 24 Stunden zur Verfügung stehende Reservierungs- und Buchungssystem vollständig erfüllt.²³⁸

²³³ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 334

²³⁴ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 336

²³⁵ Vgl. Matys (2007), 93

²³⁶ Vgl. Matys (2007), 89

²³⁷ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 373f

²³⁸ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 373f

Bei Absatzwegen für die Dienstleistung wird einerseits zwischen direkten (unmittelbar und mittelbar) und indirekten Absatzwegen unterschieden. Carsharing, wie in dieser Arbeit beschrieben, wird in Form einer „mittelbaren Direktdistribution“²³⁹ vertrieben, d.h. die Leistung (Inanspruchnahme des Autos) erfolgt an unterschiedlichen Stellen, vergleichbar einem Filialsystem.²⁴⁰ Für Dienstleistungen, die nicht beim Anbieter bzw. Nachfrager, sondern an einem dritten Ort in Anspruch genommen werden, ist die Wahl des Standortes von großer Bedeutung.²⁴¹ Auch die entscheidende Bedeutung der Erreichbarkeit sei hier nochmals erwähnt.

Andererseits gibt es den stark wachsenden Distributionskanal des **E-Commerce**, über welchen Carsharing mittels Online-Reservierungs- und Buchungsplattform angeboten wird. E-Commerce bedeutet die „elektronische Anbahnung, Aushandlung und/oder Abwicklung von Transaktionen zwischen Wirtschaftsobjekten“.²⁴² Dieser Absatzkanal bietet dem Dienstleister die Möglichkeit, seine Kunden und auch potenzielle Interessenten kostengünstig und schnell über Leistungen, Know-how und Innovationen zu informieren. Der Vertrieb via Internet ist sehr vorteilhaft wegen seiner stärkeren Marktdurchdringung und dem Erreichen neuer Kundengruppen. Der größte Vorteil auf Kundenseite ist die Aufwands- und Zeitersparnis.²⁴³ Durch den stetigen Ausbau des mobilen Internets erweitern sich die Absatzmöglichkeiten für Dienstleistungen. Speziell für die Reservierung und Buchung von Carsharing-Dienstleistungen stellt der ortsungebundene Zugriff auf das Internet eine Verbesserung dar.²⁴⁴

Nach Behandlung der verschiedenen Faktoren des Dienstleistungsmarketings werden im Anschluss praktische Umsetzungsmöglichkeiten für Kommunikationsmaßnahmen gesucht.

5.4.2 Praktische Umsetzungsmöglichkeiten

Die Vermarktung des Carsharing-Angebots sollte rechtzeitig, d.h. schon im Zuge der Planung Berücksichtigung finden. Für die Gewinnung von potenziellen Nutzern sind in ländlichen Gebieten andere Kommunikationskanäle zu bedienen als in städtischen Räumen. Aufgrund der geringeren Bevölkerungsdichte und somit kleineren Zielgruppe sind mehr Über-

²³⁹ Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 376

²⁴⁰ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 375f

²⁴¹ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 396f

²⁴² Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 382

²⁴³ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 383

²⁴⁴ Vgl. Meffert/Bruhn/Hadwich (2015), 390

zeugungs- und Werbeaufwand erforderlich.²⁴⁵ Der finanzielle Spielraum für kostenintensive Marketingmaßnahmen ist für die meisten Carsharing-Anbieter jedoch gering.²⁴⁶

Unter Berücksichtigung der begrenzten Ressourcen werden im ländlichen Raum folgende Maßnahmen zur **Bewerbung und Gewinnung** von Nutzern empfohlen:²⁴⁷

- persönlichen Kontakt mit Vereinen herstellen und aufrechterhalten;
- Angebot zielgruppenspezifisch aufbereiten (wirtschaftliche, soziale und kulturelle Zusammensetzung der Zielgruppe(n) berücksichtigen);
- regelmäßige Präsenz an Stammtischen zeigen;
- Informationsveranstaltungen für die Bevölkerung abhalten;
- Mund-zu-Mund-Propaganda fördern.

Hinsichtlich zielgruppenspezifischer Aufbereitung empfiehlt es sich, spezielle Angebote für Unternehmen sowie für Privatkunden zu etablieren.²⁴⁸ Als zielgruppenorientierte Kommunikation sollen Kampagnen dazu beitragen,

- Aufmerksamkeit herzustellen und Carsharing bekannter zu machen;
- Multimodale Verkehrsnutzung (siehe auch 3.2.3) im Bewusstsein der Bevölkerung zu verankern;
- die konkrete Entlastung für Nutzer und Umwelt sichtbar zu machen.²⁴⁹

Gemeinden und/oder Carsharing-Anbieter könnten die Kommunikation mit Zielgruppen ermöglichen, bspw. durch

- Verkehrserziehung in Bildungseinrichtungen;
- Kooperationen mit Unternehmen und Raumentwicklern;
- Beratungsangebote für Senioren, Neubürger, Familien.²⁵⁰

Trotz des begrenzten finanziellen Spielraums von Carsharing-Vereinen am Land kann das Produkt attraktiv gestaltet und mit einem positiven Image besetzt werden. Mit trendigen Slogans und humorvollen Sprüchen können sowohl Jung als auch Alt angesprochen werden. Ohne den moralischen Zeigefinger gegen Umweltsünder zu erheben, soll das bestehende

²⁴⁵ Vgl. Perschl/Posch (2016), 261f

²⁴⁶ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 128

²⁴⁷ Vgl. Perschl/Posch (2016), 261f

²⁴⁸ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 94

²⁴⁹ Vgl. Tils/Rehaag/Glatz (2015), 20

²⁵⁰ Vgl. Tils/Rehaag/Glatz (2015), 20

Angebot präsent gemacht und die Neugier darauf geweckt werden. Mit emotionalem Marketing soll vor allem an die Gefühle der potenziellen Nutzer appelliert werden.²⁵¹ Personen des öffentlichen Lebens nehmen eine bedeutende Rolle als Multiplikatoren ein, weil sie der Öffentlichkeit das Carsharing-Konzept vermitteln können und bestenfalls auch zur Verbreitung der Carsharing-Nutzung einsetzbar sind.²⁵²

Förderlich ist zudem eine verstärkte **Öffentlichkeitsarbeit**, etwa durch optische Präsenz in Form von Werbeaktionen, aber auch eines gut frequentierten Stellplatzes. Zusätzlich sollte ein unverbindliches Testen des Angebots möglich sein.²⁵³ Eventveranstaltungen lassen E-Carsharing-Fahrzeuge für die Menschen erlebbar und greifbar machen. Diese Mobilitätsform verbreitet sich besser über direktes Erleben als über die Kommunikation darüber. Langfristig können solche Maßnahmen zu tatsächlichen Veränderungen des Mobilitätsverhaltens führen. Events können vom Carsharing-Verein und/oder gemeinsam mit der Gemeinde bzw. mit Betrieben oder Schulen im Ort veranstaltet werden.²⁵⁴

Eine wichtige Kommunikationsplattform bietet auch das Internet, wo laufend aktuelle und umfassende Informationen veröffentlicht werden können. In Blogs können Bürger bzw. lokale Akteure ihre Meinung und Erfahrung bekanntgeben. Immer größere Bedeutung erlangt diesbezüglich auch die Kommunikation durch Social-Media bzw. Social-Networks, wodurch besonders junge Menschen rasch und günstig angesprochen werden können.²⁵⁵ Die folgende Abbildung gibt nochmals einen Überblick über die Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit:

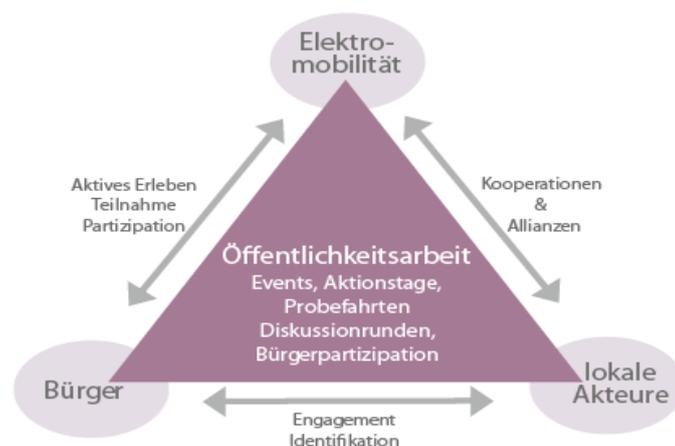


Abbildung 10: Öffentlichkeitsarbeit²⁵⁶

²⁵¹ Vgl. Ernst u.a. (2011), 60

²⁵² Vgl. Parzinger u.a. (2016), 61

²⁵³ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 100

²⁵⁴ Vgl. Ernst u.a. (2011), 62f

²⁵⁵ Vgl. Ernst u.a. (2011), 62f

²⁵⁶ Abb. entnommen aus: Ernst u.a. (2011), 63

Bei der Wahl des Stellplatzes sollte darauf geachtet werden, dass das Carsharing-Fahrzeug gut sichtbar ist und eine Anbindung an den ÖV im Nahbereich möglich ist. Stationen im öffentlichen Straßenraum sind besser geeignet als Stationen auf Privatgrund, da diese besser wahrgenommen werden können.²⁵⁷

Die anschließende grafische Darstellung soll überblicksmäßig darstellen, wie potenzielle Nutzer für Carsharing gewonnen werden können:



Abbildung 11: Information und Kommunikation²⁵⁸

Demnach ist es für das Dienstleistungsangebot Carsharing in ländlichen Regionen nicht nur von Bedeutung, abgestimmte und leistbare Werbeaktivitäten und Kampagnen durchzuführen, sondern die örtliche Bevölkerung vorweg über das Projekt zu informieren. Ebenso spielt das Carsharing-Fahrzeug selbst eine bedeutende Rolle als Kommunikationsinstrument und sollte deshalb ein ansprechendes Design haben und an frequenterer und gut sichtbarer Stelle stationiert sein. Auch die Gefühlswelt potenzieller Nutzer sollte angesprochen und bspw. das lautlose, umweltfreundliche Gleiten im Elektroauto vermittelt werden. Zudem braucht es vor Ort Akteure, die die Dienstleistung serviceorientiert präsentieren wollen und können, um so Interessierte als spätere Nutzer bzw. Mitglieder zu gewinnen.

Abschließend sei nochmals darauf hingewiesen, dass alle Mittel der Marktkommunikation des Anbieters daraufhin zu überprüfen sind, ob das wichtigste Kaufmotiv für die Dienstleistung gezielt angesprochen wird. Matys meint dazu auch, die Kunden kaufen keine Dienstleistungen, sondern die Befriedigung von Bedürfnissen.²⁵⁹ In diesem Sinne sollten Carsharing-Anbieter die bereits erwähnten Vorteile und den konkreten Nutzen des Carsharing in ihren Botschaften an die potenziellen Kunden berücksichtigen.

²⁵⁷ Vgl. Parzinger u.a. (2016), 105

²⁵⁸ Abb. vom Autor erstellt, in Anlehnung an: Ernst u.a. (2011), 60

²⁵⁹ Vgl. Matys (2007), 16f

Das 5. Kapitel beschäftigte sich mit Carsharing als Projekt zur Umsetzung in ländlichen Gebieten, wobei die Voraussetzungen, Planung und konkrete Umsetzung analysiert wurden. Ein Schwerpunkt wurde auf Kommunikationsmaßnahmen zur Gewinnung von potenziellen Nutzern gelegt und dabei Elemente des Dienstleistungsmarketings betrachtet und praktische Umsetzungsmöglichkeiten erörtert.

Im anschließenden Kapitel 6 werden ausgewählte Praxisbeispiele bestehender Carsharing-Organisationen in ländlichen Regionen in Österreich vorgestellt, um einerseits ein Bild zu bekommen, wie diese Einrichtungen ihren Betrieb organisieren und andererseits Anhaltspunkte für eine bessere Auslastung der Fahrzeuge bzw. Rekrutierung neuer Mitglieder zu erhalten. Der Autor hat diesbezüglich die Carsharing-Projekte „E(F)“ in Eferding, „E-Flitzer“ im Raum Liezen sowie „Move“ in Herzogenburg und „MühlFerdl“ im Mühlviertel ausgewählt.

6 Ausgewählte Praxisbeispiele von Carsharing

Die vier ausgesuchten Carsharing-Betreiber im ländlichen Raum sollen einerseits aufzeigen, wie diese Einrichtungen ihren Betrieb organisieren und andererseits Anhaltspunkte für eine bessere Auslastung der Fahrzeuge bzw. Rekrutierung neuer Mitglieder liefern. Der Autor hat diesbezüglich die Carsharing-Projekte „E(F) Mobil“ in Eferding, „E-Flitzer“ im Raum Liezen, „Move“ in Herzogenburg sowie den „MühlFerdl“ im Mühlviertel herangezogen und untersucht. Die entsprechenden Informationen wurden überwiegend aus persönlichen Interviews mit Vertretern dieser Organisationen entnommen, ergänzend dazu auch über die Homepages bzw. einschlägige Informationsmaterialien wie bspw. Folder eingeholt.

6.1 „E(F) Mobil“ im Raum Eferding

Das Projekt

E(F) Mobil, ein Carsharing-Angebot mit mittlerweile insgesamt vier Elektroautos wird von der Energiegenossenschaft Region Eferding betrieben. Herr Pözlberger ist Geschäftsführer der Genossenschaft und Initiator von E(F) Mobil. Der Name E(F) Mobil soll die Identifikation mit dem politischen Bezirk Eferding (EF) zum Ausdruck bringen. Im Frühjahr 2015 wurde das erste Auto, ein Renault Zoe²⁶⁰ in **Eferding** am Josef-Mitter-Platz 2 vor dem Büro der Genossenschaft stationiert.²⁶¹ Eferding ist eine oberösterreichische Kleinstadt mit ca. 4.000 Einwohnern und zugleich Bezirksstadt des gleichnamigen Bezirkes.²⁶² Die Planung und Umsetzung des Konzeptes dauerte mindestens ein Dreivierteljahr. Im Herbst 2016 wurden drei weitere Elektrofahrzeuge angeschafft und in drei umliegenden Landgemeinden platziert.²⁶³

Autos der Marke Renault Zoe stehen und fahren seitdem in den Gemeinden Hinzenbach und Fraham.²⁶⁴ **Hinzenbach** ist eine Nachbargemeinde von Eferding, hat rund 2.000 Einwohner und bezeichnet sich selbst als Skisprung- und Gemüsebaugemeinde im Eferdinger Becken.²⁶⁵ **Fraham** hatte mit Stand 31.12.2015 insgesamt 2.308 Einwohner²⁶⁶ und ist wegen seiner Lage mitten im Eferdinger Landl an Donau und Innbach ein beliebtes Ausflugsgebiet,

²⁶⁰ Vgl. Renault Zoe (2017)

²⁶¹ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁶² Vgl. Eferding (2017)

²⁶³ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁶⁴ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁶⁵ Vgl. Hinzenbach (2017a)

²⁶⁶ Vgl. Statistik Austria (2017b)

speziell für Radfahrer und Wanderer.²⁶⁷ Das dritte Elektroauto, ein Renault Kangoo²⁶⁸ hat seinen Standort in der Gemeinde **Hartkirchen**. Diese Gemeinde hat rund 4.100 Einwohner und ist aufgrund seiner Lage am Donauradweg Anziehungspunkt für Radsportbegeisterte.²⁶⁹ Das größere Fahrzeug für diese Gemeinde wurde deswegen gewählt, weil damit einerseits „Essen auf Rädern“ für die Gemeindeverwaltung ausgeliefert werden kann und andererseits für alle Nutzer von E(F) Mobil bei Bedarf ein Fahrzeug mit größerem Raumangebot zur Verfügung steht.²⁷⁰

E(F) Mobil wird als Teil einer Genossenschaft betrieben, da diese Rechtsform schon bestand und damit bereits andere investive Projekte, wie die Errichtung von Photovoltaikanlagen oder Straßenbeleuchtungen in der Klima- und Energiemodellregion realisiert wurden. Mitglieder dieser Genossenschaft sind Gemeinden und öffentliche Vereine, wie bspw. der Sozialhilfeverband. Einzelne Bürger sind nicht Mitglieder der Genossenschaft, sondern ausschließlich Anleihergeber einer festverzinslichen Anleihe für diese Projekte.²⁷¹

Alle vier Standortgemeinden sind Mitglied und Nutzer des Carsharing. Die Stadt Eferding gilt aber nicht als enger Kooperationspartner, da diese lediglich den Parkplatz zur Verfügung stellt. Mit den drei Landgemeinden hingegen besteht eine enge Zusammenarbeit bez. Organisation des Carsharing. Da es, wie in anderen Carsharing-Gemeinden üblich, bei E(F) Mobil (noch) keine „Kümmerer“ vor Ort gibt, übernehmen die Gemeindebediensteten vorübergehend bestimmte Tätigkeiten, wie bspw. die Fahrt zur Waschanlage. Die E-Ladestationen bei den Carsharing-Standorten wurden von der Genossenschaft selbst errichtet und finanziert.²⁷²

Mitglieder und Nutzungsverhalten

Herr Pözlberger schätzt, dass zurzeit max. zehn Nutzer das Carsharing pro Fahrzeug in Anspruch nehmen. Er würde sich grundsätzlich mehr Nutzer wünschen, aber „(...) wenn die vorhandenen Mitglieder die Autos regelmäßig nutzen, passt es auch so“.²⁷³

Bestimmte Nutzergruppen bzw. Altersklassen lassen sich nicht identifizieren. Jüngstes Mitglied ist eine Studentin mit 19 Jahren, ältester Teilnehmer war bis vor Kurzem ein 92jähriger

²⁶⁷ Vgl. Oberösterreich (2017b)

²⁶⁸ Vgl. Renault Kangoo (2017)

²⁶⁹ Vgl. Oberösterreich (2017c)

²⁷⁰ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁷¹ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁷² Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁷³ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

Herr, der aber gesundheitsbedingt wieder ausscheiden musste. Dazwischen sind alle Altersgruppen vertreten. In den letzten Wochen sind drei neue Mitglieder hinzugekommen, die sich schon länger mit der Absicht einer Mitgliedschaft getragen haben und lediglich noch die Fahruntüchtigkeit ihres eigenen alten PKW's abgewartet haben.²⁷⁴

Die meisten Mitglieder nutzen Carsharing als Alternative zum Zweitauto, manche sogar als Vollersatz für ein eigenes Auto und zunehmend gibt es die Tendenz, das Drittauto mit Carsharing zu ersetzen. Dies trifft vor allem auf Familien zu, in denen Führerscheineulinge nach individueller Mobilität Ausschau halten. Jenes Mitglied ohne eigenes Auto nutzt das vorhandene Angebot des ÖV und legt alle Strecken, für die kein ÖV-Angebot besteht, mit einem Carsharing-Fahrzeug zurück. Fast alle Nutzer kommen zu Fuß oder mit dem Rad zur Carsharing-Station. Ein Mitglied kommt mit seinem alten Dieselfahrzeug zum Standort und fährt dann den Großteil seiner Wege mit dem Elektroauto. Fahrten mit dem Carsharing-Auto werden vorwiegend für Botendienste, Kinderbringfahrten, Einkaufsfahrten, Arztbesuche, Besuchsfahrten sowie für Mitarbeiter- und Dienstfahrten verwendet.²⁷⁵

Finanzierung

Die drei Autos in den Landgemeinden wurden von der Genossenschaft gekauft. Das erste Auto für Eferding wurde mittels Leasing finanziert, da damit vom Versicherungsgeber ein Sponsoring-Angebot verbunden war, welches genutzt wurde. Für künftige Anschaffungen ist ausschließlich der Erwerb in das Eigentum vorgesehen. Jedes Carsharing-Auto hat ein Werbeflächen-Sponsoring, mit dem zusätzliche Einnahmen lukriert werden. Die Investitionen werden zu einem Drittel durch Fördermittel, zu einem Drittel durch Sponsoring und zu einem weiteren Drittel durch Nutzungsentgelte gedeckt.²⁷⁶ Bei E(F) Mobil werden folgende Arten der Mitgliedschaft angeboten:²⁷⁷

- Einzelmitgliedschaft: € 10,-/Monat
- Familientarif: € 15,-/Monat
- Unternehmen bis 10 Mitarbeiter/innen: € 15,-/Monat
- 10 bis 50 Mitarbeiter/innen: € 25,-/Monat
- Über 50 Mitarbeiter/innen: € 35,-/Monat

²⁷⁴ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁷⁵ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁷⁶ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁷⁷ Vgl. E(F) Mobil (2014), 1

Diese Gebühr wird als Jahresbeitrag im Voraus eingehoben. Die Nutzungsentgelte stellen sich wie folgt dar:²⁷⁸

- pro Stunde: € 3,90 (1. Stunde voll, dann halbstündlich verrechnet)
- 5 Stunden: € 15,60 (eine Stunde gratis)
- ab 9 Stunden: € 31,20 (maximale Tagesmiete)

Als Buchungssystem dient „Caruso“ (www.carusocarsharing.com), weil dieses im Vergleich zu „Ibiola“ (www.ibiola.com) wesentlich kostengünstiger ist. Caruso kostet ca. € 35,- pro Monat, Ibiola etwa das Doppelte. Für die Abrechnung gibt es eine Schnittstelle zu einem eigenen Abrechnungsprogramm. Kosten für das jeweilige Buchungssystem müssen bei einer Projektumsetzung berücksichtigt werden, da diese pro Jahr und Fahrzeug entweder € 420,- (Caruso) oder nahezu € 1.000,- (Ibiola) ausmachen und „(...) mit dem Betrieb erst verdient werden müssen“.²⁷⁹

Herr Pözlberger bezeichnet das Tarifmodell für die Nutzer als sehr günstig und, verglichen mit Preisen von Leihwagen, als „Spottbetrag“. Das Tarifsystem wurde in Anlehnung an jenes des Salzburger „Emil“²⁸⁰ erstellt und ein kilometerunabhängiger Zeittarif gewählt, um ein Fahrzeug und nicht ein „Stehzeug“²⁸¹ anbieten zu können. Mit der Auslastung ist der Betreiber nicht zufrieden, weil diese noch besser sein könnte. Herr Pözlberger sagt: „unterm Strich passt es, es ist kostendeckend, gerade so, dass es sich ausgeht und wir kein Defizit machen, aber zufrieden kann man nicht sein.“²⁸²

Kommunikation

Vor der konkreten Umsetzung des Projekts stand die Suche nach geeigneten Sponsoren, die das Projekt unterstützen und diesen wichtigen Teil der Finanzierung abdecken. Nachdem der Parkplatz von der Stadt Eferding genehmigt war, wurden die ersten Kommunikationsmaßnahmen gesetzt. Informationen zum Carsharing-Projekt wurden über regionale Medien, wie Rundschau und Tipps sowie über „(...) ein paar kleinere lokale Blätter (...)“²⁸³ und den Gemeindezeitungen transportiert. Auch die Bürgermeisterbriefe in den Gemeinden wurden als Medium genutzt. An Haushalte im Umkreis von 500 Meter um den Carsharing-Standort

²⁷⁸ Vgl. E(F) Mobil (2014), 1

²⁷⁹ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁸⁰ Vgl. Emil (2017)

²⁸¹ Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁸² Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁸³ Pözlberger, Interview am 22.3.2017

wurden Info-Folder übergeben. Vor der Eröffnung von Standorten gab es Informationsveranstaltungen. Eine vorhergehende Umfrage bzw. Bedarfserhebung wurde als nicht sinnvoll und zielführend erachtet, da diese zu aufwändig und langwierig gewesen wäre.²⁸⁴ „Es ist besser, ein Angebot zu schaffen, um Nachfrage zu generieren; es braucht ein fertiges Angebot, das genutzt werden kann“²⁸⁵.

Bei diversen Markt- und Stadtfesten gab es auch Aktivitäten zur Bewerbung des Carsharing. In Eferding fand ein „Autofrühling“ statt, bei dem das Projekt vorgestellt wurde. Auch bei den regelmäßigen Veranstaltungen im Rahmen der Klima- und Energiemodellregion wird E(F) Mobil immer wieder beworben.²⁸⁶ Auf der Homepage der Stadt Eferding sowie den Gemeinden Fraham und Hartkirchen ist das Carsharing-Angebot leider nicht zu finden. In der Gemeinde Hinzenbach hingegen wird darauf hingewiesen.²⁸⁷

Das Carsharing-Projekt E(F) Mobil soll künftig noch wachsen und es gibt auch bereits konkrete Anfragen zweier Gemeinden im Bezirk, die ein Elektroauto zur gemeinsamen Nutzung platzieren möchten.²⁸⁸

6.2 „E-Flitzer“ im Raum Liezen

Das Projekt

Als „E-Flitzer“ stehen drei Elektroautos, Marke Renault Zoe in Weißenbach beim Gemeindeamt, in Gröbming beim E-Werk und in Bad Aussee am Kurhausplatz als Carsharing-Autos durchgehend für Carsharing zur Verfügung.²⁸⁹ **Weißenbach bei Liezen** war eine Gemeinde mit 1.158 Einwohnern im Bezirk Liezen und wurde im Zuge der steiermärkischen Gemeindestrukturreform per 1.1.2015 mit der Gemeinde Liezen fusioniert.²⁹⁰ **Gröbming** ist eine Marktgemeinde, ebenfalls im Bezirk Liezen mit 2.783 Einwohnern und gehört zur Ferienregion Schladming-Dachstein.²⁹¹ **Bad Aussee** bezeichnet sich selbst als Mittelpunkt Österreichs

²⁸⁴ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁸⁵ Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁸⁶ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁸⁷ Vgl. Hinzenbach (2017b)

²⁸⁸ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

²⁸⁹ Vgl. E-Flitzer (2017)

²⁹⁰ Vgl. Gemeindeglossar Steiermark (2017)

²⁹¹ Vgl. Gröbming (2017)

und Zentrum des Steirischen Salzkammergutes. Es ist eine Stadtgemeinde mit 4.849 Einwohnern.²⁹²

Das Carsharing-Angebot wird von der Energie-Agentur Steiermark Nord zur Verfügung gestellt²⁹³ und wurde 2014 in den drei erwähnten Gemeinden gestartet. Treibende Kraft hinter diesem Projekt war und ist Herr Ernst Nussbaumer, Manager der Energieagentur für die Klima- und Energie-Modellregion Steiermark Nord. Der Betrieb des Carsharing wird im Rahmen einer GmbH abgewickelt, da diese für verschiedene Unternehmensprojekte schon zuvor bestand. Kooperationspartner sind die drei Standortgemeinden, wobei die Inanspruchnahme des Carsharing in der Stadt Liezen noch besser sein könnte. In Bad Aussee ist weiters der Tourismusverband involviert, der das Auto regelmäßig nutzt. In Gröbming ist das E-Werk Partner.²⁹⁴

Sämtliche Ladestationen wurden von der Energieagentur errichtet und die Stromkosten werden von den Gemeinden getragen. Reservierungen und Buchungen erfolgen über die Onlineplattform www.carusocarsharing.com, abgerechnet wird über ein eigenes System. Herr Nussbaumer erwähnt als Erfolgsfaktoren des Projekts die Regionalität des Angebots, die Einfachheit der Bedienung und Nutzung und die günstige Preisgestaltung. Das Projekt soll noch weiterentwickelt werden und im Jahr 2017 noch zwei neue Standorte mit je einem Elektrofahrzeug hinzukommen.²⁹⁵

Mitglieder und Nutzungsverhalten

Mitglieder beim E-Flitzer sind neben natürlichen Personen auch Organisationen wie Gemeinden, E-Werk und Tourismusverbände und laut Angaben von Herrn Nussbaumer mehr Frauen als Männer. Drei Frauen nutzen das Carsharing sogar als Vollersatz statt eines eigenen Fahrzeuges. Junge Erwachsene unter 30 Jahren sind als Mitglieder bzw. Nutzer nicht vertreten. Diese Mitgliederstruktur widerspricht den Anmerkungen in der Literatur (siehe dazu 4.2.3), kann jedoch aufgrund der geringen absoluten Größe des Mitgliederbestandes von Organisation zu Organisation stark differieren. Insgesamt sind ca. 50 Personen als Nutzer des Carsharing registriert, davon fahren „(...) wenige Nutzer eher viel und viele Nutzer eher

²⁹² Vgl. Bad Aussee (2017)

²⁹³ Vgl. E-Flitzer (2017)

²⁹⁴ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

²⁹⁵ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

wenig (...)“²⁹⁶ mit den Elektroautos. Wünschenswert wären 20 bis 25 Nutzer pro Carsharing-Fahrzeug, also insgesamt 60 bis 75 Nutzer.²⁹⁷

Finanzierung

Die Autos wurden seitens der Energieagentur als Leasing-Fahrzeuge angeschafft und die Leasing-Raten werden durch die Einnahmen aus Nutzungsgebühren und Mitgliedsbeiträgen beglichen. Zusätzlich wurden Fördermittel des Bundes und des Landes Steiermark in Anspruch genommen. Das Förderprogramm läuft für den Zeitraum von drei Jahren, womit derzeit noch ein kostendeckender Betrieb möglich ist. Nach Ablauf der Förderperiode wird das Carsharing-Projekt jedenfalls von der GmbH weiterbewirtschaftet. Ein gewinnbringender Betrieb wäre laut Aussagen von Herrn Nussbaumer durchaus möglich, wenn es 20 bis 25 Nutzer pro Fahrzeug gäbe und neben einem jährlichen Mitgliedsbeitrag von ca. € 200,- ein Nutzungstarif von € 5,- bis € 6,- pro Stunde verlangt würde. Diese Preisgestaltung würde für die Nutzer noch immer ein günstigeres Angebot bedeuten, als einen eigenen PKW zu betreiben.²⁹⁸

Derzeit beträgt der jährliche Mitgliedsbeitrag € 132,- für die „Voll-Flitzer“-Einzelkarte, € 288,- für die „Alle-Flitzer-Familienkarte (max. 3 Erwachsene) und € 1.440,- für die „Team-Flitzer“-Firmenkarte, die alle Mitarbeiter eines Unternehmens nutzen können. Der Nutzungstarif setzt sich aus € 0,199 pro gefahrenen Kilometer + € 0,90 pro Stunde Nutzungszeit zusammen. Aus Gründen der einfacheren Organisation soll dieser kombinierte Tarif in naher Zukunft auf einen reinen Zeittarif umgestellt werden.²⁹⁹

Kommunikation

Vor dem Start des Carsharing wurde jeder Haushalt in einer Postwurfsendung über das Projekt informiert und zu einer Informationsveranstaltung auf dem jeweiligen Standplatz des Carsharing-Fahrzeuges eingeladen. Diese Informationsveranstaltung hatte Event-Charakter mit Angebot an Speisen und Getränken und vor allem die Möglichkeit, die Fahrzeuge und das System kennenzulernen. In den vergangenen drei Jahren gab es regelmäßig Werbeanzeigen in den Gemeinde- und Bezirkszeitungen sowie Informationsveranstaltungen bei ver-

²⁹⁶ Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

²⁹⁷ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

²⁹⁸ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

²⁹⁹ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

schiedenen Vereinen, bspw. bei Feuerwehren, Sportvereinen, beim Alpenverein und bei Jugendorganisationen, um auch junge Leute anzusprechen. Die Tatsache, dass es keinen Nutzer im Alter unter 30 Jahren gibt, ist für den Carsharing-Betreiber unerfreulich. Die Informationskontakte bei den Vereinen blieben dahingehend leider erfolglos. Jene, die Interesse am Carsharing hätten, verfügen laut Herrn Nussbaumer leider nicht über die entsprechenden Mittel für eine Mitgliedschaft bzw. Nutzung. Deshalb wird jetzt versucht, junge Menschen über soziale Netzwerke wie bspw. Facebook zu erreichen, wo bereits seitens der Energieagentur eine sogen. „Klimaschule“ angeboten wird und ein Informationsaustausch mit jungen Leuten zu den Themen Klima, Energie und Verkehr stattfindet.³⁰⁰

Auch sind für Frühlingsbeginn wieder Aussendungen an die Haushalte über Carsharing geplant, um die Menschen in den Gemeinden erneut über das Angebot zu informieren. Herr Nussbaumer würde auch gerne mehr Informationsveranstaltungen in den Gemeinden zu diesem Thema durchführen, was jedoch aufgrund fehlender Zeitressourcen nicht möglich ist. In Gröbming gibt es jährlich eine sehr öffentlichkeitswirksame Veranstaltung, den „Tag der lautlosen Freiheit“, an dem rund um die Elektromobilität informiert wird und auch die Möglichkeit zum Testen von Elektrofahrzeugen besteht.³⁰¹

Trotz dieser erwähnten Schwierigkeiten bei der Ansprache von jungen Leuten und der begrenzten Personalressourcen in der Energieagentur ist Herr Nussbaumer sehr zuversichtlich, dass sich das Carsharing gut weiterentwickeln wird. Seiner Ansicht nach braucht diese Thematik Zeit, um in das Bewusstsein der Bevölkerung und insbesondere potenzieller Nutzer zu gelangen. Als größtes Hindernis auf dem Weg hin zu mehr nachhaltiger Mobilität sieht er die bereits jahrzehntelang eingeprägte Bequemlichkeit der Menschen. Carsharing verlangt von den Nutzern ein Umdenken, Planung und Disziplin. Die Tatsache, nicht jederzeit sofort und ein Auto griffbereit zur Verfügung zu haben ist für viele Menschen einfach noch unvorstellbar.³⁰²

6.3 „Move“ in Herzogenburg

Das Projekt

³⁰⁰ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

³⁰¹ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

³⁰² Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

Herzogenburg ist eine Kleinstadt mit ca. 8.400 Einwohnern im Bezirk St. Pölten-Land und gehört zur Region Traisental-Donauland³⁰³. Aufgrund seiner flachen Lage und guten Bahnverbindungen kann Carsharing sehr gut mit ÖV und Fahrradfahren kombiniert werden.³⁰⁴

Anfang 2013 wurde der Verein MOVE Herzogenburg gegründet und im Oktober für das Carsharing ein Elektroauto Renault Zoe gekauft. Der Standplatz befindet sich auf dem Rathausplatz Herzogenburg und wird mit Strom aus der Photovoltaikanlage am Rathausdach be- tankt. Die Reservierung erfolgt über die Onlineplattform www.carsharing247.com, die Abrechnung per Bankeinzug. Kooperationspartner des gemeinnützigen Vereins sind die Stadt- gemeinde Herzogenburg, die den Standplatz und den Strom gratis zur Verfügung stellt, die Sparkasse Herzogenburg, in deren Räumlichkeiten sich ein Schlüsseltresor für das Auto befindet, und der Verein www.fahrvergnügen.at.³⁰⁵

Seit Anfang 2015 stellt der Verein www.fahrvergnügen.at einen Citroen C Zero als zweites E- Carsharing-Auto für Herzogenburg zur Verfügung. Außerdem wurde Anfang 2015 die Sekti- on Traismauer des Vereins MOVE Herzogenburg gegründet, wobei auch hier www.fahrvergnügen.at ein E-Auto, einen Renault Zoe, bereitstellt. Alle drei Autos können nun von allen Mitgliedern des Vereins verwendet werden.³⁰⁶

MOVE ist mit der Konstitution als Verein sehr zufrieden, da mit dieser Rechtsform ein umfas- sender Carsharing-Betrieb möglich ist, solange keine bedeutenden Gewinne erwirtschaftet werden. Der Verein verfolgt keine Gewinnabsicht, sondern die gelebte Idee der Gemeinnüt- zigkeit und eines kostendeckenden Betriebes, der für die Nutzer individuelle und nachhaltige Mobilität ermöglicht.³⁰⁷ Für MOVE Herzogenburg liegt eine aktuelle Studie vor, die von einem Vereinsvorstandsmitglied erstellt wurde und in welcher Mitgliederdaten und Nutzungsverhal- ten seit der Gründung des Vereins untersucht wurden. Einige Eckdaten können daher in die- ser Arbeit umfassender als von anderen Organisationen präsentiert werden.³⁰⁸

Mitglieder und Nutzungsverhalten

Der Verein MOVE Herzogenburg (ohne Sektion Traismauer) bestand Ende 2016 aus 50 nut- zungsberechtigten Mitgliedern, die sich auf 21 Mitgliedschaften aufteilen (davon 7 Einzel-, 10

³⁰³ Vgl. Herzogenburg (2017)

³⁰⁴ Vgl. Krisa (2017), 24

³⁰⁵ Vgl. Krisa (2017), 1

³⁰⁶ Vgl. Krisa (2017), 1

³⁰⁷ Vgl. Gerstbauer, Interview am 9.3.2017

³⁰⁸ Vgl. Krisa, Interview am 9.3.2017

Familien- und 4 Firmen-Mitgliedschaften). Unter den insgesamt 50 Nutzungsberechtigten befinden sich 66 % Männer. Das Durchschnittsalter aller nutzungsberechtigter Mitglieder beträgt 45 Jahre, die Altersspanne geht bei den Frauen von 23 bis 52 Jahre, bei den Männern hingegen von 44 bis 62 Jahre.³⁰⁹

Insgesamt wurde der Renault Zoe im Befragungszeitraum (1172 Tage) für 1,05 Fahrten pro Kalendertag gebucht, der Citroen C-Zero für 0,94 Fahrten pro Tag. Im Zeitverlauf nahm die Anzahl der Buchungen insgesamt zu. Der Renault Zoe wird für längere Strecken verwendet (~42,7 km pro Buchung), der Citroen C-Zero für kürzere Distanzen (~28,5 km pro Buchung).³¹⁰

Die meisten Fahrten gingen über eine Distanz von 20 bis 25 km (307 mal), gefolgt von Strecken von 25 bis 30 km (257 mal). Insgesamt betrafen 56 % aller Fahrten Wege unter 30 km, 79% aller Fahrtstrecken waren max. 50 km lang. 50 bis 100 km weite Distanzen wurden in 15% aller Fälle zurückgelegt, in nur 6% aller Buchungen betrug die gefahrene Strecke mehr als 100 km.³¹¹

Die nachstehende Aufstellung gibt diese Daten nochmals im Überblick wieder:

Mitglieder	21 (7 Einzel-, 10 Familien-, 4 Firmenmitgliedschaften)
Nutzungsberechtigte	50 (66 % Männer, 34 % Frauen)
Alter	~45 Jahre (Frauen 23-52), (Männer 44-62)
Fahrzeuge (Fahrten pro Tag)	Renault Zoe (1,05 Fahrten pro Kalendertag) Citroen C-Zero (0,94 Fahrten pro Kalendertag)
Fahrzeuge (Streckenlänge pro Buchung)	Renault Zoe (.42,7 km pro Buchung) Citroen C-Zero (-28,5 km pro Buchung)
Fahrdistanzen	56 % Buchungen < 30 km 23 % Distanzen 30 - 50 km 15 % Distanzen 50 - 100 km 6 % Distanzen > 100 km

Abbildung 12.: Statistische Daten Move Herzogenburg³¹²

An erster Stelle stehen Freizeit-Fahrten (Ausflüge u.a.) mit insgesamt 48%. Der Fahrtzweck „Kinder führen“ (von und zu Betreuungseinrichtungen und Schulen, Kursen oder Veranstaltungen) wurde in insgesamt 20% aller Fälle angegeben. 12% der Buchungen betrafen Einkaufsfahrten, 9% „Sonstiges“ (Testfahrt, Feier, Familientreffen, Besuch, Weiterbildung, Kran-

³⁰⁹ Vgl. Krisa (2017), 3f

³¹⁰ Vgl. Krisa (2017), 6f

³¹¹ Vgl. Krisa (2017), 8ff

³¹² Tabelle wurde vom Autor erstellt

kenhaus, Arzt, Reifenwechsel,...), 5% Fahrten zur Arbeit und je 3% Dienstfahrten sowie Fahrten für Vereine etc.³¹³ Bemerkenswert ist, dass fast 80% der mit dem Renault Zoe gefahrenen Wege von Mitgliedern aus Haushalten ohne eigenes Auto gefahren wurden, beim Citroen C-Zero liegt der Anteil mit 86% sogar noch höher.³¹⁴ Die folgende Grafik fasst die verschiedenen Nutzungszwecke überblicksmäßig zusammen:

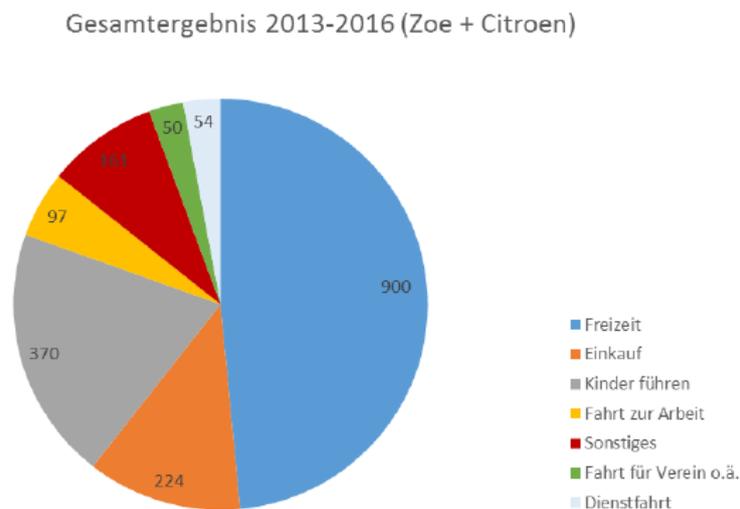


Abbildung 13: Zweck der Fahrt³¹⁵

Finanzierung

Das erste Auto, ein Renault Zoe wurde durch einen genossenschaftlichen Vermögenspool finanziert. Interessenten können sich dadurch aktiv beteiligen und das Projekt ohne Zwischenschaltung von Banken finanzieren. Einlagen können einbezahlt und wieder entnommen werden. Anstelle von Zinszahlungen gibt es eine Wertanpassung nach dem Verbraucherpreisindex. Da das Auto im Gegensatz zu einem Grundstück stetig an Wert verliert, wird dieser Wertverlust durch eine Miete ausgeglichen, die der Verein jährlich in den Vermögenspool einbezahlt. Diese „Miete“ wird durch Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen und Nutzungsgebühren finanziert. Das Auto bleibt im Besitz eines Treuhänders, der ein Konto führt und eine Liquiditätsreserve von mindestens 10% des Gesamtvolumens des Vermögenspools verwaltet. Für Anleger stellt diese Form der Finanzierung eine Möglichkeit dar, ein sinnvolles Projekt zu unterstützen und zu wissen, was mit ihrem Geld geschieht.³¹⁶

³¹³ Vgl. Krisa (2017), 11

³¹⁴ Vgl. Krisa (2017), 13

³¹⁵ Abb. entnommen aus: Krisa (2017), 11

³¹⁶ Vgl. Krisa (2017), 22

Der jährliche Mitgliedsbeitrag beträgt € 100,- für Einzel- und € 150,- für Familienmitgliedschaften. Die Benützungsgebühr beläuft sich auf € 0,22 pro km + € 1,- pro Stunde. Damit können die Ausgaben des Vereins (Werterhaltung/Miete, Versicherung, Akku-Miete, diverse andere Ausgaben) durch die Einnahmen gedeckt werden.³¹⁷ Anfangs wurde ein alleiniger Kilometer-Tarif angeboten, aber sehr bald auf den gegenwärtigen kombinierten Tarif umgestellt, da das Fahrzeug sehr oft durch die langen Nutzungszeiten blockiert war.³¹⁸ Zusätzlich wurde der Projektstart vom Klima- und Energiefond im Rahmen des „klima:aktiv Förderprogramms“ und durch Spenden der Gemeinde, einer Bank und eines Autohauses gefördert.³¹⁹

Für das zweite Auto, ein Citroen C-Zero, welches in Kooperation mit dem Verein www.fahrvergnügen.at betrieben wird, zahlt MOVE eine monatliche Miete von € 50,-, also € 600,- im Jahr. Alle laufenden Kosten werden vom Verein MOVE getragen (betrifft Versicherung, Reparaturen, Gebühren für Reservierungsplattform,...).³²⁰ Dieses Kooperationsmodell wurde gewählt, weil die Finanzierung über einen Vermögenspool noch zu wenig Vertrauen bei potenziellen Unterstützern genießt.³²¹

Kommunikation

Zu Beginn wurde das Projekt im Rahmen des Stadtfestes Herzogenburg vorgestellt. Bei dieser Veranstaltung konnte das Carsharing-System samt Fahrzeug und Standplatz publikumswirksam vermittelt werden. Im Herbst 2013 wurde MOVE in einer großen Informationsveranstaltung präsentiert. Zudem gab es in den letzten Jahren immer wieder Berichte über das Carsharing, die in den Niederösterreichischen Nachrichten erschienen. Dieses Kommunikationsinstrument ist in der Außenwirkung ähnlich effektiv wie Werbeanzeigen, aber wesentlich ressourcenschonender, da gratis.³²²

Auch bei der jeweils im Herbst stattfindenden Wirtschaftsmesse in Herzogenburg wurde MOVE vorgestellt und zur Probefahrt mit den Carsharing-Fahrzeugen eingeladen. Laut einhelliger Meinung des Vereinsvorstandes ist das effektivste und effizienteste Kommunikationsmittel das Fahrzeug selbst sowie der sehr attraktive Standort am Rathausplatz. Diese

³¹⁷ Vgl. Krisa (2017), 22

³¹⁸ Vgl. Egger, Interview am 9.3.2017

³¹⁹ Vgl. Krisa (2017), 22

³²⁰ Vgl. Krisa (2017), 22

³²¹ Vgl. Krisa (2017), 25

³²² Vgl. Koppensteiner, Interview am 9.3.2017

beiden Faktoren spielen die Hauptrolle, ziehen Menschen an und machen sie neugierig auf Carsharing und Elektromobilität insgesamt.³²³

Der Verein ist mit der Auslastung der Fahrzeuge zufrieden, deshalb gibt es auch keine laufende aktive Bewerbung, um viele neue Mitglieder anzuwerben. Einerseits sind die Kapazitäten der Fahrzeuge begrenzt, d.h. das Fahrzeug kann maximal von 20 bis 25 Nutzern beansprucht werden. Andererseits ist die Auslastung nach gefahrenen Kilometern und konsumierter Zeit entscheidend. „Wenn diese Auslastung passt, ist es egal, ob zwei oder 20 Leute die Autos nutzen“.³²⁴ Auch die Bevölkerungsdichte und Einwohnerzahl spielt laut Vorstandsmitglieder von MOVE keine entscheidende Rolle, da sowieso maximal 20 bis 25 Personen das Auto teilen können. Ein gutes Beispiel, das diese Theorie stützt ist der „Gaubitscher Stromgleiter“³²⁵, denn in der Kleingemeinde Gaubitsch wohnen lediglich 400 Menschen im nahen Umfeld des Carsharing-Standortes.³²⁶

Der Vereinsvorstand von MOVE ist mit der Entwicklung ihres Carsharing-Projektes zufrieden und auch die Nutzer sind mit dem Mobilitätsangebot zufrieden. Als wesentlicher Faktor für den Aufbau und Betrieb eines Carsharing-Systems werden engagierte, freiwillige Mitarbeiter genannt, die ideell und mit Tatkraft hinter dem Projekt stehen. Als Zukunftsperspektive wird die Erweiterung des Carsharing um einen sogen. „Fahrdienst“ angedacht, der in der Gemeinde Eichgraben schon funktioniert.³²⁷ Ziel dieses Angebots ist die Beförderung von Personen, die über kein eigenes Kraftfahrzeug verfügen oder dieses nicht benützen wollen oder in ihrer Mobilität eingeschränkt sind.³²⁸

An dieser Stelle sei angemerkt, dass die Einstellung des Vereinsvorstandes von MOVE zu den Kernthemen Mitgliederanzahl und Auslastung der Fahrzeuge eine völlig konträre ist zu den anderen befragten bzw. untersuchten Carsharing-Organisationen. MOVE ist als einziger analysierter Betreiber mit der Mitgliederanzahl und mit der Auslastung zufrieden und entspricht mit dieser Haltung der in der Literatur empfohlenen Zielsetzung für Carsharing in ländlichen Regionen. Dabei sollte der Fokus weniger auf Profitorientierung, sondern mehr auf Vertrauensbildung und Verantwortungsgefühl der Mitwirkenden sowie auf Kostendeckung gerichtet werden.³²⁹

³²³ Vgl. Koppensteiner, Interview am 9.3.2017

³²⁴ Vgl. Gerstbauer, Interview am 9.3.2017

³²⁵ Vgl. Gaubitscher Stromgleiter (2017)

³²⁶ Vgl. Krisa, Interview am 9.3.2017

³²⁷ Vgl. Nutz, Interview am 9.3.2017

³²⁸ Vgl. Eichgraben Mobil (2017)

³²⁹ Autor (2017)

6.4 „MühlFerdl“ im Mühlviertel

Das Projekt

„MühlFerdl“ E-Carsharing wird vom Verein Energiebezirk Freistadt (EBF) getragen, den es seit 2005 gibt. Bei der Vermarktung der Dienstleistung gibt es eine Kooperation zwischen den drei Einrichtungen Energie-Bezirk Freistadt, Energiegenossenschaft Donau-Böhmerwald und dem Verein U.WE Mobil. Der EBF ist ein Gemeindeverein, in dem 24 der insgesamt 27 Gemeinden des politischen Bezirkes Freistadt vertreten sind und entsprechende Mitgliedsbeiträge leisten, um gemeinsame Projekte finanzieren zu können. Herr Miesenberger ist Geschäftsführer des EBF sowie Initiator und Verantwortlicher des Projekts MühlFerdl.³³⁰

Der EBF ist ein gemeinnütziger Verein mit Wirtschaftsbetrieb, in dem einerseits gemeinnützige Aktivitäten wie Lehrveranstaltungen, Vorträge etc. angeboten werden, andererseits aber auch kommerzielle Leistungen wie Energiekonzepte erstellt werden. Für den Betrieb des MühlFerdl verfügt der EBF über eine Gewerbeberechtigung zur Vermietung von Autos ohne Lenker und stellt dazu insgesamt zehn eigene Carsharing-Elektrofahrzeuge der Marke Renault Zoe zur Verfügung. MühlFerdl ist ein sehr junges Projekt und wurde erst im Jahr 2016 ins Leben gerufen. Zwischen Oktober und Dezember 2016 wurden nach einjähriger Konzeptentwicklung zehn Elektroautos angeschafft und in Betrieb genommen. Für jedes Auto gibt es vor Ort einen namentlich erwähnten „Kümmerer“, der sich um die täglichen Belange kümmert, d.h. bspw. den Innenraum heraussaugt oder das Auto waschen lässt. Als kleines Dankeschön bekommt dieser freiwillige Helfer ein zusätzliches Paket an Freistunden.³³¹

Diese zehn als MühlFerdl bezeichneten Elektroautos gehören dem EBF und stehen in zehn Gemeinden, fünf davon im Bezirk Freistadt in den Orten Freistadt, Kefermarkt, Königswiesen, Lasberg und Neumarkt im Mühlkreis; eines im Bezirk Perg in der Gemeinde Sankt Georgen am Walde und vier im Bezirk Urfahr-Umgebung in den Gemeinden Alberndorf, Altenberg, Gallneukirchen und Steyregg. Überdies werden im Projekt MühlFerdl noch fünf weitere, kooperative Standorte angeboten, und zwar zwei im Bezirk Rohrbach in den Gemeinden Aigen-Schlägl und Sarleinsbach sowie drei Standorte von U.WE Mobil in den Gemeinden Gramastetten, Lichtenberg und Ottensheim.³³²

³³⁰ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³³¹ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³³² Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

Ein Anspruch von MühlFerdL war und ist, ein flächendeckendes Carsharing-Angebot über die Energie-Modellregionen hinweg für das gesamte Mühlviertel zu organisieren. Deshalb werden zwei Standorte in der Energie-Modellregion Donau-Böhmerwald und drei Standorte in Urfahr-West bzw. eine Station im Bezirk Perg angeboten. Aus diesem Grund ist auch U.WE Mobil mit drei Autos seines Angebots in das Konzept MühlFerdL eingebunden. Für beide Anbieter gelten mittlerweile die gleichen Nutzungsbedingungen. U.WE Mobil weist zurzeit noch eigene Mitgliedsbeiträge und Nutzungstarife auf, mittelfristig sollen diese aber zusammengeführt werden. Wenn im Bezirk Urfahr-West künftig neue Standorte hinzukommen, werden diese via MühlFerdL vermarktet und gilt deren Tarifmodell. Für neue Mitglieder bei U.WE Mobil bleibt weiterhin das Gebührensystem von U.WE Mobil aufrecht. Es gibt jedoch die beiderseitige Absicht, in naher Zukunft sämtliche Aktivitäten einheitlich unter der Marke MühlFerdL anzubieten.³³³

Da der politische Bezirk Perg keine eigene Energie-Modellregion ist, gibt es dort grundsätzlich auch kein Carsharing-Angebot von MühlFerdL. Generell können sich aber Gemeinden, die Carsharing in ihrem Ort umsetzen möchten, beim EBF melden, um ein gemeinsames Konzept zu entwickeln. Voraussetzung ist, dass die Gemeinde aktiv dabei ist, einen Stellplatz zur Verfügung stellt, eine Ladestation errichten lässt und dass mind. fünf Nutzer „(...) im Boot (...)“³³⁴ sind. Der EBF wollte mit MühlFerdL zeitnah ein gutes quantitatives Angebot bereitstellen. Jetzt geht es vorwiegend darum, die Qualität der Dienstleistung zu verbessern und weitere Nutzer zu gewinnen.³³⁵

Mitglieder und Nutzungsverhalten

Für die zehn eigenen MühlFerdL-Standorte gibt es insgesamt etwa 100 Nutzer, also ca. zehn pro Standort. Ziel des EBF ist es, bis Mitte 2017 eine Mitgliederzahl von 150 zu erreichen, letztendlich sollten es pro Fahrzeug 15 bis 20 Nutzer sein. Es kommen kontinuierlich neue Nutzer hinzu, wobei es aber auch Standorte mit nur vier bis fünf Nutzer gibt. Bei Standorten, die in absehbarer Zeit nicht mind. zehn Mitglieder erreichen, wird überlegt, das Fahrzeug von dort abzuziehen und stattdessen an einen neuen Standort mit größerem Interesse zu platzieren.³³⁶

³³³ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³³⁴ Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³³⁵ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³³⁶ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

Die Mitgliederstruktur ist nicht homogen und umfasst junge Leute genauso wie Personen, die selbst nicht mehr fahren können und sich von Freunden chauffieren lassen. Die jeweiligen Gemeinden sowie Unternehmen und öffentliche Einrichtungen sind ebenfalls Mitglieder beim MühlFerdl. Es zeigt sich jedoch schon, dass die Gruppe der jungen Menschen im Alter von ca. 20 Jahren sehr schwach vertreten ist. Es gibt auch beim MühlFerdl Mitglieder, die kein eigenes Auto besitzen sowie solche, die kein eigenes Fahrzeug gekauft hätten, wenn sie früher vom Carsharing erfahren hätten. Auch gibt es Eltern, die überlegen, für ihre jungen Führerscheinbesitzer in der Familie kein weiteres Fahrzeug zu beschaffen, sondern eine Mitgliedschaft im MühlFerdl mitfinanzieren zu wollen. Über das konkrete Nutzerverhalten der einzelnen Mitglieder können zu diesem Zeitpunkt noch keine Angaben gemacht werden, da das Projekt erst ein halbes Jahr läuft.³³⁷

Finanzierung

Die zehn Elektroautos von MühlFerdl wurden über den Verein EBF finanziert und angekauft. Auch sämtliche Ladestationen wurden vom EBF errichtet und finanziert. Neben der Inanspruchnahme diverser Förderungen trägt auch hier das Sponsoring in Form von Werbefolien auf den Fahrzeugen stark zur Finanzierung bei. Die Sponsoring-Verträge laufen vier Jahre, d.h. diese Finanzierungsschiene ist für diesen Zeitraum gesichert. Bestenfalls können pro Auto und Jahr € 3.000,- aus Sponsoring-Einnahmen lukriert werden. Das Carsharing MühlFerdl ist so konzipiert, dass es kostendeckend betrieben werden kann. Sämtliche Fahrzeuge sind, unter Berücksichtigung eines Selbstbehaltes, vollkaskoversichert. Pro Fahrzeug ist mit einer jährlichen Versicherungsprämie von ca. € 1.200,- zu rechnen. Für die Anmietung der Fahrzeugbatterie sind zusätzlich ca. € 1.000,- pro Jahr und Auto zu berücksichtigen. Neben den genannten Kostenfaktoren spielt auch noch der Personalaufwand für die Administration sowie für die Informationstätigkeiten vor Ort eine große Rolle.³³⁸ Auf die Bedeutung des Personalaufwands als wesentlicher Kostenfaktor wurde bereits in der Literatur hingewiesen.

Das Tarifmodell von MühlFerdl E-Carsharing ist einfach gestaltet und sieht einen Mitgliedsbeitrag von € 360,- pro Jahr vor. Dieser Pauschalbetrag inkludiert 52 Stunden Gratisnutzung für jedes Mitglied. Für jede weitere gefahrene Stunde werden € 3,90 in Rechnung gestellt, unabhängig von den zurückgelegten Kilometern. Gebucht und abgerechnet wird beim MühlFerdl über das Buchungssystem Ibiola (www.ibiola.com).³³⁹ Es funktioniert gut, verlangt aber

³³⁷ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³³⁸ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³³⁹ Vgl. MühlFerdl (2017a)

von den Anwendern einen intensiven Lernprozess. Nachteilig an Ibiola, gegenüber anderen Systemen, ist der hohe Preis von ca. € 1.000,- pro Jahr und Auto.³⁴⁰

Kommunikation

Bei der Planung von MühlFerdL wurden österreichweit verschiedene Carsharing-Konzepte analysiert. Auch im benachbarten Bayern wurde das dortige Carsharing-Angebot von „E-Wald“³⁴¹ begutachtet und die Namensgebung des MühlFerdL wurde durch den bayrischen E-Wald inspiriert.³⁴²

Vor dem Start des Carsharing-Programms wurden sämtliche teilnehmende Gemeinden, Bürgermeister und Umweltausschüsse schriftlich über das Projekt informiert. Im Rahmen des EBF gibt es sogen. Klimaschulen, die bereits seit Jahren betrieben werden. Auch dort wurde das Thema Elektromobilität und insbesondere der MühlFerdL thematisiert. Bei der jährlich stattfindenden Generalversammlung des EBF wird das Carsharing-Projekt ebenfalls vermittelt. Beim Start des Carsharing wurden die jeweiligen Standorte mit ihren Elektrofahrzeugen öffentlichkeitswirksam übergeben und in allen Gemeindezeitungen veröffentlicht. In allen zehn Carsharing-Gemeinden des EBF sind Nutzerstammtische mit Gemeindevertreter geplant, um die ersten Erfahrungen auszutauschen und um Mängel zu beheben und um das Projekt zu verbessern.³⁴³

Die Stammtische, die mittlerweile schon in fünf Gemeinden abgehalten wurden, dienen auch zum gegenseitigen Kennenlernen und zum gemeinsamen Brainstorming, wie und welche potenziellen Nutzer noch angesprochen werden könnten. Die bereits bestehenden Nutzer werden ermutigt, ein kurzes Statement zum MühlFerdL abzugeben, welches dann in den Gemeindezeitungen publiziert wird. Für Juni d.J. sind dann die nächsten Nutzerstammtische geplant. Interessenten am Carsharing haben die Möglichkeit, das Auto auszuprobieren „(...) und eine Runde zu fahren“³⁴⁴. Am 12. Mai 2017 wird in Freistadt ein MühlFerdL-Treffen für das gesamte Mühlviertel stattfinden, wo alle 15 MühlFerdL-Autos, auch unter Beisein des ORF, zusammenkommen werden.³⁴⁵

³⁴⁰ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³⁴¹ Vgl. E-Wald (2017)

³⁴² Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³⁴³ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³⁴⁴ Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³⁴⁵ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

Als weiteres Kommunikationsinstrument wurden und werden Flyer mit der Aufschrift „Sei dabei... Weißt du, dass in deiner Nähe ein Elektro-Auto parkt? Auch du kannst es nutzen!“ eingesetzt, die an alle Haushalte im Umkreis von 300 bis 500 m vom Carsharing-Standort verteilt werden, um Interessenten anzusprechen. In den Regionalzeitungen wie bspw. „Tipps“ und „Rundschau“ wurden Inserate in Auftrag gegeben. Auch das Medium Radio wird genutzt und so wurden via „Freies Radio Freistadt“ schon Sendungen über Energiethemen und auch Nutzer-Interviews zu eigenen Erfahrungen mit dem Carsharing übertragen. Soziale Netzwerke im Internet wurden ebenfalls als Medium herangezogen und auf Facebook themenbezogene Gruppen eingerichtet. Daraus wurde jedoch noch kein einziger Nutzer generiert. In den Carsharing-Gemeinden werden die örtlichen Mitglieder mit kleinen Benefits, wie bspw. Getränken dazu motiviert, potenzielle Nutzer persönlich anzusprechen und sie zu einer Testfahrt einzuladen, um das Carsharing schmackhaft zu machen.³⁴⁶

Die entscheidende Bedeutung des Standplatzes mit seiner Außenwirkung und Attraktivität für Passanten, die in der Literatur immer wieder hervorgehoben wird, wurde bei diesem Projekt berücksichtigt. Alle Carsharing-Stationen befinden sich entweder direkt beim jeweiligen Gemeindeamt bzw. in sehr zentraler Lage nahe frequentierten Geschäftsbereichen und jedenfalls im dicht besiedelten Umfeld.³⁴⁷ All diese Maßnahmen wurden seit Beginn des Carsharing-Projekts MühlFerdL sukzessive umgesetzt und werden weiterhin bis zur Erreichung der gewünschten Auslastung betrieben.³⁴⁸

Das zurückliegende Kapitel gab einen Überblick über vier ausgewählte Carsharing-Betreiber, deren Gemeinsamkeit insbesondere darin liegt, dass sie ihre Dienstleistung in ländlichen Gebieten anbieten. Die Herausforderungen, denen sie sich dabei stellen müssen, sind vielfach ähnlich – auch die Lösungsansätze für die Behebung von Schwierigkeiten und Hemmnissen. Teilweise gibt es jedoch doch grundsätzliche Unterschiede, bspw. bei der Rechtsform. Nachstehend werden in einer tabellarischen Zusammenfassung noch einmal die wichtigsten Merkmale der vier Organisationen dargestellt.

³⁴⁶ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

³⁴⁷ Vgl. MühlFerdL (2017b)

³⁴⁸ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

	E(F) Mobil Eferding	E-Flitzer Liezen	Move Herzogenburg	MühlFerdl Mühlviertel
Betreiber	Energiegenossenschaft Region Eferding	Energie Agentur Steiermark Nord	Verein Move Herzogenburg	Verein Energiebezirk Freistadt
Beginn	Frühling 2015	Frühling 2014	Anfang 2014	Oktober 2016
Rechtsform	Genossenschaft	GmbH	Verein	Verein
Mitgliederanzahl	~40	~50	~50	~100
Anzahl Fahrzeuge	4 Renault Zoe	3 Renault Zoe	2 Renault Zoe 1 Citroen C Zero	10 Renault Zoe + 5 Renault Zoe in Kooperationen
Beitrag jährlich (Einzelmitglied)	€ 120,-	€ 132,-	€ 100,-	€ 360,- (inkl. 52 Gratisstunden)
Nutzungstarif	€ 3,90 pro Stunde	€ 0,90 pro Stunde € 0,199 pro km	€ 1,- pro Stunde € 0,22 pro km	€ 3,90 pro Stunde
Buchungssystem	Carusocarsharing.com	Carusocarsharing.com	Carsharing247.com	lbiola.com

Abbildung 14: Übersicht Carsharing-Organisationen³⁴⁹

Das folgende Kapitel dient der genauen Analyse des Hauptobjektes dieser Arbeit, dem Car-sharing-Anbieter U.WE Mobil.

³⁴⁹ Tabelle wurde vom Autor erstellt

7 E-Carsharing U.WE Mobil

Der Vereinsname U.WE Mobil trägt die Abkürzung U.WE in sich, die für Urfahr-West steht und gleichzeitig der Region nordwestlich der Landeshauptstadt Linz ihren Namen gibt. Der Verein U.WE Mobil wurde 2015 zur Organisation eines Carsharing-Betriebes gegründet und entstammt einer Idee zur Umsetzung von Arbeitspaketen in der Klima- und Energie-Modellregion (KEM) Urfahr-West (U.WE) zum Thema „Neue Mobilität“. Motivation für diese Initiative waren beispielgebende Projekte in anderen Modellregionen Österreichs sowie die Absicht, durch nachhaltige Mobilität zur Bewusstseinsbildung bei der Bevölkerung in der Region beizutragen. Zur Organisation in Form eines Vereines gab es keine Alternative, da schon der Verein U.WE für Regionalentwicklung in Urfahr-West bestand, den sich U.WE Mobil verpflichtet fühlt, dieser aber das Carsharing nicht selbst machen wollte.³⁵⁰ Bevor der Verein und seine Aktivitäten näher präsentiert werden, folgt eine kurze Vorstellung der Region.

7.1 Urfahr-Umgebung und die Region U.WE

Der Bezirk erhielt seine Gestalt in der heute bekannten Form im Jahr 1919 und ist geografisch betrachtet die Mitte des Mühlviertels. Mit dem EU-Beitritt Tschechiens rückte der Bezirk von seiner Grenzlage in die Mitte Europas, was neben Belastungen, wie bspw. im Bereich Verkehr vor allem große Chancen mit sich brachte. Von den Bewohnern wird diese neue geografische Position positiv gesehen. Zum Potenzial von Urfahr-Umgebung gehören „(...) seine wunderbare Landschaft, die hübschen gepflegten Orte sowie die Freundlichkeit, der Ideenreichtum und der Unternehmergeist seiner Bevölkerung“.³⁵¹

7.1.1 Zahlen, Daten, Fakten

Die für diese Arbeit relevante Region U.WE befindet sich im Bezirk Urfahr-Umgebung, der sich nördlich der Landeshauptstadt Linz bis an die Landesgrenze zu Tschechien erstreckt. Der Bezirk verfügt über eine Größe von 649,3 km² und umfasst insgesamt 27 Gemeinden. Mit Stand 31.12.2015 lebten insgesamt 83.366 Einwohner in dieser Region.³⁵² Die folgende

³⁵⁰ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁵¹ Vgl. Land Oberösterreich (2017a)

³⁵² Vgl. Land Oberösterreich (2017b)

Grafik zeigt die Landkarte des Bezirkes Urfahr-Umgebung mit seinen Gemeinden und im Süden als grau markierte Fläche die Landeshauptstadt Linz.



Abbildung 15: Landkarte des Bezirkes Urfahr-Umgebung³⁵³

Die demografische Entwicklung in Österreich drückt sich grundsätzlich in einem Anstieg älterer Menschen und einer Abnahme junger Menschen aus. Gerade im Alter zwischen 40 und 60 Jahren gibt es einen starken Anstieg der Bevölkerung. Die drei dafür maßgebenden Tendenzen sind steigende Lebenserwartung, niedrige Fertilität und zunehmende Migration. Diese Punkte sind auch im Bezirk Urfahr-Umgebung die Hauptgründe für die demografische Entwicklung.³⁵⁴

Der Bezirk verfügt über stark frequentierte Verkehrsverbindungen von und nach Linz mit bedeutendem Pendler- und Ausflugsverkehr. Zum gut ausgebauten Straßennetz gehört die Autobahn- und Bundesstraßenverbindung von Linz nach Freistadt und weiter nach Prag.³⁵⁵ Seit Ende 2015 steht auch mit der „S10 Mühlviertler Schnellstraße“ eine belastbare Straßenverbindung zwischen dem Raum Freistadt und dem Linzer Zentralraum zur Verfügung.³⁵⁶ Von Linz nach Bad Leonfelden führt eine gut ausgebaute Bundesstraße durch den Haselgraben. Entlang der Donauachse bestehen Bundesstraßen sowohl nach Osten in Richtung

³⁵³ Abb. entnommen aus: Landjugend Urfahr-Umgebung (2017)

³⁵⁴ Vgl. Statistik Austria (2017a)

³⁵⁵ Vgl. Land Oberösterreich (2017a)

³⁵⁶ Vgl. BMVIT (2017)

Perg als auch nach Westen in Richtung Passau und Rohrbach. Mit der Mühlkreisbahn gibt es eine schnellbahnartige Verbindung zwischen Linz und Rottenegg, die in den Stoßzeiten von großer Bedeutung ist. Schon lange wird über eine Verlängerung zum Linzer Hauptbahnhof diskutiert. Ob dies für geschätzte 200 Personen, die diese Bahn täglich bis zum Hauptbahnhof nutzen würden, sinnvoll erscheint, darf zumindest in Frage gestellt werden.³⁵⁷ Der Bezirk Urfahr-Umgebung ist von der Verschärfung der Verkehrssituation in Linz, gerade in den Stoßzeiten stark betroffen.³⁵⁸

Die Region „U.WE“

Die in dieser Arbeit im Mittelpunkt stehende Region Urfahr-West, auch „U.WE“ genannt umfasst folgende neun Gemeinden: Eidenberg, Gramastetten, Lichtenberg, Goldwörth, Puchenau, Ottensheim, Walding, Feldkirchen und St. Gotthard. Diese neun Gemeinden breiten sich auf einer Fläche von ca. 185 km² aus und bieten Lebensraum für etwa 30.000 Menschen.³⁵⁹ Auf den folgenden Landkarten ist links Oberösterreich und rechts die Region U.WE dargestellt. Aufgrund seiner markanten Form wirbt dieser Teilbezirk auch gerne mit dem Symbol eines sitzenden Hasen.

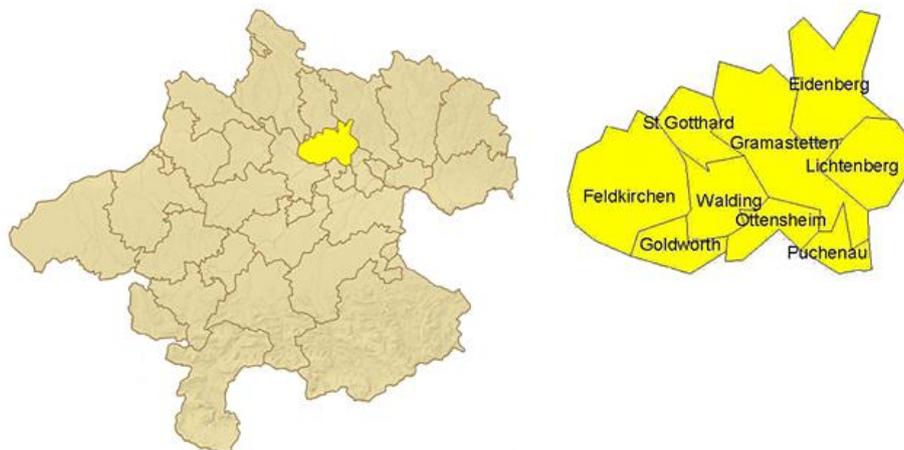


Abbildung 16: Landkarte der Region U.WE³⁶⁰

Die Region Urfahr-West engagiert sich als „Träger, Förderer und Initiator“ von Projekten in den Bereichen Regionalentwicklung, Wirtschaft sowie Klima & Energie, um künftige Entwicklungen mitgestalten zu können. Neben anderen Projekten im Themenfeld Klima & Energie

³⁵⁷ Vgl. Nachrichten (2017)

³⁵⁸ Vgl. Land Oberösterreich (2017b)

³⁵⁹ Vgl. Land Oberösterreich (2017c)

³⁶⁰ Abb. entnommen aus: Land OÖ (2017c)

werden die für diese Arbeit relevanten Carsharing-Projekte U.WE Mobil sowie MühlFerdl verfolgt.³⁶¹

Neben den erwähnten statistischen Werten des Bezirkes Urfahr-Umgebung sowie der Region Urfahr-West ist für diese Arbeit das Mobilitätsverhalten im Bezirk von besonderem Interesse.

7.1.2 Mobilitätsverhalten im Bezirk Urfahr-Umgebung

Im Zuge einer oberösterreichweiten Verkehrserhebung im Jahr 2012 wurde auch im Bezirk Urfahr-Umgebung das Mobilitätsverhalten der dortigen Bevölkerung erhoben. Als aussagekräftigster Aspekt dieser Erhebung konnte eine Zunahme der motorisierten Mobilität im Vergleich zur Verkehrserhebung 2001 festgestellt werden. Die pro Werktag zurückgelegten Wege sind pro mobiler Person seit 2001 von 3,0 auf 3,3 Wege pro Tag angestiegen. Wie anfangs erwähnt haben die Wege im motorisierten Individualverkehr (MIV) um 28,2 % zugenommen, aber auch die Fußwege um 14,5 %. Abgenommen hingegen haben Wege im Öffentlichen Verkehr um 5,1 % und jene mit dem Fahrrad um 1,5 %.³⁶²

Bei den zurückgelegten Wegen nach Fahrtzweck haben die Erledigungswege in der Freizeit um 62 % und die Arbeitswege um 13 % stark zugenommen. Die Schul- und Ausbildungswege (um 8 %) hingegen sowie die Einkaufswege (3 %) haben abgenommen. Werden die Wege geografisch betrachtet, so wurden im Bezirk täglich rund 233.400 Wege zurückgelegt. Davon entfallen ca. 104.100 auf Binnenwege innerhalb des Bezirkes, rund 64.100 Wege führen von außerhalb in den Bezirk hinein und ca. 65.200 Wege aus dem Bezirk hinaus. Auch hier zeigt sich die Zunahme des MIV, denn dieser ist bei den Binnenwegen seit 2001 um fast 40 % gestiegen, der ÖV hingegen hat um fast 28 % abgenommen. Bei den Zielwegen in den Bezirk zeigt sich ein etwas anderes Bild. Hier hat der MIV um ca. 34 % und der ÖV um rund 20 % zugenommen.³⁶³

Aufgrund des anhaltenden Bevölkerungswachstums im Bezirk ist auch von einer Zunahme des Pendlerverkehrs auszugehen. Für die damit einhergehenden Schwierigkeiten sollten

³⁶¹ Vgl. Region U.WE (2017)

³⁶² Vgl. Pfeiffer (2014), 3f

³⁶³ Vgl. Pfeiffer (2014), 5f

gemeinsame Verkehrslösungen mit den Nachbarbezirken und mit der Landeshauptstadt Linz gesucht werden.³⁶⁴

Die starke Zunahme des motorisierten Individualverkehrs innerhalb des Bezirks bzw. in den Bezirk hinein zeigt, wie wichtig es ist, dass umweltfreundliche und ressourcenschonende Alternativen für diesen Mobilitätsbereich angeboten werden. Das Carsharing von U.WE Mobil kann mit seinen Dienstleistungen ein solches Angebot stellen. Folgend wird für den Bezirk Urfahr-Umgebung ein Ausblick in die Zukunft gewagt.

7.1.3 Ausblick

Der angeführte Anstieg der Bevölkerung im Bezirk Urfahr-Umgebung ist ein wesentlicher Faktor, der die Region in Zukunft prägen, aber auch herausfordern wird. Der Großteil der Arbeitsplätze für die heimische Bevölkerung wird im Zentralraum angeboten und bringt den Betroffenen Wohlstand. Gleichzeitig findet aber auch ein Kaufkraftabfluss aus dem Bezirk statt, dem die Wirtschaft bewusst mit den Stärken der Regionalität begegnen will. Mit der Initiative „Das GUUte liegt so nah“ soll der Abfluss von wirtschaftlicher Wertschöpfung aus dem Bezirk bekämpft werden.³⁶⁵

Im Bereich zukunftsfähiger Fortbewegung werden in Urfahr-Umgebung bereits einige Projekte betrieben, die nachhaltige Mobilität in Form von E-Carsharing anbieten. Neben dem Verein U.WE Mobil mit seinem Angebot gibt es auch in der Gemeinde Walding³⁶⁶ ein Carsharing-Projekt mit einem Elektroauto und darüber hinaus die bezirksübergreifende Initiative von MühlFerdl. Nähere Informationen dazu sind im Kapitel 6.4 zu finden. Die zwischen MühlFerdl und U.WE Mobil bereits existierende lose Kooperation soll in Zukunft noch vertieft werden, indem das Angebot von U.WE Mobil ganz auf das Carsharing-System von MühlFerdl umgestellt und dort integriert werden soll.³⁶⁷

Im gegenwärtigen Teilabschnitt wurde der Bezirk Urfahr-Umgebung sowie die Region Urfahr-West vorgestellt. Im nächsten Unterkapitel wird der Dienstleistungsumfang des Carsharing-Anbieters U.WE Mobil präsentiert.

³⁶⁴ Vgl. Land Oberösterreich (2017a)

³⁶⁵ Vgl. Land Oberösterreich (2017a)

³⁶⁶ Vgl. Neussl (2017)

³⁶⁷ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

7.2 Leistungsangebot von U.WE Mobil

U.WE Mobil bietet in vier Gemeinden der Region Urfahr-West die gemeinsame Nutzung von Elektroautos an. Im Dezember 2015 wurde in Ottensheim gestartet, Ende Jänner 2016 in Gramastetten, im Juni 2016 kamen Eidenberg und Anfang Oktober 2016 Lichtenberg dazu.

Seit Anfang 2017 gibt es für Interessierte am Carsharing die Möglichkeit, das Angebot in den vier Standortgemeinden kostenlos zu testen. Interessierte Personen können sich dazu bei einem der vier Gemeindeämter für eine Testfahrt anmelden, worauf im Carsharing-Buchungssystem ein bis zwei Stunden für die Testfahrt reserviert werden. Nach Vorlage der Lenkerberechtigung kann der Anwärter nach einer kurzen Einschulung (wenn erwünscht und notwendig) das Elektroauto in Betrieb nehmen.³⁶⁸ Der Verfasser dieser Masterarbeit hat dieses Angebot bei allen vier Stationen in Anspruch genommen und damit die Dienstleistung vor Ort einem Praxistest unterzogen. Die Ergebnisse dazu sind bei den Ausführungen der jeweiligen Standortgemeinde kurz beschrieben.

7.2.1 Standortgemeinden

Ottensheim

Die erste Gemeinde, in der U.WE Mobil mit einem Elektroauto das Carsharing-Projekt startete, war Ottensheim.³⁶⁹ Ottensheim liegt am südlichen Ende des Bezirkes Urfahr-Umgebung an der Donau und hatte im März 2016 insgesamt 5.131 Bewohner.³⁷⁰ Seit Dezember steht dort ein Elektroauto für Carsharing zur Verfügung. Der Standplatz befindet sich seit Kurzem in der Bahnhofstraße nahe der Landesmusikschule. Er liegt somit zentral in dicht verbautem Wohngebiet und ist für viele Ottensheimer gut und rasch erreichbar. Bis vor wenigen Wochen stand das Fahrzeug am Marktplatz, wo das Platzangebot sehr beengt war und deshalb ein neuer Standort ausgewählt wurde. U.WE Mobil würde sich von der Marktgemeinde Ottensheim, die auch Mitglied im Verein und Nutzer des Fahrzeuges ist, etwas mehr Kooperationsbereitschaft wünschen, etwa ein Entgegenkommen in Form einer adäquaten Beschilderung der neuen Ladestation.³⁷¹

³⁶⁸ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁶⁹ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁷⁰ Vgl. Ottensheim (2017)

³⁷¹ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

Das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln in Ottensheim ist reichlich. Einerseits gibt es regelmäßige kurzfristige Bus- und Bahnverbindungen nach Linz. Andererseits stehen im Ort Gemeindefahrräder sowie ein Jugendtaxi und ein Sammeltaxi zur Verfügung. Die seit 1871 bestehende Donaufähre ermöglicht die Überquerung der Donau nach Wilhering.³⁷²

Das Carsharing-Angebot in Ottensheim wird nicht nur auf der Homepage der Gemeinde gut sichtbar vermittelt, sondern auch sehr engagiert vom Bürgerservice der Gemeinde weitergegeben. Am 30.03.2017 hat der Autor dieser Arbeit eine kostenlose Testfahrt in Ottensheim absolviert. Das administrative Prozedere von der telefonischen Kontaktaufnahme bis zur Rückgabe des Fahrzeuges war sehr unkompliziert. Frau Leonhardt vom Bürgerservice war sehr freundlich, hat sich um eine problemlose Abwicklung der Testfahrt bemüht und zudem noch zum Abschluss offensiv für eine Mitgliedschaft bei U.WE Mobil geworben.³⁷³

Gramastetten

Im Jänner 2016 folgte die Inbetriebnahme des zweiten Carsharing-Standortes von U.WE Mobil in Gramastetten.³⁷⁴ Die Gemeinde hat zurzeit 5.110 Einwohner und wächst jährlich um ca. 5 %. Gramastetten liegt inmitten der Wald- und Hügellandschaft des Mühlviertels im Tal der großen Rodl und ist ein bekannter Ausflugs- und Erholungsort.³⁷⁵ Das E-Carsharing-Fahrzeug ist in der Marktstraße in der Tiefgarage des Cafes „Gramophon“ stationiert. Dieser Standplatz bietet zwar einen geschützten Raum mit Überdachung in der Tiefgarage, ist aber für Passanten nicht sofort ersichtlich und wird deswegen vom Verein selbst als etwas problematisch betrachtet. Eine passende Beschilderung zum besseren Auffinden des Standortes wird deshalb von der Gemeinde kurzfristig montiert. Geographisch gesehen ist der Standort des Fahrzeuges im Zentrum des Ortes richtig gewählt.³⁷⁶

Die Anbindung an den öffentlichen Verkehr ist lediglich durch eine Busverbindung nach Linz gegeben, die stündlich und am Morgen und späteren Nachmittag halbstündlich betrieben wird.³⁷⁷

Das Carsharing-Angebot in Gramastetten ist auf der Homepage der Gemeinde präsent. Die Inanspruchnahme des Testangebotes durch den Verfasser dieser Arbeit erfolgte am

³⁷² Vgl. Ottensheim, Verkehr (2017)

³⁷³ Autor (2017)

³⁷⁴ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁷⁵ Vgl. Gramastetten (2017)

³⁷⁶ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁷⁷ Vgl. ÖBB (2017a)

23.03.2017. Auch hier war die administrative Abwicklung von der telefonischen Erstanfrage bis zur Rückgabe des Fahrzeuges völlig problemlos. Herr Haslmayr, der Amtsleiter war sehr offen und entgegenkommend, hat eine kurze Instruktion zum Fahrzeug gegeben und nach Absolvierung der Testfahrt noch das persönliche Interesse und das Resultat der Fahrt abgefragt.³⁷⁸

Eidenberg

Seit Juni 2016 gibt es auch in der Gemeinde Eidenberg die Möglichkeit, ein Carsharing-Auto zu nutzen.³⁷⁹ Eidenberg ist eine kleine Gemeinde mit einer Fläche von 29 km² und gegenwärtig 2.090 Einwohnern. Eidenberg liegt nordöstlich von Gramastetten und hat ebenfalls eine unberührte Landschaft mit vielen Erholungsmöglichkeiten für den Sommer- und Wintertourismus zu bieten.³⁸⁰ Der Standort des Elektroautos befindet sich zentral und gut sichtbar am Ortsplatz zwischen Pfarrhof und Volksschule.³⁸¹ Das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln ist ähnlich bescheiden wie in Gramastetten und besteht ebenfalls nur aus einer Busverbindung.³⁸²

Das Carsharing-Angebot in Eidenberg ist auf der Homepage von www.eidenberg.at ersichtlich und mit weiteren Informationsquellen verlinkt. Auch hier kann das Carsharing-Fahrzeug getestet werden. Der Autor der Masterarbeit hat dieses Angebot am 13.02.2017 in Anspruch genommen. Im telefonischen Erstkontakt wurde der Termin vereinbart und per Mail die Nutzungsbedingungen für die Testfahrt übermittelt. Diese können als Anhang V eingesehen werden. Die persönliche Betreuung vor Ort hat Herr Kaiser vom Gemeindeamt übernommen. Er war sehr freundlich, hat dem Autor das Fahrzeug umfassend erklärt und darauf hingewiesen, dass dies die erste Testfahrt im Ort wäre. Auch in dieser kleinen Gemeinde hat die Durchführung der Testfahrt einwandfrei funktioniert und kann in dieser Form als wertvolles Kommunikationsinstrument zur Vermarktung dieser Dienstleistung dienen.³⁸³

Lichtenberg

Als letzter der vier Carsharing-Standorte von U.WE Mobil wurde im Oktober 2016 Lichtenberg gestartet.³⁸⁴ Lichtenberg hatte mit Stand 01.01.2017 insgesamt 2.659 Einwohner und

³⁷⁸ Autor (2017)

³⁷⁹ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁸⁰ Vgl. Oberösterreich (2017a)

³⁸¹ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁸² Vgl. ÖBB (2017b)

³⁸³ Autor (2017)

³⁸⁴ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

zählt Linz, Gramastetten und Eidenberg zu seinen Nachbargemeinden. Die Bevölkerung ist zwischen 2001 und 2011 um 8,3 % gewachsen. Dieses Wachstum hält auch in den letzten Jahren an.³⁸⁵ Aufgrund seiner Nebelfreiheit, den weiten Südhängen und den vielfältigen Wander- und Radfahrwegen ist die Gemeinde bei den Bewohnern des oberösterreichischen Zentralraums als Ausflugsziel sehr beliebt.³⁸⁶

In Lichtenberg steht das Carsharing-Auto sehr zentral und gut einsehbar direkt beim Gemeindeamt und hängt an der gemeindeeigenen Ladestation. Diese wird u.a. mit Strom aus der Photovoltaik-Anlage am Dach des Gemeindeamtes versorgt. „Lichtenberg hat zweifellos den attraktivsten Standplatz“³⁸⁷ und auch die Kooperation mit der Gemeinde funktioniert vorbildlich. Die Gemeinde stellt zudem bei der Ladestation insgesamt zwei Parkplätze für Elektrofahrzeuge zur Verfügung, ist selbst Mitglied und Nutzer bei U.WE Mobil und ist auch als Multiplikator für diese Dienstleistung sehr aktiv, indem sie Informationen rund um das Carsharing bei verschiedenen Möglichkeiten proaktiv in die Bevölkerung trägt.³⁸⁸ Auch auf der Homepage der Gemeinde wird wirksam auf das vorhandene Carsharing hingewiesen.³⁸⁹ Der öffentliche Verkehr besteht zwar auch hier nur aus wenigen getakteten Busverbindungen, aber aufgrund der geografischen Nähe ist Linz in Kürze mit dem Bus erreichbar.³⁹⁰

Der Praxistest in Lichtenberg wurde vom Verfasser der Masterarbeit am 16.02.2017 vorgenommen. Mit Herrn Reichinger vom Bürgerservice wurde dieser Termin vereinbart und er hat sich auch engagiert um die Abwicklung der Testfahrt gekümmert. Die Behandlung des Anliegens wurde von Herrn Reichinger sehr freundlich und unkompliziert erledigt und wurde der Autor für die Nutzung des Fahrzeuges instruiert.³⁹¹

Im Hinblick auf die zentrale Fragestellung nach brauchbaren und ressourcenschonenden Wegen zur Gewinnung von neuen Mitgliedern für U.WE Mobil können die vier Standortgemeinden mit ihrem Serviceangebot als wertvolles Kommunikationsinstrument bezeichnet werden. In der Folge wird ein genauerer Blick auf die Fahrzeuge des Carsharing-Angebots geworfen.

³⁸⁵ Vgl. Lichtenberg (2017a)

³⁸⁶ Vgl. Lichtenberg (2017b)

³⁸⁷ Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁸⁸ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁸⁹ Vgl. Lichtenberg (2017c)

³⁹⁰ Vgl. Lichtenberg (2017c)

³⁹¹ Autor (2017)

7.2.2 Fahrzeuge

Die gesamte Fahrzeugflotte von U.WE Mobil besteht aus Elektrofahrzeugen, um neben dem Aspekt des Autoverzichts auch einen ökologischen Akzent zu setzen und mit Elektrotechnologie eine innovative Idee umzusetzen. Unabhängig davon war die Verwendung von Elektrofahrzeugen eine wesentliche Bedingung für die Zuerkennung von Fördermitteln. Ein Einsatz von herkömmlichen Autos mit Verbrennungsmotoren wurde nie angedacht. In den Gemeinden Ottensheim, Eidenberg und Lichtenberg sind Fahrzeuge der Marke „Renault Zoe“³⁹² im Einsatz. In Gramastetten wird ein „KIA SOUL EV“³⁹³ zur Nutzung angeboten. Mit diesen Automobilen sind sowohl die Carsharing-Betreiber als auch die Nutzer sehr zufrieden.³⁹⁴

An den Ladestationen in den jeweiligen Gemeinden wird ausschließlich Ökostrom verwendet und das Aufladen der Autos ist an diesen Stationen für die Nutzer kostenlos. Aufladungen an auswärtigen kostenpflichtigen Ladestationen sind vom Nutzer selbst zu tragen und werden mit der Einhebung der Nutzungsgebühr abgerechnet. In den Fahrzeugen liegen Listen mit allen Ladestationen in Oberösterreich auf, um weitere Fahrten leichter planen zu können. Der Einsatz von Elektrofahrzeugen für Carsharing erhöht durch positive Erfahrungsberichte generell die Akzeptanz von Elektromobilität.³⁹⁵ Die Nutzer der Fahrzeuge sind in überwiegender Zahl sehr zufrieden, wie die folgenden Wortmeldungen beweisen.

Eine Nutzerin aus Gramastetten würde statt dem angebotenen KIA den Renault Zoe jugendlicher finden, findet aber ansonsten das Auto sehr angenehm und praktisch, vor allem mit dem Platzangebot.³⁹⁶ Sämtliche Nutzer des Renault Zoe sind mit dem Auto sehr zufrieden und finden es ein „(...) nettes, geschicktes Auto mit wenig Eigengewicht“³⁹⁷, das „(...) auch für eine Familie passt“³⁹⁸. E. schätzt den „(...) tollen Abzug (...)“³⁹⁹ bei 70 kW Leistung, das bequeme Sitzen und das entspannende Fahren. Der Kofferraum bietet genügend Platz für zwei Getränkekisten und bei Bedarf können die Rücksitze umgelegt werden, um mehr Laderaum zu schaffen. Nicht so positiv wird von E. gesehen, dass in drei Gemeinden die Ladestationen nicht überdacht sind und die Witterung den Betrieb negativ beeinflussen könnte.⁴⁰⁰ Eine Schwachstelle ist, dass bei Kälte die Reichweite tlw. unterhalb von 100 Kilometer fällt

³⁹² Vgl. Renault Zoe (2017)

³⁹³ Vgl. KIA (2017)

³⁹⁴ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁹⁵ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

³⁹⁶ Vgl. G., Interview am 25.1.2017

³⁹⁷ Vgl. A., Interview am 16.1.2017

³⁹⁸ Vgl. D., Interview am 18.1.2017

³⁹⁹ E., Interview am 17.1.2017

⁴⁰⁰ Vgl. E., Interview am 17.1.2017

und das Fahrzeug für verschiedene Transporte zu klein ist.⁴⁰¹ Ein weiterer Wunsch eines Nutzers wäre die Anschaffung eines Adapters für das Ladekabel, um auch bei Ladestationen anderen Typs das Auto aufladen zu können. Er bemängelt auch, dass die Heizung im Fahrzeug im Eco-Modus nicht zufriedenstellend funktioniert.⁴⁰²

Zu den Fahrzeugen, insbesondere dem Renault Zoe kann abschließend festgestellt werden, dass seitens der Nutzer eine hohe Zufriedenheit gegeben ist. Dieser Umstand ist insofern von Bedeutung, da, wie bereits im theoretischen Teil ausgeführt, das Carsharing-Fahrzeug selbst ein wichtiges Kommunikationsinstrument für die Vermarktung der Dienstleistung ist. Den positiven Aussagen der befragten Nutzer kann sich der Autor vollinhaltlich anschließen. Alle Testfahrten in den vier Gemeinden sind völlig reibungslos verlaufen und sowohl die drei Renault Zoe als auch der Kia Soul in Gramastetten boten große Fahrfreude und wiesen keinerlei Mängel auf.

Das Abnehmen des Ladekabels vor der Fahrt sowie das Anstecken nach der Rückkehr zur Station dauern maximal eine Minute und können auch von Erstnutzern ohne Schwierigkeiten vorgenommen werden. Das Öffnen und Schließen des Fahrzeuges mit der GUUTE-Card⁴⁰³ als Funktionskarte funktioniert einwandfrei. Alle Fahrzeuge boten vor Antritt der Fahrt ein gepflegtes Inneres und Äußeres. Die Größe und das Raumangebot des Renault Zoe ist für Carsharing-Fahrten, wie sie in der wissenschaftlichen Literatur, aber auch von Nutzern beschrieben werden, völlig ausreichend und für größere Transportkapazitäten steht der Kia Soul in Gramastetten zur Verfügung, der von allen U.WE Mobil-Mitgliedern genutzt werden kann. Die Zurverfügungstellung eines etwas größeren Fahrzeuges in einer Fahrzeugflotte stellt einen Mehrwert für die Nutzer dar.

Die von U.WE Mobil zur Verfügung gestellten Carsharing-Fahrzeuge mit ihrer Optik und Funktionalität können nach der Testung als brauchbares Kommunikationsinstrument eingestuft werden, um Interessenten anzusprechen und als neue Mitglieder gewinnen zu können. Nach dem Bericht über die eingesetzten Fahrzeuge im Carsharing werden im nächsten Teilabschnitt die Mitglieder und Nutzer von U.WE Mobil näher analysiert.⁴⁰⁴

⁴⁰¹ Vgl. F., Interview am 16.1.2017

⁴⁰² Vgl. H., Interview am 17.1.2017

⁴⁰³ Vgl. GUUTE Card (2017)

⁴⁰⁴ Autor (2017)

7.3 Mitglieder und Nutzer

Für diese Arbeit erhielt der Autor nach Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung Einblick in bestehende **Mitgliederdaten** des Vereins U.WE Mobil, die in Form zweier Excel-Dateien vorliegen. Eine Datei enthält neben Namen, Wohnadresse, Mailadresse und Telefonnummer auch die Art der Mitgliedschaft sowie die Zugehörigkeit zur entsprechenden Ortsgruppe. Zusätzlich kann aus diesen Daten der Beginn und somit auch die Dauer der Mitgliedschaft erhoben werden. Diese ist jedoch für eine empirische Auswertung nicht relevant, da einerseits der Verein erst seit etwas mehr als einem Jahr besteht und andererseits die jeweiligen Mitglieder ungefähr gleichzeitig bei Start des Carsharing in den Orten die Mitgliedschaft bei U.WE Mobil erlangten. Überdies kann diesen Informationen entnommen werden, ob eine Person eine Vorstandsfunktion ausübt. Das Geburtsdatum der Mitglieder ist in dieser Datei nicht angegeben, daher können keine Rückschlüsse auf die Altersstruktur der Nutzer gezogen werden.

Als Mitglied wird jene natürliche bzw. juristische Person verstanden, die dem Verein U.WE Mobil beitrifft, unabhängig davon, ob ein Carsharing-Fahrzeug genutzt wird oder nicht. Nutzer sind all jene natürlichen Personen, die aufgrund ihrer Mitgliedschaft tatsächlich die Dienstleistung des Carsharing in Anspruch nehmen.⁴⁰⁵

Eine weitere Datei gibt Auskunft über die absolvierten Fahrten mit den in vier Gemeinden stationierten E-Carsharing-Fahrzeugen im Zeitraum von Anfang Dezember 2015 bis Anfang Februar 2017. Darin sind neben dem Namen der Nutzer und dem Standplatz der Fahrzeuge auch das gewählte Fahrziel sowie die Benutzungsart ersichtlich. Zusätzlich kann aus diesen Daten der Beginn und das Ende der Fahrten und somit auch die Fahrdauer erhoben werden. Überdies kann diesen Informationen der Kilometerstand am Beginn und Ende der Fahrt entnommen werden und somit die zurückgelegte Distanz mit dem Fahrzeug ermittelt werden. Diese Mitgliederdateien existieren in Form von Excel-Dateien, weisen einen Datenstand per 6. Februar 2017 auf und werden vom U.WE-Büro in Gramastetten gepflegt.

Mit dieser Datenanalyse wird das Ziel verfolgt, einerseits die Struktur und Zusammensetzung der **Mitglieder und Nutzer** abzubilden und andererseits Informationen über die **Auslastung der Fahrzeugflotte** sowie über das **Nutzerverhalten** zu erlangen. Mit diesen Daten können mögliche Zusammenhänge mit folgenden Forschungsfragen hergestellt und Rückschlüsse gezogen werden:

⁴⁰⁵ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

- Welche Personengruppen nutzen Carsharing in ländlichen Regionen, insbesondere von U.WE Mobil?
- Welche Mobilitätsbedürfnisse haben die verschiedenen Nutzergruppen, insbesondere von U.WE Mobil?

Der folgenden Auswertung ist zu entnehmen, dass U.WE Mobil zurzeit aus insgesamt 59 Mitgliedern besteht. Davon sind 22 Mitglieder männlich und 15 weiblich sowie 22 sind Unternehmen bzw. Organisationen.

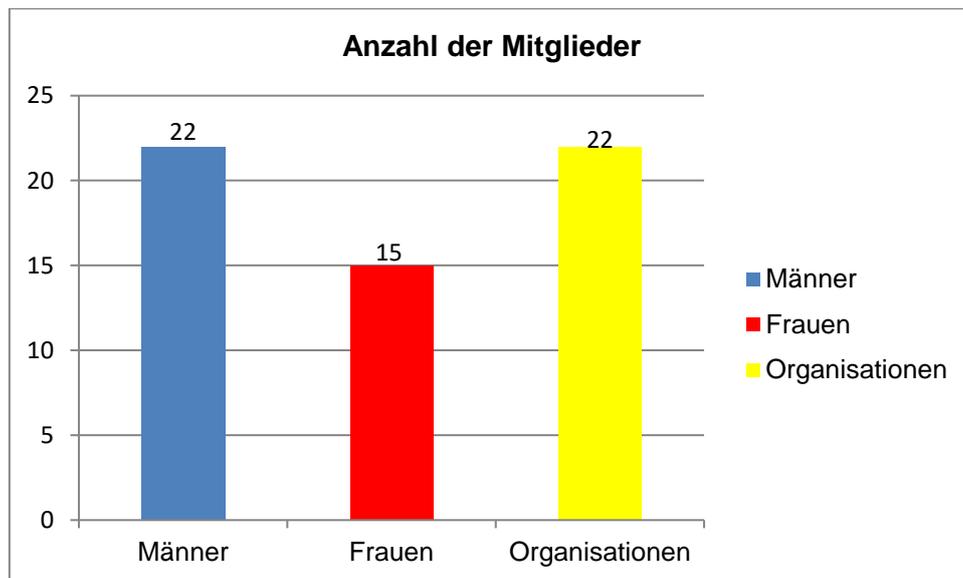


Abbildung 17: Mitgliederstruktur nach Geschlecht und Organisation U.WE Mobil⁴⁰⁶

Von den 22 Organisationen sind 17 private Unternehmungen und fünf sind öffentliche Einrichtungen, in diesem Fall die vier Standortgemeinden und der Bezirksabfallverband Urfahr-Umgebung, wie die nächste Abbildung zeigt.

⁴⁰⁶ Abbildung wurde vom Autor erstellt

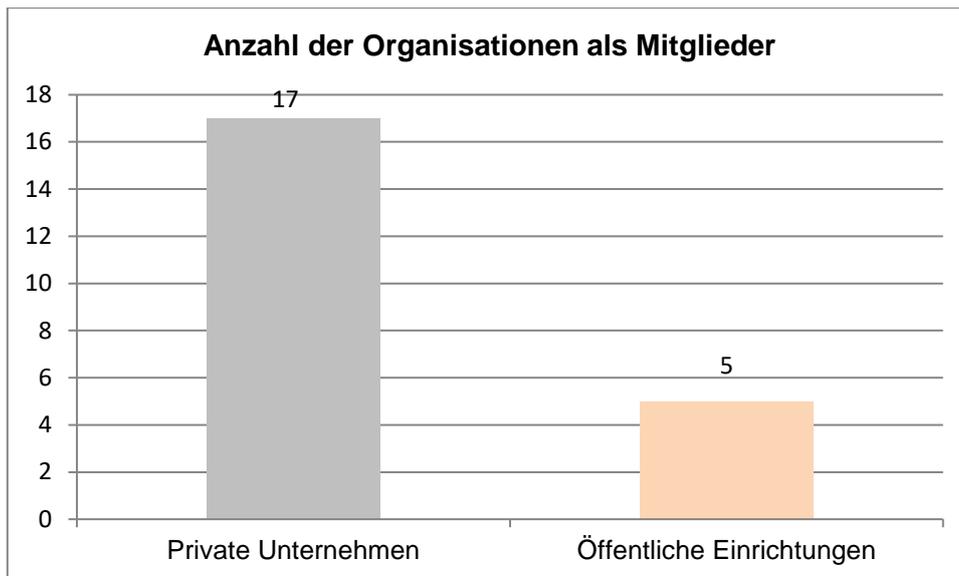


Abbildung 18: Mitgliederstruktur nach Organisationen bei U.WE Mobil⁴⁰⁷

Im Hinblick auf die gestellten Forschungsfragen kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass überwiegend Männer Mitglieder des E-Carsharing in Urfahr-West sind. Auch die Mitgliedschaften der ausgewiesenen Organisationen werden fast gänzlich von Männern vertreten. Lediglich eine Privatfirma und eine Gemeinde werden hier von Frauen repräsentiert.

Bei den unterschiedlichen Organisationsformen sind private Unternehmungen mehr als dreimal so stark als Mitglieder vertreten wie öffentliche Einrichtungen. Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass es in den vier Standortgemeinden generell viel weniger öffentliche Einrichtungen gibt als private Betriebe. Das Carsharing-Projekt U.WE Mobil bietet vier verschiedene Formen der Mitgliedschaft an:⁴⁰⁸

Einzelmitgliedschaft € 10,- monatlich

Familienmitgliedschaft € 15,- monatlich (Benützungsberechtigung aller Familienmitglieder)

Firmenmitgliedschaft € 30,- monatlich (30 Freistunden pro Jahr)

Fördermitgliedschaft € 100,- monatlich (100 Freistunden pro Jahr + Werbefläche auf Auto)

Eine Einzelmitgliedschaft beinhaltet die Möglichkeit zur Nutzung der Carsharing-Flotte allein für das einzelne Mitglied. Eine Familienmitgliedschaft berechtigt darüber hinaus auch alle Familienmitglieder zur Inanspruchnahme der Fahrzeuge. Eine Firmenmitgliedschaft inkludiert 30 Stunden Gratisnutzung pro Jahr für Fahrberechtigte der Firma zu Dienstzwecken. Mit

⁴⁰⁷ Abbildung wurde vom Autor erstellt (2017)

⁴⁰⁸ Vgl. U.WE Mobil (2017)

einer Fördermitgliedschaft erhält das Mitglied ein Guthaben von 100 Stunden sowie die Möglichkeit zur Anbringung einer Werbefolie auf einem Carsharing-Fahrzeug.⁴⁰⁹

Die jeweiligen Mitgliedsgebühren werden immer zu Beginn einer Mitgliedschaft für 12 Monate im Voraus per Einzugsermächtigung eingehoben und können bei einer vorzeitigen Beendigung der Mitgliedschaft nicht zurückerstattet werden. Die Abrechnung der Nutzung erfolgt nach der gebuchten Zeit und wird viertelstündlich genau abgerechnet. Die Verrechnung der Nutzungstarife erfolgt vierteljährlich.⁴¹⁰

Die folgende Aufstellung zeigt, dass es derzeit bei U.WE Mobil 23 Einzelmitgliedschaften, 14 Familienmitgliedschaften, 5 Firmenmitgliedschaften und 17 Fördermitgliedschaften gibt.

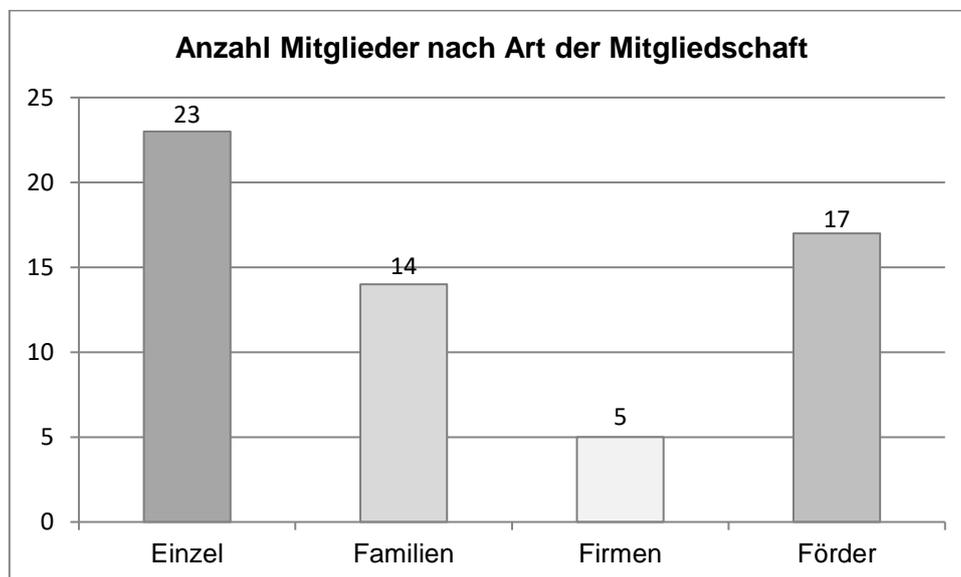


Abbildung 19: Anzahl Mitgliedschaften bei U.WE Mobil⁴¹¹

Der zurückliegende Teilabschnitt gab einen Überblick über die Mitgliederstruktur von U.WE Mobil. Im Anschluss folgen Analysen über die Auslastung der Carsharing-Fahrzeuge.

7.4 Auslastung

Die Auslastung der Elektroautos ist ein zentraler Aspekt jedes Carsharing, da dieser den Erfolg oder Misserfolg des Projekts bestimmt, unabhängig von der Anzahl der Mitglieder

⁴⁰⁹ Vgl. U.WE Mobil (2017)

⁴¹⁰ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

⁴¹¹ Abbildung wurde vom Autor erstellt (2017)

bzw. Nutzer. Selbst wenn es nur zwei bis fünf Mitglieder gibt, diese aber das Fahrzeug entsprechend oft auslasten, kann das Projekt kostendeckend betrieben werden.⁴¹² Hinsichtlich einer gemeinschaftlichen Nutzung sollte jedoch der Sharing-Gedanke im Vordergrund stehen und möglichst viele Nutzer auf das Fahrzeug zugreifen können.⁴¹³

In der von U.WE Mobil zur Verfügung gestellten Excel-Datei „Fahrten“ sind sämtliche Fahrten der vier Elektroautos von 03.12.2015 bis einschließlich 06.02.2017 aufgezeichnet. Neben dem Namen der Nutzer, dem Standplatz der Fahrzeuge ist auch das gewählte Fahrziel sowie die Benutzungsart ersichtlich. Auch Fahrdauer und Distanz wurden erhoben.

7.4.1 Anzahl der Ausleihungen

Im angegebenen Zeitraum wurden alle vier Fahrzeuge in allen vier Gemeinden insgesamt 1119 Mal ausgeliehen. Dabei entfallen auf das Auto in Eidenberg 202 Ausleihungen, auf jenes in Gramastetten 333 Ausleihungen. Das E-Auto in Lichtenberg wurde 93 Mal ausgeliehen, jenes in Ottensheim 491 Mal. Diese Werte entsprechen grundsätzlich den verschiedenen Startterminen des Carsharing in den vier Orten und somit der unterschiedlich langen Projektdauer. Eine Übersicht bietet folgende Grafik:

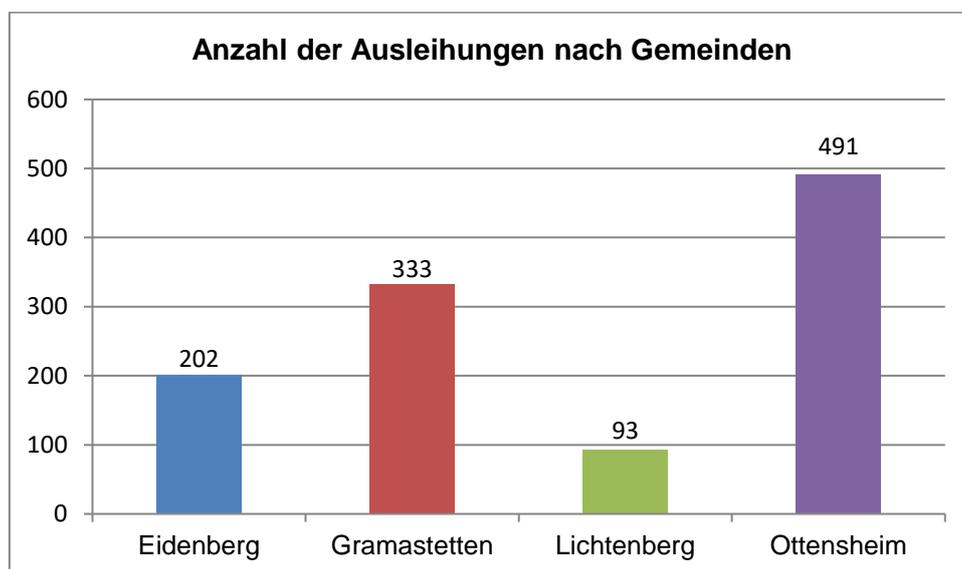


Abbildung 20: Anzahl der Ausleihungen nach Gemeinden bei U.WE Mobil⁴¹⁴

⁴¹² Vgl. Krisa, Interview am 9.3.2017; vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

⁴¹³ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

⁴¹⁴ Abbildung wurde vom Autor erstellt (2017)

Die Anzahl der Ausleihungen gibt lediglich Auskunft, wie oft auf ein Fahrzeug zugegriffen wurde, ist aber nicht aussagekräftig hinsichtlich der zurückgelegten Distanz bzw. Fahrtdauer. Über diese beiden Faktoren gibt die nächste Auswertung Auskunft.

7.4.2 Kilometerauslastung

Mit den im Carsharing U.WE Mobil angebotenen Fahrzeugen wurden im Zeitraum von Dezember 2015 bis Februar 2017 insgesamt 44983 km zurückgelegt. Der Renault Zoe in Eidenberg legte bisher 5433 km zurück, der KIA Soul in Gramastetten 10658 km. Das in Lichtenberg stationierte Elektroauto fuhr insgesamt bereits 2609 km, jenes in Ottensheim als längst dienendes Automobil 26283 km. Diese Abbildung verdeutlicht die angegebenen Zahlen:

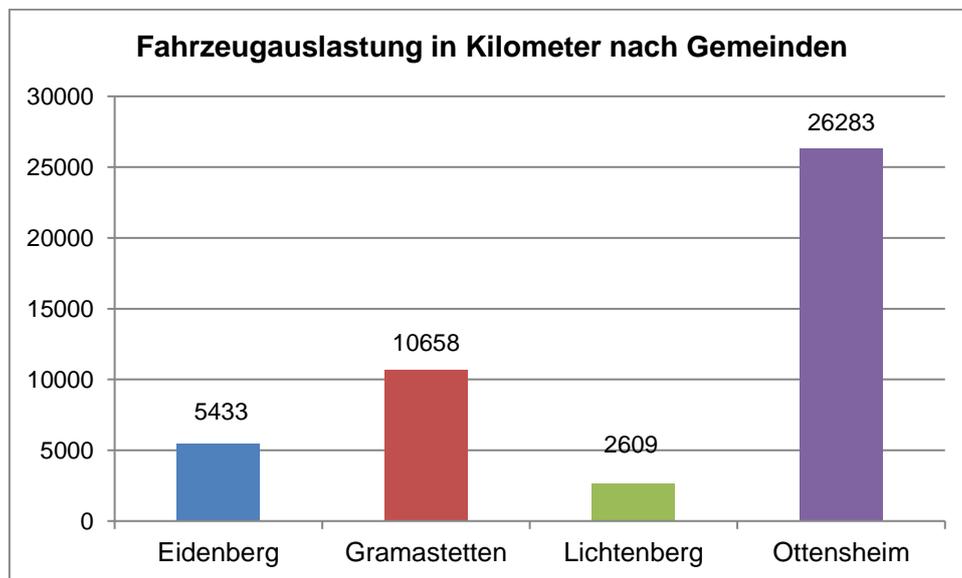


Abbildung 21: Auslastung der Fahrzeuge gesamt in km nach Gemeinden bei U.WE Mobil⁴¹⁵

Hinsichtlich Nutzerverhalten erscheint weiters interessant, welche Distanz die einzelnen Ausleihungen aufweisen. Fahrtstrecken zwischen 1 und 10 km Distanz wurden 370 Mal zurückgelegt, Distanzen von jeweils 10 bis 50 km kamen 570 Mal vor, jene mit 50 bis 100 km Reichweite 88 Mal. Strecken von 100 bis 200 km wurden 74 Mal absolviert, solche mit über 200 km 17 Mal. Die längste Distanz einer Fahrtstrecke betrug 332 km und wurde mit dem Fahrzeug aus Ottensheim zurückgelegt. Das bedeutet, dass Kurzstrecken bis zu 50 km das Carsharing in Urfahr-West prägen, wovon nahezu die Hälfte dieser Kurzstrecken unter 10 km liegen. In der nachstehenden Abbildung sind diese Werte übersichtlich dargestellt:

⁴¹⁵ Abbildung wurde vom Autor erstellt (2017)

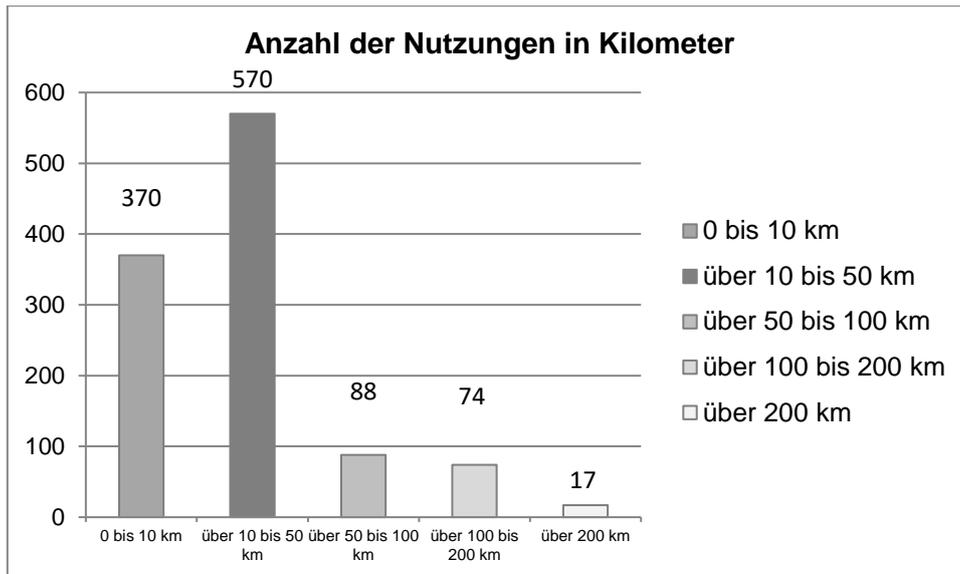


Abbildung 22: Anzahl der Nutzungen nach Fahrdistanzen bei U.WE Mobil⁴¹⁶

7.4.3 Ausleihung in Stunden

Eine weitere Möglichkeit, die Auslastung der Fahrzeuge darzustellen, ist jene in Zeiteinheiten nach Stunden bzw. Minuten pro Ausleihung. Fahrten bis max. 30 Minuten wurden demnach 228 Mal vorgenommen, solche zwischen einer halben bis max. 1 Stunde 167 Mal. Ausleihzeiten zwischen 1 bis max. 2 Stunden kamen insgesamt 221 Mal vor. 228 Mal wurde ein Fahrzeug zwischen 2 bis zu 4 Stunden ausgeliehen. Für Bewegungen zwischen 4 und 6 Stunden wurden die E-Cars 130 Mal genutzt, zwischen 6 und 12 Stunden 100 Mal. Darüber liegende Ausleihzeiten wurden 45 Mal in Anspruch genommen, wobei dies Sonderfahrten des Vereinsvorstandes betraf. Einen Überblick bietet anschließende Abbildung:

⁴¹⁶ Abbildung wird vom Autor erstellt (2017)

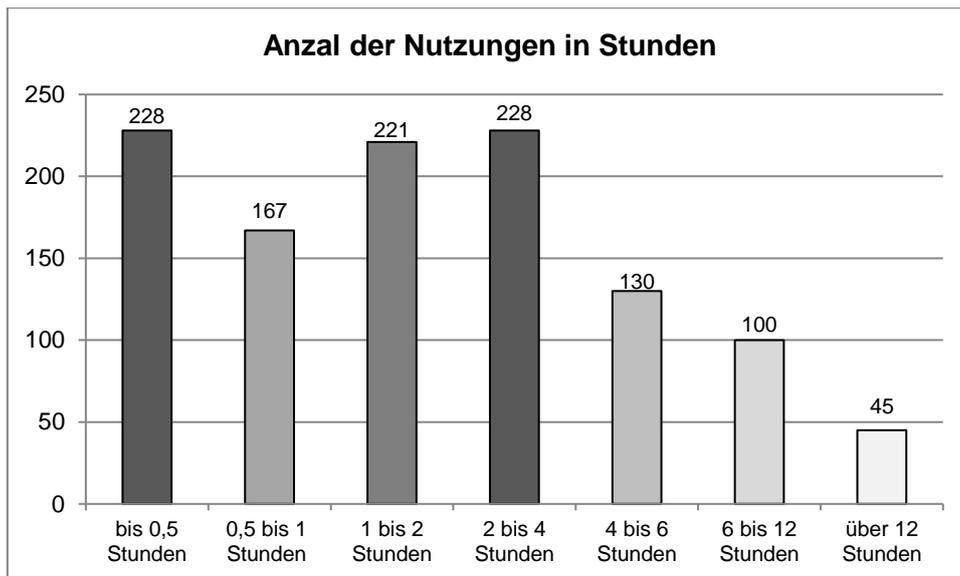


Abbildung 23: Anzahl der Nutzungen nach Fahrzeit bei U.WE Mobil⁴¹⁷

Die Fahrzeuge wurden somit für Zeiträume bis zu einer halben Stunde sowie zwischen zwei und vier Stunden am meisten genutzt. Nahezu gleichauf liegen Ausleihzeiten zwischen ein bis zwei Stunden.

7.4.4 Ausleihung nach Benutzungsart

Die Auslastung der Carsharing-Fahrzeuge kann auch nach der Art der Benutzung unterschieden werden. Im vorhandenen Datenmaterial (Excel-Datei „Fahrten“) sind vier verschiedene Nutzungsarten angegeben:

Dienstliche Fahrten

Darunter fallen Fahrten, die von Firmen sowie öffentlichen Organisationen wie Gemeinden und Vereinen mit den Fahrzeugen zu dienstlichen Zwecken zurückgelegt wurden. Insgesamt wurden damit 295 Fahrten absolviert.

Private Fahrten

Hiermit wurden Fahrten aufgezeichnet, die von privaten Nutzern durchgeführt wurden. Insgesamt waren dies 519 Fahrten.

⁴¹⁷ Abbildung wird vom Autor erstellt (2017)

Administrative Fahrten ohne Reservierung

Diese Fahrten wurden von Personen durchgeführt, die auf ihrer Karte Administrationsrechte haben und mit den Autos Sonderfahrten erledigen. Beispielsweise gehören dazu Fahrten zur Anbringung von Beklebungen, Reifenwechsel bzw. Fahrten für den Verein U.WE Mobil zu Vorträgen, Sponsoren, Akquisitionen. Unter diesem Titel wurden 262 Fahrten vorgenommen.

Servicefahrten

43 Fahrten wurden mit der Bezeichnung „Service“ deklariert, d.h. es sind Fahrten mit dem Carsharing-Fahrzeug in die Werkstätte zum Service oder zur Reparatur bzw. zur Reinigung und wieder retour zum Standort.

Einen Gesamtüberblick über diese verschiedenen Verwendungen gibt folgende Grafik:

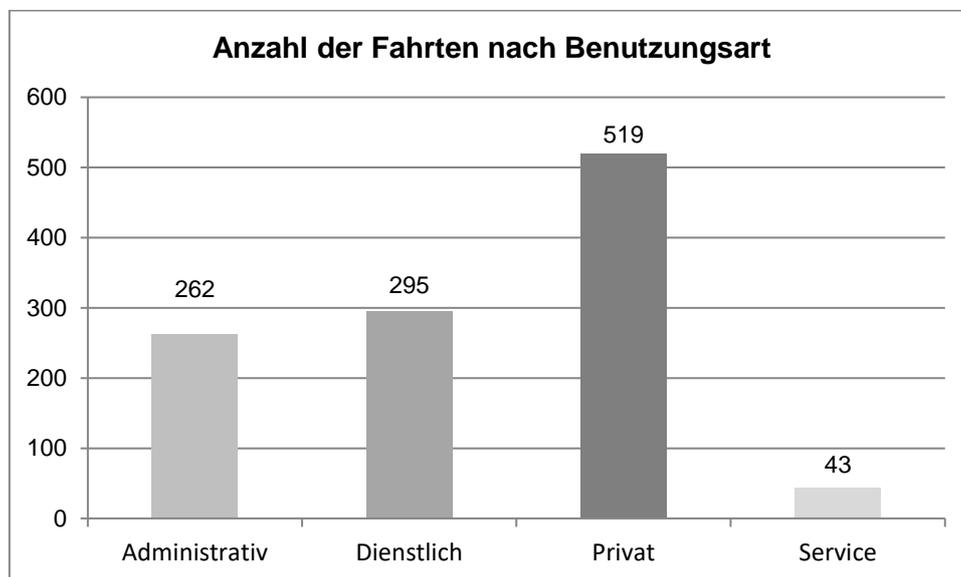


Abbildung 24: Anzahl der Nutzungen nach Art der Benutzung bei U.WE Mobil⁴¹⁸

Die Auswertung der Fahrten nach Art der Benutzung brachte das Ergebnis, dass die meisten Fahrten für private Zwecke (519) verwendet wurden. Mit 295 dienstlichen und 262 administrativen Fahrten liegen diese Verwendungsarten deutlich dahinter. Mit 43 Ausleihungen haben die Servicefahrten den geringsten Anteil.

Die Teilkapitel 7.3 und 7.4 brachten Antworten auf die gestellten Fragen dieser Forschungsarbeit. Es konnte eruiert werden, welche Personen das Carsharing in Urfahr-West nutzen und auf welche Art und Weise sie die Fahrzeuge auslasten und somit teilweise ihre Nachfrage nach Mobilität stillen. Im nächsten Teilabschnitt werden jene Kommunikationsmaßnah-

⁴¹⁸ Abbildung wurde vom Autor erstellt (2017)

men beschrieben, die U.WE Mobil bisher eingesetzt hat, um Carsharing in den Gemeinden umzusetzen.

7.5 Kommunikationsmaßnahmen

Dieser Abschnitt soll aufzeigen, welche Aktivitäten der Verein U.WE Mobil seit seinem Start gesetzt hat, um Interessenten für das Carsharing-Angebot anzusprechen und sie als Mitglieder zu gewinnen. Neben den bereits behandelten Kommunikationsträgern wie Carsharing-Station, Carsharing-Fahrzeug sowie einzelne Mitarbeiter und Vertreter der Standortgemeinden sind jedenfalls die sogenannten Ortskoordinatoren zu erwähnen, die sich um die alltäglichen Belange des Standortes und des Fahrzeuges engagiert kümmern. „Sie sind das Wichtigste und zumindest einer in jeder Gemeinde macht das motiviert“⁴¹⁹.

Auch das Sponsoring, welches nicht nur als essenzielles Finanzierungsinstrument dient, sondern auch als Kommunikationsinstrument die Dienstleistung Carsharing an alle Kontaktpersonen weiterträgt, wurde von U.WE Mobil eingesetzt. Es konnte jedoch noch nicht voll ausgeschöpft werden, da die Sponsorensuche sehr mühsam ist. Vor der konkreten Umsetzung in den vier Gemeinden wurde jeweils ein Start-Workshop für Interessierte angekündigt und durchgeführt und im Anschluss potenzielle Nutzer als Mitglieder angeworben.⁴²⁰

Das Carsharing-Angebot wurde und wird in den Gemeindezeitungen, in den regionalen Blättern „Tipps“ und „Rundschau“ sowie in Postwurfsendungen präsentiert und liegt in den Gemeindeämtern als Info-Flyer zur freien Entnahme auf. Bei den Startveranstaltungen in den einzelnen Kommunen wurden diese mittels Plakatständer angekündigt. Auch bei örtlichen Veranstaltungen wie bspw. Marktfeste ist der Verein aktiv und bietet neben Information auch die Möglichkeit zur Testfahrt an. „Das ist die erfolgreichere Variante, weil man mit den Leuten ins Reden kommt“.⁴²¹ Auch im sozialen Online-Netzwerk „Facebook“ wurden verschiedene Aktivitäten gesetzt. Diese Kommunikationsmaßnahme wird jedoch als „(...) sehr schlecht (...)“ bewertet, da diese nur rund 100 Follower brachte und bis heute zu keiner Mitgliedschaft führte.⁴²² Ein Beispiel eines Facebook-Eintrages ist als Anhang VIII zu finden.

⁴¹⁹ Kolar, Interview am 7.2.2017

⁴²⁰ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

⁴²¹ Kolar, Interview am 7.2.2017

⁴²² Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

An dieser Stelle werden jene Kommunikationsinstrumente dargestellt, die bei den bestehenden Nutzern zu einer Mitgliedschaft geführt haben. Nutzer A. hat vom U.WE Mobil-Angebot auf Facebook, aus dem Carsharing im Freistädter Raum, durch die Sponsorensuche sowie anlässlich eines GUUTE-Frühstücks erfahren.⁴²³ C. hat bei der Wohnsitzgemeinde nach einem Carsharing-Angebot gefragt, weil es im Internet „(...) auf der Homepage von U.WE sehr unübersichtlich dargestellt war“.⁴²⁴ D. wurde durch eine Informationsveranstaltung in der Gemeinde auf das Angebot aufmerksam.⁴²⁵ E. hat vom Carsharing-Angebot in der Gemeindezeitung erfahren sowie eine Information auf den Plakataufstellern gesehen.⁴²⁶ F. findet, „(...) es ist gut publik gemacht worden“. F. hat konkret in den Gemeindenachrichten vom Angebot Kenntnis erlangt.⁴²⁷

G. ist anlässlich einer Informationsveranstaltung über ein Bürgerbeteiligungsprojekt zum Energiesparpotenzial der Gemeinde auf U.WE Mobil-Carsharing aufmerksam geworden. Die Information wurde zudem in Gemeindemedien wie Homepage und Zeitung mehrfach gestreut und auch beim Feuerwehrfest und in der Gemeindezeitung regelmäßig vorgestellt.⁴²⁸ H. hat als Mitarbeiter einer Organisation regelmäßig Kontakt mit Bürgermeister der Gemeinden und hat auf diesem Weg von U.WE Mobil erfahren.⁴²⁹ Die Aussagen der Nutzer zeigen, dass Informationen über das Carsharing-Projekt via verschiedene Medien gestreut wurden und bei den Interessenten angekommen sind.

Trotzdem haben die vom Verein bereits gesetzten Kommunikationsmaßnahmen aus Sicht der Betreiber noch nicht zu einer zufriedenstellenden Auslastung geführt. Anfang Februar 2017 fand eine Jahreshauptversammlung des Vereins U.WE Mobil statt, bei der festgestellt wurde, dass der Verein zu wenig Mitglieder und Sponsoren hat und auch die Fahrzeuge zu wenig gefahren werden. Deshalb sollten bestehende Nutzer motiviert werden, die Elektroautos mehr als bisher zu nutzen. Darüber, wie neue Mitglieder und Sponsoren gewonnen und bestehende Nutzer zum Mehrfahren bewegt werden könnten, konnte von den Teilnehmern der Jahreshauptversammlung jedoch kein Ergebnis gefunden werden. Laut Herrn Kolar werden aktuell und künftig mehr von den bereits erwähnten Kommunikationsaktivitäten gesetzt, um neue Nutzer anzuwerben.⁴³⁰

⁴²³ Vgl. A., Interview am 16.1.2017

⁴²⁴ Vgl. C., Interview am 17.1.2017

⁴²⁵ Vgl. D., Interview am 18.1.2017

⁴²⁶ Vgl. E., Interview am 17.1.2017

⁴²⁷ Vgl. F., Interview am 16.1.2017

⁴²⁸ Vgl. G., Interview am 25.1.2017

⁴²⁹ Vgl. H., Interview am 17.1.2017

⁴³⁰ Vgl. Kolar, Interview am 7.2.2017

Im zurückliegenden Teilbereich wurden die von U.WE Mobil getätigten Kommunikationsmaßnahmen umfassend dargestellt. Im nächsten Abschnitt werden weitere Untersuchungsergebnisse hinsichtlich der Mobilitätsbedürfnisse der U.WE Mobil-Nutzer festgehalten und Ergebnisse präsentiert, wie mögliche Kunden für das Carsharing in Ottensheim, Gramastetten, Eidenberg und Lichtenberg zu künftigen Nutzern gemacht werden können.

8 Empirische Untersuchung

Im gegenständlichen Abschnitt werden die im Zuge der umfassenden empirischen Untersuchung gewonnenen Informationen präsentiert. Die Schwerpunkte dieser ausgewerteten Daten beschreiben thematisch die Mobilitätsbedürfnisse der befragten Nutzer sowie Ideen zur Gewinnung potenzieller Nutzer. Die Ergebnisse dieser Analyse dienen zur Ableitung von Handlungsempfehlungen für den Verein U.WE Mobil, um gegebenenfalls aus neu gewonnenen Erkenntnissen passende Instrumente und Maßnahmen in das Management der Dienstleistung Carsharing integrieren und umsetzen zu können.

8.1 Auswertung der Untersuchung

Welche Personengruppen das Carsharing in ländlichen Regionen generell nutzen, wurde im Zuge der Analyse einschlägiger wissenschaftlicher Literatur im Kapitel 4 behandelt. Die Nutzerstruktur von U.WE Mobil wurde im Kapitel 7 dargestellt. Die Ergebnisse der Prozessanalyse in Verbindung mit dem Praxistest des Autors sind im Kapitel 7.2 bei den Standortgemeinden enthalten. Die Mobilitätsbedürfnisse der Nutzer sowie Ideen zur Gewinnung neuer Nutzer für das E-Carsharing U.WE Mobil werden in der anschließenden Auswertung beschrieben.

8.1.1 Mobilitätsbedürfnisse der Nutzer

Die hier dargestellten Mobilitätsbedürfnisse von Carsharing-Nutzern sind das Resultat persönlicher Befragungen des Autors von insgesamt acht Mitgliedern des Vereins U.WE Mobil sowie von Vertretern aller fünf untersuchten Carsharing-Organisationen, inklusive von U.WE Mobil. Die Zusammensetzung der Befragten ist im Kapitel 2.4 erläutert.

Auf die Frage, zu welchem Zweck das E-Carsharing von U.WE Mobil genutzt wird, gab H. an, dass das Fahrzeug vorwiegend für Dienstfahrten der öffentlichen Einrichtung sowie für den Besuch von Außenstellen und Gemeinden gebucht wird. H. möchte, dass das E-Auto für alle Dienstfahrten genutzt wird, was jedoch derzeit aufgrund von Einschränkungen wie bspw.

die Reichweite des Elektroautos noch nicht möglich ist. H. hat das Carsharing-Angebot im vergangenen Quartal 15 Mal genutzt.⁴³¹

Auch B., ein Organ einer Gemeindeverwaltung nutzt das Auto für Dienstfahrten bzw. wird es von Mitarbeitern der Gemeinde bspw. zum Besuch von Bauverhandlungen eingesetzt.⁴³² A. ist Repräsentant eines selbständigen Unternehmens und verwendet das Fahrzeug nur für regionale, kurze Strecken, bspw. zum Besuch von Veranstaltungen. A. hat das Carsharing in den letzten drei Monaten erst einmal genutzt.⁴³³ F. ist in einem kleinen Dienstleistungsbetrieb in führender Position angestellt, nutzt das E-Carsharing aber rein privat bspw. für Einkäufe, Besuche, Transporte, Ausflüge und manchmal für den Weg zur Arbeit. Es werden vorwiegend Fahrten zurückgelegt, die mit dem Fahrrad nicht möglich sind. Der Weg zur Arbeit und wieder retour wird überwiegend mit dem Zug oder Bus zurückgelegt.⁴³⁴

C. ist zurzeit in Bildungskarenz, hat vergangenen Sommer das eigene Auto verkauft und nutzt neben dem Auto einer befreundeten Person das Carsharing-Fahrzeug bspw. zur Abholung der Großmutter vom Bahnhof sowie für dringende Arzttermine. Längere Fahrten hat sich C. wegen der kurzen Reichweite „(...) noch nicht zugetraut“. C. nutzte das Auto im Quartal ca. für insgesamt sechs Stunden.⁴³⁵ D. ist Teil einer Familienmitgliedschaft bei U.WE Mobil und hat das Auto selbst noch nicht in Anspruch genommen, aber der Ehepartner nutzt es dienstlich für Fahrten zu Meetings, zum Abholen des Kindes und für Kinobesuche. Carsharing dient ihnen nur für kurze Fahrten und nicht für Tagesausflüge.⁴³⁶

G.'s Familie reduzierte ihren Autobestand und besitzt jetzt, seit Kinder zur Familie gehören, ganz bewusst nur mehr ein eigenes Auto. Carsharing dient als Ersatz für das Zweitauto und es werden damit kurze Strecken für Arztbesuche, Einkäufe etc. erledigt. G. legt alle Fahrten, „(...) die sich mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht ausgehen (...)“, mit dem E-Car zurück. G. kam im letzten Quartal 2016 auf eine Nutzungsdauer von 30 Stunden.⁴³⁷ E. ist im Ruhestand und nutzt das Elektroauto zum Besuch der Mutter, für verschiedene Einkäufe und zum Testen von E-Tankstellen.⁴³⁸

A., und weitere Kollegen eines Unternehmens arbeiten mehr als einen Kilometer weit entfernt von der Carsharing-Station und kommen deshalb mit dem Auto zur Abholung des Elekt-

⁴³¹ Vgl. H., Interview am 17.1.2017

⁴³² Vgl. B., Interview am 24.1.2017

⁴³³ Vgl. A., Interview am 16.1.2017

⁴³⁴ Vgl. F., Interview am 16.1.2017

⁴³⁵ Vgl. C., Interview am 17.1.2017

⁴³⁶ Vgl. D., Interview am 18.1.2017

⁴³⁷ Vgl. G., Interview am 25.1.2017

⁴³⁸ Vgl. E., Interview am 17.1.2017

roautos. Ansonsten wohnen oder arbeiten alle Nutzer in unmittelbarer Umgebung des Carsharing-Standortes und gehen zu Fuß zum Standort, um das Fahrzeug auszuleihen. Lediglich F. kommt mit dem Rad, da dieser Nutzer ca. einen Kilometer von der Station entfernt wohnt. Für F. „(...) passt das voll gut (...)“ und es wird zur „(...) Gewohnheit, wenn man kein Fahrzeug hat“.⁴³⁹ C. findet den Standort „ok“ und würde sogar bis zu zwei Kilometer Entfernung zu Fuß „(...) in Kauf nehmen“.⁴⁴⁰ Auch G. wäre bereit, „(...) bis zu zwei Kilometer zum Standort zu gehen“.⁴⁴¹ Diese große Bereitschaft von C. und G. ist außergewöhnlich, da nach Aussage aller Vertreter der kontaktierten externen Carsharing-Organisationen die maximale Gehdistanz zur Ladestation etwa 500 Meter beträgt.⁴⁴²

Die ausschlaggebenden Gründe, warum die befragten Nutzer Mitglied beim Carsharing U.WE Mobil wurden, sind sehr vielfältig. Als wichtigste Motive wurden genannt, dass es „(...) keine anderen Mobilitätsangebote in der Gegend (...)“⁴⁴³ gibt bzw. überhaupt die „(...) Möglichkeit zu haben, mobil zu sein“⁴⁴⁴. Für E. war es auch „(...) Neugier (...)“⁴⁴⁵ und C. „(...) wollte Carsharing immer schon einmal ausprobieren“⁴⁴⁶. Auch die geringeren Fahrtkosten im Vergleich zu einem eigenen PKW spielten eine große Rolle.⁴⁴⁷ Für C. war neben den bereits genannten Gründen auch der Verkauf des eigenen Autos ein Motiv.⁴⁴⁸ Für A. stand im Vordergrund, als regionaler Betrieb „(...) mitzumachen“, das Thema Elektromobilität bewusst zu machen und eine Möglichkeit zur Bewerbung des Unternehmens vorzufinden.⁴⁴⁹ Für D. war es wesentlich, dass auch die Kinder ein Auto nutzen können, wenn sie es brauchen.⁴⁵⁰ E. wollte neben der Neugier „(...) diese Sache unterstützen (...)“ und ist an der Technik und am Mobilitätskonzept interessiert.⁴⁵¹ Zusätzlich war neben den geringeren Fahrtkosten für F. das „Teilen statt Besitzen“⁴⁵² wichtig und für H., damit einen Beitrag zum Umweltschutz leisten zu können.⁴⁵³

Die Beweggründe der Nutzer von U.WE Mobil, Carsharing in Anspruch zu nehmen, entsprechen den Erkenntnissen in der wissenschaftlichen Literatur, wie sie in Kapitel 4.2.2 und 4.2.2

⁴³⁹ Vgl. F., Interview am 16.1.2017

⁴⁴⁰ Vgl. C., Interview am 17.1.2017

⁴⁴¹ Vgl. G., Interview am 25.1.2017

⁴⁴² Vgl. Krisa, Interview am 9.3.2017; Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017; Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017; Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

⁴⁴³ C., Interview am 17.1.2017

⁴⁴⁴ G., Interview am 25.1.2017

⁴⁴⁵ E., Interview am 17.1.2017

⁴⁴⁶ C., Interview am 17.1.2017

⁴⁴⁷ Vgl. F., Interview am 16.1.2017; Vgl. H., Interview am 17.1.2017

⁴⁴⁸ Vgl. C., Interview am 17.1.2017

⁴⁴⁹ Vgl. A., Interview am 16.1.2017

⁴⁵⁰ Vgl. D., Interview am 18.1.2017

⁴⁵¹ Vgl. E., Interview am 17.1.2017

⁴⁵² F., Interview am 16.1.2017

⁴⁵³ Vgl. H., Interview am 17.1.2017

beschrieben sind. Starke Parallelen zwischen den Angaben der Nutzer von U.WE Mobil und der in der Mobilitätsstudie von Move Herzogenburg gemachten Aussagen gibt es auch über den jeweiligen Zweck der Carsharing-Fahrten. Demnach dienen fast die Hälfte aller Fahrten Freizeit Zwecken, gefolgt von Kinderbring und –hofahrten und Einkaufswegen.⁴⁵⁴

Dieser Teilabschnitt konnte die Frage nach den Mobilitätsbedürfnissen der Nutzer von U.WE Mobil beantworten. Durch das Ergebnis der Untersuchung konnte dargelegt werden, zu welchem Zweck die E-Autos genutzt werden und wie die Nutzer zur Carsharing-Station kommen. Das nächste Teilkapitel gibt Aufschluss darüber, wie Interessenten am Carsharing in den Landgemeinden von U.WE Mobil möglicherweise zu Mitgliedern und Nutzern gemacht werden könnten.

8.1.2 Gewinnung von potenziellen Nutzern

Die in der Folge präsentierten Ideen für die Gewinnung von zusätzlichen Nutzern für das Carsharing U.WE Mobil sind das Ergebnis persönlicher Befragungen des Autors von insgesamt acht Mitgliedern des Vereins U.WE Mobil sowie von Vertretern der vier untersuchten externen Carsharing-Organisationen sowie der Gemeindevertreterin einer U.WE Mobil-Standortgemeinde. Die Zusammensetzung der Befragten ist im Kapitel 2.4 im Detail erläutert. Sehr viele Anregungen, die von den Befragten mitgeteilt wurden, stimmen mit den Empfehlungen überein, die im Kapitel 5.4 in der wissenschaftlichen Literatur angeboten werden.

Aufgrund seiner tragenden Rolle nicht nur als Kommunikationsinstrument, sondern auch hinsichtlich Finanzierung von Carsharing-Projekten sei zuallererst das **Sponsoring** erwähnt. U.WE Mobil ist nicht nur an natürlichen Personen als Mitglieder interessiert, sondern auch an juristischen Personen wie Firmen, öffentlichen Einrichtungen und Vereinen. Kann mit einem interessierten Unternehmen eine Sponsoring-Vereinbarung getroffen werden, so bietet dies nicht nur eine werbliche Darstellungsmöglichkeit in Form einer Werbefolie am Carsharing-Wagen für das jeweilige Unternehmen, sondern ist auch ein wertvolles Kommunikationsmittel für U.WE Mobil. Alle Repräsentanten der vier befragten auswärtigen Carsharing-Organisationen heben die Bedeutung des Sponsoring als externes Kommunikationsinstrument hervor.⁴⁵⁵

⁴⁵⁴ Vgl. Krisa (2017), 17

⁴⁵⁵ Autor (2017)

Ein sehr effektives Kommunikationsmittel sind **örtliche Festveranstaltungen**, bei denen Carsharing vorgestellt, Informationen vermittelt und bestenfalls Testfahrten durchgeführt werden können. In Herzogenburg wurde das Carsharing-Projekt Move im Rahmen des Stadtfestes 2013 präsentiert⁴⁵⁶, auch beim Eferdinger Stadtfest und bei Marktfesten in den umliegenden Standortgemeinden wurde das Projekt E(F) vorgestellt⁴⁵⁷. In Freistadt wird es am 12. Mai 2017 ein mühlviertelweites „MühlFerdl“-Treffen geben, bei dem alle 15 MühlFerdl-Autos präsent sind und getestet und begutachtet werden können⁴⁵⁸.

Des Weiteren sind **Messen und Ausstellungen** ein geeigneter Marktplatz, um diese Dienstleistung zu bewerben. So gab und gibt es bei der Wirtschaftsmesse Herzogenburg die Möglichkeit, „Move“ persönlich kennenzulernen⁴⁵⁹, E(F) war beim Eferdinger „Autofrühling“ mit seinem Angebot präsent.⁴⁶⁰

Alle untersuchten Organisationen hielten mehr oder weniger große **Informationsveranstaltungen** ab, um Mitglieder für ihr Carsharing-Projekt anzuwerben. In Herzogenburg und Eferding fanden „(...) große (...)“ öffentliche Informationsveranstaltungen statt^{461,462}, „MühlFerdl“ führte sehr öffentlichkeitswirksame Übergaben der Standorte und Fahrzeuge durch⁴⁶³ und beim „E-Flitzer“ gab es bei jeder Standorteröffnung neben Information auch eine Verköstigung des Publikums⁴⁶⁴. E(F) bewirbt sein Carsharing bei sämtlichen Veranstaltungen, die im Rahmen der Klima- und Energiemodellregion Eferding stattfinden.⁴⁶⁵ Im Energiebezirk Freistadt gibt es sogen. Klimaschulen mit regelmäßigen Gruppentreffen, bei denen u.a. auch das Carsharing besprochen wird. Darüber hinaus wurden alle Gemeinden, Bürgermeister und Umweltausschüsse im Energiebezirk Freistadt angeschrieben und über das Mobilitätsprojekt informiert.⁴⁶⁶

Eine besondere Art der Informationsveranstaltung wird vom „MühlFerdl“ in Form von **Nutzerstammtischen** geboten. In allen teilnehmenden Gemeinden wurden und werden Nutzerstammtische unter Beisein von Gemeindevertretern, Nutzern, Carsharing-Verantwortlichen sowie Interessenten abgehalten, um einerseits erste Erfahrungen auszutauschen und Probleme zu besprechen und andererseits, um Nutzer zu animieren, neue Mitglieder in ihrem

⁴⁵⁶ Vgl. Koppensteiner, Interview am 9.3.2017

⁴⁵⁷ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

⁴⁵⁸ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁵⁹ Vgl. Koppensteiner, Interview am 9.3.2017

⁴⁶⁰ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

⁴⁶¹ Vgl. Koppensteiner, Interview am 9.3.2017

⁴⁶² Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

⁴⁶³ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁶⁴ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

⁴⁶⁵ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

⁴⁶⁶ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

näheren Lebensumfeld für das Carsharing zu begeistern. Neue Interessenten haben dabei die Möglichkeit, das Auto gratis zu testen.⁴⁶⁷ Herr Nussbaumer vom E-Flitzer Liezen würde gerne in allen Gemeinden im Bezirk Liezen Informationsveranstaltungen abhalten, was aber aufgrund fehlender Personal- und Zeitressourcen nicht möglich ist.⁴⁶⁸

Nutzer C. und D. schlagen vor, an Markttagen in der Gemeinde einen kleinen **Informationsstand** aufzustellen und diese Kommunikationsmöglichkeit zur Bewerbung von Carsharing zu nutzen.^{469,470} E. würde dazu auch noch die Möglichkeit zur Probefahrt anbieten.⁴⁷¹ H. meint, dass die Möglichkeit einer Testfahrt ein gutes Angebot ist.⁴⁷²

Eine bedeutende Rolle bei der Vermarktung der Dienstleistung von Carsharing am Land spielen örtliche und regionale **Printmedien**. Über Move Herzogenburg sind Berichte in den „Niederösterreichischen Nachrichten“⁴⁷³ zu finden, die oberösterreichischen Projekte „MühlFerdl“ und „E(F)“ sind regelmäßig in den „Tipps“ und in der „Rundschau“, weniger mit kostenintensiven Inseraten, aber vor allem mit kostengünstigen Berichten vertreten.^{474,475} Wiederkehrende Einschaltungen in Gemeindezeitungen, Bürgermeisterbriefen und anderen lokalen Printmedien gehören für manche Betreiber zu den grundlegenden Vermarktungsaktivitäten.^{476,477} Besonders aktiv und kreativ ist hier das Team um den „MühlFerdl“, die Ergebnisse aus ihren Nutzerstammtischen als Kurzstatements einzelner Nutzer in den Gemeindezeitungen abdrucken und publizieren lassen.⁴⁷⁸ Als Beispiel für eine umfassende Information dient die Einschaltung von U.WE Mobil in den Gemeindenachrichten Lichtenberg, die als Anhang VI ersichtlich ist.

Ein beliebtes und oft eingesetztes Kommunikations- und Informationsinstrument sind selbst kreierte **Flugblätter** bzw. **Folder**. Diese Druckwerke werden von allen befragten Organisationen eingesetzt, sollten ansprechend gestaltet sein und werden im Umkreis von 300 bis 500 Meter vom jeweiligen Carsharing-Standort an die Haushalte verteilt. „Wenn von 300 Aussendungen nur einer aufspringt, hat es sich gelohnt“⁴⁷⁹, sagt Herr Miesenberger zur Effektivität dieser Maßnahme. Diese kostengünstigen Printmedien sollten in allen Gemeindeämtern auf-

⁴⁶⁷ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁶⁸ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

⁴⁶⁹ Vgl. C., Interview am 17.1.2017

⁴⁷⁰ Vgl. D., Interview am 18.1.2017

⁴⁷¹ Vgl. E., Interview am 17.1.2017

⁴⁷² Vgl. H., Interview am 17.1.2017

⁴⁷³ Vgl. Koppensteiner, Interview am 9.3.2017

⁴⁷⁴ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁷⁵ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

⁴⁷⁶ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁷⁷ Vgl. Pözlberger, Interview am 22.3.2017

⁴⁷⁸ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁷⁹ Miesenberger, Interview am 21.3.2017

liegen und im Supermarkt auf der Pinnwand für An- und Verkäufe hängen.⁴⁸⁰ Beispielhaft ist eine aktuelle Postwurfsendung des „E-Flitzer“ als Anhang VII zu finden.

Zusätzlich zum Printbereich wird bspw. vom E-Carsharing „MühlFerdI“ auch noch das Medium **Radio** genutzt. In „Freies Radio Freistadt“ gibt es schon längere Zeit Sendungen zum Thema Energie und so konnten auch Nutzer des Carsharing bereits ihre Erfahrungen via Radio kundtun.⁴⁸¹

Elektronische Medien wie bspw. **soziale Online-Netzwerke** werden von den Organisationen sehr eingeschränkt bedient bzw. wurden damit bis jetzt keine zufriedenstellenden Ergebnisse erzielt. Vom „MühlFerdI“ wurden zwar Facebook-Gruppen eingerichtet, aber konkrete Nutzer sind daraus noch nicht hervorgegangen.⁴⁸² Ebenso erging es dem Verantwortlichen im Raum Liezen, der aber trotzdem künftig sehr zielgenaue Werbeaktivitäten speziell für junges Publikum zwischen 18 und 25 Jahren auf „Facebook“ plant, weil aus persönlichen Ansprachen von jungen Erwachsenen in örtlichen Vereinen noch keine konkreten Mitgliedschaften entstanden sind. Herr Nussbaumer vermutet die Ursache dafür in mangelnden Geldressourcen der jungen Menschen.⁴⁸³

Der Verantwortliche im Energiebezirk Freistadt „(...) glaubt nicht, dass junge Menschen kein oder zu wenig Geld hätten (...)\", sondern wie am Land üblich, auf ein „(...) Fahrzeug im Familienverband zurückgreifen können (...)“ und deshalb Carsharing nicht brauchen. Er kennt jedoch schon „(...) Eltern, die überlegen, für ihre Führerscheinneulinge kein weiteres Fahrzeug anzuschaffen, sondern stattdessen eine Mitgliedschaft im Carsharing mitzufinanzieren“.⁴⁸⁴ Hier gilt der in der Literatur gegebene Rat, für ein Carsharing-Projekt genügend Zeit einzukalkulieren.

Nach Ansicht von Nutzer A. sollten mehr Erfahrungsberichte mit Bildern auf „Facebook“ erscheinen und „(...) eine Geschichte darüber erzählt werden, dass Carsharing geschickt und praktisch ist“ und bspw. das Zweitauto eingespart werden kann. Interessenten würden durch personalisierte Beispiele, die in Form von Geschichten im Internet erzählt werden, angesprochen werden; zudem seien Kampagnen im Internet günstig und zielgerichtet durchführbar. Auch in der realen Welt sollten diese Erfahrungsberichte mündlich weitergegeben werden.⁴⁸⁵ Auch I. findet, dass Erfahrungen mit dem Carsharing auf „Facebook“ gepostet werden sollten

⁴⁸⁰ Vgl. C., Interview am 17.1.2017

⁴⁸¹ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁸² Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁸³ Vgl. Nussbaumer, Interview am 7.3.2017

⁴⁸⁴ Vgl. Miesenberger, Interview am 21.3.2017

⁴⁸⁵ Vgl. A., Interview am 16.1.2017

und dass bspw. über Dienstfahrten mit dem Elektroauto öffentlich berichtet wird. C. wünscht sich ebenfalls mehr Facebook-Auftritte sowie mehr und eine längere Präsenz von U.WE Mobil im Internet.⁴⁸⁶

Mundpropaganda sollte vor allem von den Gemeindevertretern bei Versammlungen proaktiv betrieben werden.^{487,488} Aber auch eine persönliche, mündliche Weitergabe von Informationen von Nutzern wäre sehr wertvoll,⁴⁸⁹ im Sinne von: „Tue Gutes und sprich darüber!“⁴⁹⁰

Über die bereits erwähnten Kommunikationsmaßnahmen der Carsharing-Betreiber hinaus wurde seitens Move Herzogenburg die herausragende Bedeutung des **Carsharing-Standortes** und des **Carsharing-Fahrzeuges** als Kommunikationsinstrument hervorgehoben. Laut Move „(...) ist das Fahrzeug und der Standplatz die beste Werbung, die es gibt, da diese beiden Faktoren Leute anziehen und neugierig machen“.⁴⁹¹ Mitglieder E. und G. finden auch, dass „(...) das Auto gesehen werden und unterwegs sein soll“.^{492,493}

H. schlägt vor, eine Kombination aus Fahrt und Einkauf mit einem „(...) kleinen **Gutschein** für ein Geschäft (...)“ anzubieten, also das Carsharing mit einem zweckgebundenen Angebot zu verknüpfen. Eine zusätzliche Kommunikationsschiene könnte in Richtung **örtlicher Vereine** gelegt werden, indem bspw. Feuerwehren sowie Sport- und Musikvereine als Mitglieder gewonnen werden, die Carsharing für verschiedene Aktivitäten ihrer Mitglieder einsetzen könnten. Auch das Dienstleistungsangebot „Essen auf Räder“ könnte via Carsharing betrieben werden.⁴⁹⁴

Wie potenzielle Nutzer für Carsharing, insbesondere für jenes von U.WE Mobil angesprochen und gewonnen werden können, wurde nach Auswertung der vorhandenen Untersuchungsergebnisse in diesem Teilabschnitt umfassend beantwortet. Sämtliche Vorschläge, die von anderen Carsharing-Organisationen sowie von Nutzern selbst gemacht wurden, entsprechen den wissenschaftlichen Empfehlungen, wie sie unter Kapitel 5.4.1 und 5.4.2 erläutert wurden. Abschließend wird in der folgenden Aufstellung nochmals zusammengefasst, mit welchen Kommunikationsinstrumenten zusätzliche Nutzer für das Carsharing U.WE Mobil gewonnen werden könnten:

⁴⁸⁶ Vgl. C., Interview am 17.1.2017

⁴⁸⁷ Vgl. Durstberger, Interview am 24.1.2017

⁴⁸⁸ Vgl. I., Interview am 24.1.2017

⁴⁸⁹ Vgl. D., Interview am 18.1.2017

⁴⁹⁰ Vgl. G., Interview am 25.1.2017

⁴⁹¹ Koppensteiner, Interview am 9.3.2017

⁴⁹² Vgl. E., Interview am 17.1.2017

⁴⁹³ Vgl. G., Interview am 25.1.2017

⁴⁹⁴ Vgl. H., Interview am 17.1.2017

- **Sponsoring**
- **Örtliche bzw. regionale Festveranstaltungen**
- **Örtliche bzw. regionale Messen und Ausstellungen**
- **Informationsveranstaltungen, Info-Stände**
- **Nutzerstammtische**
- **Lokale und regionale Printmedien**
- **Flugblätter und Folder**
- **Lokale und regionale Radiosender**
- **Soziale Online-Netzwerke**
- **Mundpropaganda**
- **Carsharing-Station und Carsharing-Fahrzeug**
- **Ansprache von örtlichen Vereinen**

Im nächsten und letzten Schritt dieses Kapitels wird versucht, die umfangreichen Ideen in konkrete Handlungsempfehlungen für das Carsharing U.WE Mobil abzuleiten.

8.2 Ableitung von Handlungsempfehlungen

Wissenschaftliche Literatur bietet für Carsharing-Projekte bereits viele Handlungsanleitungen und Umsetzungsvorschläge an, auch für Konzepte des Autoteilens in ländlichen Regionen, wie sie im Kapitel 5 beschrieben sind. Zusätzlich wurden im Rahmen dieser Arbeit von Vertretern anderer Carsharing-Betreiber sowie von Nutzern zahlreiche Vorschläge erhoben, die dem Verein U.WE Mobil für die Bewirtschaftung des Carsharing dienlich sein können. Die in der Folge angeführten Handlungsempfehlungen beantworten die zentrale Frage nach Wegen und Möglichkeiten, wie potenzielle Interessenten angesprochen und als Mitglieder für den Carsharing-Verein U.WE Mobil rekrutiert werden können.

Eine Reihe von Kommunikationsinstrumenten zur Ansprache von Interessierten wurden und werden bereits eingesetzt. Diese sollten auch künftig zur Anwendung kommen, um Menschen zu erreichen, die sich für Carsharing in Urfahr-West interessieren. Das sind zuerst die **Fahrzeuge und Stationen** des Carsharing U.WE Mobil selbst, die gut mit ihrem Umfeld kommunizieren und ansprechende Außenwirkung aufweisen sollten. Sämtliche Elektroautos in den vier Gemeinden sind attraktive und funktional zweckmäßige Fahrzeuge. Bei den Carsharing-Standorten sollte, wie bereits bei den praktischen Untersuchungsergebnissen er-

wähnt, überlegt werden, ob die Platzierung in *Gramastetten* in der Tiefgarage ausreichend mit ihrer Umwelt kommunizieren kann. Da sich der Standplatz abseits des Hauptstroms des Fahrzeug- und Fußgängerverkehrs befindet und von dort auch nicht eingesehen werden kann, entspricht diese Situierung nicht den empfohlenen Vorgaben. Es wird zwar eine adäquate Beschilderung angebracht, aber längerfristig sollte ein neuer, gut einsehbarer Standplatz im Zentrum angedacht werden.

Ein weiterer Erfolgsfaktor von U.WE Mobil sind die sogen. **Ortskoordinatoren** in den einzelnen Gemeinden, die durch ihr freiwilliges Engagement den Alltagsbetrieb im Carsharing ermöglichen. Diese Menschen sind tragende Säulen des Carsharing in den Landgemeinden und sollten dementsprechend gewürdigt und motiviert werden. Wenn möglich, sollte zu der bereits tätigen Einzelperson pro Standort noch ein zweites verlässliches und engagiertes Mitglied als Ortskoordinator gefunden und installiert werden. Darüber hinaus wird empfohlen, diese Personen dahingehend zu motivieren, andere Menschen in ihrem Lebensumfeld auf das Dienstleistungsangebot anzusprechen. Dies gilt auch für alle anderen interessierten Mitglieder, die gerne und überzeugend als Kommunikatoren tätig werden könnten, um Menschen in ihrer Umgebung von den Vorteilen des Carsharing zu überzeugen. Als Musterbeispiel seien hier die sogen. **Nutzerstammtische** beim MühlFerdL erwähnt.

Eine weiteres Forum, interessierte Personen für Carsharing anzusprechen, sind die von der Energiemodellregion Freistadt praktizierten **Klimaschulen**. Falls es diese Einrichtung in der Energiemodellregion Urfahr-West auch gibt, würde dieser Personenkreis den Kommunikationsbereich weiter ausdehnen und Informationsaktivitäten sinnvoll erscheinen lassen. Unabhängig davon sollte überlegt werden, **Informationsveranstaltungen**, wie sie in jeder Gemeinde beim Start des Carsharing-Projekts abgehalten wurden, auch während der Laufzeit regelmäßig durchzuführen, um weitere Mitglieder anzuwerben.

Die große Bedeutung des **Sponsoring** mit seiner Außenwirkung wurde bereits hervorgehoben und sollte von U.WE Mobil vorrangig behandelt werden, da die Sponsoring-Einnahmen nicht nur einen Teil der Finanzierung sicherstellen, sondern die Sponsoring-Gegenleistung in Form von Werbefolien auf den Carsharing-Autos eine wirksame Kommunikationsaufgabe erfüllen. Zur Sponsorensuche und einem erfolgreichen Abschluss von Sponsoring gibt es ausreichend Literatur als Hilfestellung.

Ein weiteres Marketinginstrument, das bereits mehrfach genutzt wurde, ist die Präsentation des Carsharing anlässlich von **örtlichen Festveranstaltungen**. Diese Präsentationsform sollte bestmöglich und so oft es geht genutzt und zusätzlich die Möglichkeit zur Testfahrt

angeboten werden. Auch **Messen und Ausstellungen**, die, bezogen auf die Zielgruppe, geografisch und thematisch sinnvoll erscheinen, sollten als Markt erkannt werden. Empfohlen wird auch, was von den Befragten mehrmals vorgeschlagen wurde, und zwar an Markttagen in den jeweiligen Gemeinden einen kleinen **Informationsstand** aufzustellen und das Carsharing anzupreisen; mit dem Angebot, das Fahrzeug kurz ausprobieren zu können.

Weiterhin getätigt werden sollten Einschaltungen in lokalen und regionalen **Printmedien**, wobei dabei der Fokus weniger auf kostenintensive Inserate gelegt werden sollte, sondern eher auf kostengünstige oder kostenlose Berichte. Gemeindebezogene Druckwerke wie Gemeindezeitungen, Bürgermeisterbriefe, aber auch solche von Vereinen (bspw. Festschriften) könnten ohne großen Aufwand als mediale Präsentationsfläche regelmäßig beansprucht werden. In diesen Medien sollten klassische Werbebotschaften eher zurückhaltend eingesetzt werden und vielmehr auf emotionale Berichterstattung aufgebaut werden. Praktische Erfahrungsberichte von Carsharing-Nutzern, die über die Vorteile dieser Mobilitätsform berichten, könnten für bereits Interessierte den entscheidenden Impuls hin zu einer Mitgliedschaft ausmachen.

In den Gemeindeämtern von U.WE Mobil-Standortgemeinden liegen bereits **Informationsfolder** auf, die von interessierten Besuchern gratis entnommen werden können. Bei diesem Kommunikationsinstrument sollte geprüft werden, ob es nicht auch an anderen öffentlich zugänglichen Stellen aufgelegt werden könnte (bspw. in Arztpraxen oder Wirtschafts- und Handelsbetrieben). Auch mit der Auflage in Fahrschulen in der Region würden insbesondere junge Erwachsene erreicht, die dann bewusst zwischen einem Dritt- oder Viertauto in der Familie und einer Mitgliedschaft im Carsharing wählen können.

Ein Vorschlag, der viel Potenzial verspricht und daher umgesetzt werden sollte, ist die Verteilung von **Flugblättern** an Haushalte im Umkreis von ca. 300 – 500 m rund um den Carsharing-Standort. Dieses Instrument ist effektiv, weil die örtliche Zielgruppe konkret angesprochen werden kann und zudem effizient, weil sich der Aufwand in Grenzen hält. Auch dieses Medium könnte bei Bedarf regelmäßig im Frühling jedes Jahres gestreut werden.

Radio und Fernsehen sind zwar grundsätzlich als eher teure Werbemedien bekannt, könnten aber trotzdem kostengünstig als Forum zur Berichterstattung genutzt werden. So wie der MühlFerdl hin und wieder im „Freien Radio Freistadt“ auftritt, könnte auch U.WE Mobil bei „Life Radio“ oder „Radio Oberösterreich“ anfragen, um gut vorbereitete Erfahrungsberichte von Nutzern senden zu lassen. Auch der Fernsehsender „LT 1“ könnte darauf angesprochen werden.

Eine Kommunikationsmöglichkeit, die bei U.WE Mobil bisher (noch) nicht von Erfolg begleitet war, ist der große und zukunftsorientierte Bereich der **Online-Kommunikation**. Ein Teilaspekt betrifft die Darstellungsmöglichkeit im Internet in Form einer **Homepage**. Hier verfügt U.WE Mobil im Vergleich zu den vier anderen untersuchten Projekten, aber auch weiteren Carsharing-Organisationen in Österreich über eine wenig attraktive und informative Website. Die Seite ist optisch nicht ansprechend und bietet für Erstinteressierte zu wenig Information über grundlegende Fragen. So wird dem Besucher auf der Homepage bspw. die Basisinformation über die angebotenen Fahrzeugstandorte der Organisation vorenthalten. Erst bei Anklicken der Rubrik „Tarifordnung“ kann dieser entnommen werden, dass in vier Gemeinden Carsharing angeboten wird. Die Homepage von „MühlFerdl“ wird an dieser Stelle als Vorbild empfohlen.

Aber nicht nur die eigene Homepage müsste grundlegend adaptiert werden, sondern auch eine Präsenz auf **Homepages von Kooperationspartnern oder Stakeholdern** in Betracht gezogen werden, bspw. jene von der Interessensgemeinschaft aus Wirtschaftstreibenden und Landwirten, www.guute.at. Das Carsharing von U.WE Mobil nutzt die GUUTE-Card (Einkaufskarte) als Funktionskarte für das Öffnen und Schließen der Elektroautos. Es liegt daher nahe, auch zumindest auf der Homepage dieses Partners mit einem Hinweis, Link oder mit Beiträgen präsent zu sein. Eine Online-Präsenz könnte auch bei anderen Stakeholdern, wie Gemeinden, Unternehmen sowie Vereinen angedacht werden.

Ein weiterer Teilbereich der Online-Kommunikation betrifft die **Social Media-Plattformen**, auf denen online Informationen, Meinungen, Erfahrungen bspw. als Beitrag über den Carsharing-Verein bzw. seine Aktivitäten auf Facebook platziert werden können. Hier sollte es nicht nur bei der Einrichtung einer Facebook-Seite bleiben, sondern auch bspw. Weblogs, Webforen, Wikis, Videos und Bilder generiert werden. Erfahrungsberichte mit Bildern und „(...) eine Geschichte darüber zu erzählen, dass Carsharing geschickt und praktisch ist (...)“⁴⁹⁵ und bspw. das Zweitauto eingespart werden kann, ist eine Möglichkeit zur Vermittlung. Interessenten würden durch personalisierte Beispiele, die in Form von Geschichten im Internet erzählt werden, angesprochen werden.

Ein effizientes Kommunikationsinstrument, das ebenfalls verwendet werden könnte ist das **Direct Marketing**, bei dem durch gezielte Einzelsprache ein direkter Kontakt zum Mitglied/Nutzer hergestellt wird. Dies könnte insbesondere in Form eines Werbebriefs samt Ein-

⁴⁹⁵ A., Interview am 16.1.2017

kaufsgutschein oder eines zusätzlichen Stundenkontingents zur Gratisnutzung erfolgen, um bestehende Nutzer zu animieren, die Fahrzeuge besser auszulasten.

Eine zusätzliche Kommunikationsschiene könnte in Richtung **örtlicher Vereine** gelegt werden, indem bspw. Feuerwehren sowie Sport- und Musikvereine gezielt angesprochen werden, ob Carsharing für verschiedene Vereinsaktivitäten einsetzbar wäre.

Ein sehr bedeutendes Kommunikationsmittel stellt die **Mundpropaganda** dar, da sie mit wenig Aufwand sehr effektiv ausgeübt werden kann. Dieses ressourcenschonende Instrument der zwischenmenschlichen Verständigung sollte nicht nur von den Vorstandsmitgliedern des Vereins U.WE Mobil intensiv und proaktiv betrieben werden, sondern auch von den Gemeindevetretern und von möglichst vielen Mitgliedern. Dahingehend braucht es aber Überzeugungsarbeit, um vor allem die Mitglieder zu motivieren, damit diese als Kommunikatoren die Botschaft des Carsharing weitertragen. Als mögliches Anwendungsmodell wird hier nochmals auf die anfangs erwähnten **Nutzerstammtische** bei „MühlFerdl“ hingewiesen. Bei derartigen Stammtischen kann die Verbundenheit unter den Mitgliedern und die Identifikation mit dem Projekt gestärkt werden. Dies würde möglicherweise auch zu einer vermehrten Nutzung des Carsharing bei bestehenden Mitgliedern führen. Das Carsharing von Move Herzogenburg, wo das Vereinsleben sehr bewusst und aktiv gelebt wird, kann diesbezüglich auch als Vorbild betrachtet werden.

Diese selbstbewusste Präsenz als Verein mit einer klaren Ausrichtung des **Carsharing als gemeinnützige Einrichtung ohne Profitstreben** kann für alle Carsharing-Projekte am Land als richtungsweisend angesehen werden, insbesondere auch für U.WE Mobil. Der Sharing-Gedanke sollte im Vordergrund stehen und das Carsharing-Konzept als erfolgreich angesehen werden, solange es kostendeckend betrieben werden kann. Eventuelle positive Betriebsergebnisse sollten ausschließlich für Investitionen in die Erneuerung oder Verbesserung des Betriebs verwendet werden. Das Streben nach Profit sollte den kommerziellen Anbietern im städtischen Raum überlassen werden.

Abschließend empfiehlt der Autor dieser Masterarbeit dem Verein U.WE Mobil, die beschriebenen und bisher noch nicht genutzten Potenziale bestmöglich zu aktivieren. Dazu gehört auch eine umfassendere Sicht auf das eigene Carsharing-Projekt, indem bspw. vorhandenes **Know-how** von anderen Carsharing-Organisationen und -betreibern in Österreich abgefragt und genutzt wird. In Form von gegenseitigem **Erfahrungsaustausch** könnten so mit wenig Aufwand Mängel bzw. Lücken im eigenen Projekt beseitigt bzw. geschlossen werden. Die in dieser Arbeit bereits angeführte Annäherung zwischen den Carsharing-Projekten U.WE Mo-

bil und **MühIFerdI** sollte weiter vertieft werden und mittelfristig zu einer gemeinsamen und nach außen hin einheitlichen Vermarktung des Carsharing-Angebots im Mühlviertel führen.

Im zurückliegenden achten Kapitel erfolgte die Auswertung der empirischen Untersuchung hinsichtlich der Mobilitätsbedürfnisse der Nutzer sowie der Gewinnung von potenziellen Interessenten für U.WE Mobil. Aus den vorliegenden Untersuchungsergebnissen wurden entsprechende Handlungsempfehlungen für den Verein U.WE Mobil abgeleitet. Das nun folgende neunte und letzte Kapitel bringt eine Zusammenfassung der Arbeit samt Schlussfolgerungen daraus.

9 Zusammenfassung und Schlussfolgerung

Die Bearbeitung wissenschaftlicher Literatur hat gezeigt, dass Carsharing in urbanen Räumen sehr stark vertreten ist und dort auch profitabel betrieben werden kann. Aber auch in ländlichen Regionen kann Carsharing als alternative Mobilitätslösung einen Beitrag zu einer nachhaltigen Mobilität leisten. In ökologischer, ökonomischer sowie sozialer Hinsicht kann das gemeinschaftliche Teilen von Autos zur Erhaltung bzw. sogar zur Steigerung der Lebensqualität beitragen, obwohl die strukturellen Rahmenbedingungen am Land die Etablierung von Carsharing eher erschweren. Herausforderungen, wie die Zersiedelung, die zunehmende Alterung der Gesellschaft sowie eine mangelhafte Nahversorgung in ländlichen Gegenden und topografisch ungünstige Lagen hemmen die Entwicklung nachhaltiger Mobilität. Der private PKW wird laut Experten auch in den nächsten Jahren noch das dominierende Verkehrsmittel am Land bleiben.

Trotzdem ist festzustellen, dass gerade in ländlichen Gemeinden immer mehr engagierte Einrichtungen nachhaltige Mobilität in Form von Carsharing anbieten. U.WE Mobil ist eine dieser Organisationen und bietet seit rund eineinhalb Jahren E-Carsharing in der Region Urfahr-West an. Dieses wird nicht, wie im städtischen Bereich, als kommerzielles Carsharing mit Profitabsicht betrieben, sondern als lokales oder regionales Carsharing mit dem Ziel durchgeführt, einerseits Menschen am Land zukunftsorientierte Mobilität zu ermöglichen und sich, wirtschaftlich betrachtet, mit einer Kostendeckung zu begnügen. Die befragten Vertreter von bestehenden Carsharing-Organisationen in ländlichen Gebieten weisen darauf hin, dass strukturelle Gegebenheiten, wie bspw. eine geringe Bevölkerungsdichte oder ein unzureichendes ÖV-Angebot kein oder nur ein geringes Hindernis für eine gemeinschaftliche Autonutzung darstellen. Im Vordergrund steht hier eindeutig der Sharing-Gedanke, also möglichst vielen Interessenten eine innovative und umweltfreundliche Möglichkeit zur individuellen Fortbewegung offerieren zu können.

Die Ergebnisse der empirischen Erhebung durch persönliche Befragung von Nutzern sowie Vertretern von Carsharing-Organisationen sind nahezu deckungsgleich mit den Angaben in der wissenschaftlichen Literatur zu Carsharing, was die Mobilitätsbedürfnisse von Nutzern betrifft. Carsharing wird demnach vorwiegend für Kurzstrecken genutzt, um Einkäufe zu erledigen, Besuche abzustatten oder verschiedene Hol- und Bringdienste zu organisieren. Öffentliche Einrichtungen und Unternehmen nutzen das Carsharing-Angebot überwiegend für Dienstfahrten ihrer Mitarbeiter. Die Carsharing-Dienstleistung in einer ländlichen Gemeinde wird von Mitgliedern bzw. Familien sowohl als Ersatz für ein Zweit-, Dritt- oder Viertauto

wahrgenommen, für einige Wenige ersetzt es sogar das einzige eigene Fahrzeug. Die Motivation zur Inanspruchnahme von Carsharing liegt neben wirtschaftlichen Interessen auch in ökologischen und sozialen Überlegungen. Des Weiteren wurde durch die Interviews bekannt, dass Elektromobilität für den ländlichen Raum bestens geeignet ist und nicht nur auf die Nutzer eine hohe Attraktivität ausübt, sondern auch Vorbildwirkung für die Gesellschaft hat und als innovatives Aushängeschild für Gemeinden fungiert.

Um ein Carsharing-Projekt im ländlichen Raum erfolgreich umsetzen zu können, braucht es vorweg eine solide Finanzplanung, die alle Kostenfaktoren berücksichtigt und Sponsoring und Fördermittel als wesentliche Finanzierungsquellen erkennt. Mindestens so bedeutend sind das Wohlwollen und die Unterstützung der Gemeindevertretung. Weiters ist die lokale Bevölkerung in die Planung und Umsetzung miteinzubinden und das Carsharing-Angebot bestmöglich zu bewerben. Als entscheidend für den Erfolg von Carsharing in einer ländlichen Kommune ist der Einsatz einer engagierten Person, eines sogen. „Kümmers“, der die Dienstleistung bzw. das Fahrzeug vor Ort betreut und auch als kommunikativer Multiplikator agiert.

Sowohl in der recherchierten Literatur, als auch anhand von Aussagen der befragten Personen gibt es eine Fülle an Kommunikationsmaßnahmen, die dazu dienen, neue Interessenten für Carsharing in einer Landgemeinde anzusprechen und sie zu Mitgliedern bzw. Nutzern zu machen. Die Qualität der Dienstleistung sowie die Attraktivität des Fahrzeuges sind grundlegende Kommunikationsinstrumente, die durch das proaktive Werben von Vereinsvertretern, Vereinsmitgliedern und Gemeindevertretern ergänzt werden soll. Das Eingehen von Kooperationen mit lokalen Unternehmen, Vereinen, Gemeindeverwaltungen bzw. auch mit anderen Carsharing-Anbietern wird ausdrücklich empfohlen, weil daraus ebenso neue Nutzer rekrutiert werden können. Nutzerstammtische, wie sie von der Carsharing-Organisation „Mühl-Ferdl“ abgehalten werden, sind beispielgebend. Generell gilt Mundpropaganda in diesem Dienstleistungsbereich als sehr effektives und effizientes Kommunikationsmittel. Eine regelmäßige physische Präsenz in Form von Informationsständen bei örtlichen und regionalen Festveranstaltungen, Messen und Ausstellungen sowie an Markttagen ist erfolgversprechend zur Information und Anwerbung neuer Mitglieder. Neben diesen Aktivitäten ist es ratsam, lokale und regionale Printmedien, Radio- und TV-Sender sowie den noch mangelhaft genutzten Online-Social-Media-Bereich als Kommunikationsinstrumente zu bespielen.

Das Dienstleistungsmarketing bietet eine Fülle von Kommunikationsvorschlägen an, die zur Gewinnung von potenziellen Nutzern für das E-Carsharing von U.WE Mobil herangezogen und umgesetzt werden können. Mindestens so wichtig erscheint jedoch, dass das Projekt vor

allem ideell vom Vereinsvorstand und seinen Mitgliedern getragen wird und eine starke Identifikation mit den Zielen des Vereins entwickelt und geschaffen wird. Diese, am Sharing-Gedanken und an einer lebendigen Gemeinschaft orientierten Haltung, wie sie bspw. vom Verein Move Herzogenburg gelebt wird, ist ein starkes Kommunikationsinstrument, das auf seine Umgebung anziehend und gewinnend ausstrahlen kann.

LITERATURVERZEICHNIS

Bücher und Fachbeiträge

Berekoven, Ludwig/ Eckert, Werner/ Ellenrieder, Peter: Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden 2004

BMLFUW (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt- und Wasserwirtschaft, o.V.: Österreichisches Programm für ländliche Entwicklung 2014-2020, Wien 2016

BMVIT (Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie), o.V.: Strategie und Instrumente sowie prioritäre Anwender- und Einsatzbereiche für den Nationalen Einführungsplan Elektromobilität, Wien 2010

BMVIT (Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie), o.V.: Gesamtverkehrsplan für Österreich, Wien 2012, 7-12

BMVIT (Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie), o.V.: Nationaler Strategierahmen „Saubere Energie im Verkehr“, Wien 2016

Bortz, Jürgen/ Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 4. Auflage, Heidelberg 2006, 319-370

Burkhardt/Millard-Ball 2006, 100; **Firnborn/Müller** 2012, 269; **Krietemeyer** 2012, 111f.; **Martin et al.** 2010, 7; **Witzke/ Meier-Berberich** 2015, 13 zit. nach: **Witzke, Sarah:** Carsharing und die Gesellschaft von Morgen. Ein umweltbewusster Umgang mit Automobilität? Wiesbaden 2016, 15

Demary, Vera: Ökonomie des Teilens – nachhaltig und innovativ? In: Wirtschaftsdienst 2015/2, o.O., 96-98

E(F) Mobil, o.V.: Infoseite Carsharing E(F) Mobil, Eferding 2014

Ernst, Thomas/ Fischer, Susanne/ le Bris, Jessica/ Rothfuß, Rainer: Neue Wege für Kommunen. Elektromobilität als Baustein zukunftsfähiger kommunaler Entwicklung in Baden-Württemberg, Tübingen 2011, 21-63

Grimm, Fred/ Kunze, Anne: „Meins ist Deins 3.0“ in: Enorm – Wirtschaft. Gemeinsam. Denken. Band 2, Social Publish Verlag 2010 GmbH, Hamburg 2011, 20-24

Holz-Rau, C. / Günthner, S. / Krummheuer, F.: Daseinsvorsorge ist keine Dortseinsvorsorge. Hinweise zur Planung in dünn besiedelten Räumen. In: Informationen zur Raumentwicklung, Heft 7, Bonn 2010, 491-502

Hopp, Helmut/ Göbel, Astrid: Management in der öffentlichen Verwaltung. Organisations- und Personalarbeit in modernen Kommunalverwaltungen, 2. Auflage, Stuttgart 2004

Kieser, Alfred/ Walgenbach, Peter: Organisation. 5. Auflage, Stuttgart 2007, 82-83

Krisa, Harald: E-Carsharing in Herzogenburg. Mobilitätsstudie des Vereins MOVE. Zweiter Zwischenbericht, Herzogenburg 2017, 1-25

Matys, Ernst: Dienstleistungsmarketing. Kunden finden, gewinnen und binden – mit Leitfaden zum Marketingkonzept, Heidelberg 2007, 18-119

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 8. Auflage, Weinheim und Basel 2003

Meffert, Heribert/ Bruhn, Manfred/ Hadwich, Karsten: Dienstleistungsmarketing. Grundlagen, Konzepte, Methoden. 8. Auflage, Wiesbaden 2015, 311-397

Münz, Rainer: Das graue und das bunte Österreich – Demografische Herausforderungen im 21. Jahrhundert in: Versicherungsrundschau, o.O., Ausgabe 7-8/2015

ÖROK, o.V.: Österreichisches Raumentwicklungskonzept, ÖREK2011, Wien 2011, 50-88

Parzinger, Gerhard/ Rid, Wolfgang/ Müller, Ulrich/ Grausam, Michael: Elektromobilität im Carsharing. Status quo, Potenziale und Erfolgsfaktoren. Begleitforschung zu den Modellregionen Elektromobilität des BMVI – Ergebnisse des Themenfeldes Flottenmanagement, Berlin 2016, 14-128

Perschl, Magdalena/ **Posch**, Alfred: Nutzen statt Besitzen: eine Einführung in das Thema Carsharing, in: **Egger**, Rudolf/ **Posch**, Alfred: Lebensentwürfe im ländlichen Raum. Ein prekärer Zusammenhang? Wiesbaden 2016, 250-264

Pfeiffer, Berthold: Ergebnis der Verkehrserhebung 2012. Das Mobilitätsverhalten der Wohnbevölkerung und das Verkehrsaufkommen im Bezirk Urfahr-Umgebung. Amt der O.Ö. Landesregierung (Hrsg.), Linz 2014, 3-6

Priddat, Birger P.: Share Economy. Mehr Markt als Gemeinschaft, in: Zeitgespräch. Wirtschaftsdienst, o.O., 2015

Riegler, Sebastian/ **Juschten**, Maria/ **Hössinger**, Reinhard/ **Gerike**, Regine/ **Rößger**, Lars/**Schlag**, Bernhard/ **Manz**, Wilko/ **Rentschler**, Christoph/ **Kopp**, Johanna: CarSharing 2025 – Nische oder Mainstream?, o.O., 2016, 12-119

Schipfer, Rudolf Karl: Der Wandel der Bevölkerungsstruktur in Österreich, Wien 2005, 2-16

Scholl, Armin: Die Befragung, Konstanz 2003, 66-70

Scholl, Gerd/ **Gossen**, Maïke/ **Grubbe**, Magnus./ **Brumbauer**, Tanja.: Alternative Nutzungskonzepte – Sharing, Leasing und Wiederverwendung, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) im Auftrag des Bundesumweltministeriums und des Umweltbundesamtes, Berlin 2013, 4 zit. nach: Witzke, Sarah: Carsharing und die Gesellschaft von Morgen. Ein umweltbewusster Umgang mit Automobilität? Wiesbaden 2016, 7

Scholl, Gerd/ **Gossen**, Maïke/ **Grubbe**, Magnus./ **Brumbauer**, Tanja.: Alternative Nutzungskonzepte – Sharing, Leasing und Wiederverwendung, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) im Auftrag des Bundesumweltministeriums und des Umweltbundesamtes, Berlin 2013, 2-12

Schrader, Ulf zit. nach: Grimm, Fred/ **Kunze**, Anne: „Meins ist Deins 3.0“ in: Enorm – Wirtschaft. Gemeinsam. Denken. Band 2, Social Publish Verlag 2010 GmbH, Hamburg 2011

Shaheen/Cohen (2007), 82 zit. nach: **Witzke**, Sarah: Carsharing und die Gesellschaft von Morgen. Ein umweltbewusster Umgang mit Automobilität? Wiesbaden 2016, 10

Sommer, Carsten/ **Mucha**, Elena: Integrierte multimodale Mobilitätsdienstleistungen, in: **Proff**, Heike: Radikale Innovationen in der Mobilität. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte, Wiesbaden 2014, 505-512

Stampfl, Nora: Homo collaborans – Neue Konsummuster in der Sharing Economy. Marketing Review St. Gallen 4/2015, 19-20

Theurl, Theresia: Ökonomie des Teilens: Governance konsequent zu Ende gedacht, in: Zeitgespräch. Wirtschaftsdienst, o.O., 2015

Tils, Gabriele/ **Rehaag**, Regine/ **Glatz**, Andreas: Carsharing – ein nachhaltiger Beitrag zur Mobilität. Working Paper des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf 2015, 6-20

Voeth, Markus/ **Pölzl**, Jana/ **Kienzler**, Oliver: Sharing Economy – Chancen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für den Wandel vom Produktgeschäft zur interaktiven Dienstleistung am Beispiel des Car-Sharings, in: **Bruhn**, Manfred/ **Hadwich**, Karsten (Hrsg.): Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen. Strategische Ausrichtung von Kundeninteraktionen, Geschäftsmodellen und sozialen Netzwerken, Wiesbaden 2015, 472-485

Wagner, Karl Werner/ **Käfer**, Roman: PQM - Prozessorientiertes Qualitätsmanagement, Leitfaden zur Umsetzung der neuen ISO 9001, 5. Auflage, München 2010

Weber, Jürgen: Elektromobilität als Impulsgeber für ländliche Räume - Erste Erfahrungen aus dem südbayerischen Automobilcluster und dem Modellprojekt Elektromobilität im Bayerischen Wald (E-Wald), Hannover 2016, 95-104

Witzke, Sarah: Carsharing und die Gesellschaft von Morgen. Ein umweltbewusster Umgang mit Automobilität? Wiesbaden 2016, 1-15

Zeppenfeld, Runa: Nachhaltige Mobilität im ländlichen Raum, in: **Rein**, Hartmut/ **Schuler**, Alexander (Hrsg.): Tourismus im ländlichen Raum, Wiesbaden 2012

Internetquellen

APA-OTS, Ist die Zukunft der Mobilität elektrisch? Pressegespräch anlässlich der 54. Fachtagung der Österreichischen Gesellschaft für Energietechnik
https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20161122_OTS0196/ist-die-zukunft-der-mobilitaet-elektrisch-bil Stand (12.04.2017)

Bad Aussee, Zahlen & Fakten, <http://www.badaussee.at/zahlen-fakten> Stand (12.03.2017)

BCS (Bundesverband CarSharing), Definition Carsharing, <https://carsharing.de/alles-ueber-carsharing/ist-carsharing/begriffsbestimmung> Stand (25.02.2017a)

BCS (Bundesverband CarSharing), Carsharing-Jahresbilanz 2016, https://carsharing.de/sites/default/files/uploads/pm_carsharing-bilanz_2017.pdf Stand (25.02.2017b)

BCS (Bundesverband CarSharing), Was ist Carsharing?, <https://carsharing.de/alles-ueber-carsharing/ist-carsharing/ist-carsharing> Stand (25.02.2017c)

BCS (Bundesverband CarSharing), Elektrofahrzeuge im deutschen CarSharing, <https://carsharing.de/alles-ueber-carsharing/carsharing-zahlen/aktuelle-zahlen-daten-zum-carsharing-deutschland> Stand (25.02.2017d)

BMVIT, S 10 Mühlviertler Schnellstraße, <https://www.bmvit.gv.at/verkehr/strasse/autostrasse/s10/> Stand (17.03.2017)

Böhm, Martin/ Flechl, Barbara/ Menzel, Gerhard/ Pfliegl, Reinhard/ Russ, Martin/ Zwick, Katharina/ Matiasek, Florian/ Molin, Helge/ Schwammenhöfer, Franz: IVS-Aktionsplan Österreich, Strategie zur Umsetzung eines Intelligenten Verkehrssystems in Österreich 2011, Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie – BMVIT (Hrsg.) 16-17, https://www.bmvit.gv.at/service/publikationen/verkehr/gesamtverkehr/downloads/ivsaktionsplan2011_lang.pdf Stand (04.01.2017)

Carsharing, Carsharing ist billiger als ein eigenes Auto, <https://carsharing.de/zufahrleistung-von10000-kilometern-ist-carsharing-auf-jeden-fall-guenstiger> Stand (26.02.2017)

Carsharing-Infos, Fuhrpark, <https://carsharing-infos.com/infos-fur-nutzer/abc-des-autoteilens/fuhrpark/> Stand (25.02.2017a)

Carsharing-Infos, Buchung und Öffnung, <https://carsharing-infos.com/infos-fur-nutzer/abc-des-autoteilens/> Stand (25.02.2017b)

Cycling without age, <http://cyclingwithoutage.org/> Stand (12.04.2017)

Duden, Topografie, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Topografie> Stand (17.02.2017a)

Duden, Nahversorgung, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Nahversorgung> Stand (19.02.2017b)

Eferding, Zahlen, Daten, Fakten, http://www.eferding.at/Was_Eferding_zu_bieten_hat/Zahlen_und_Fakten Stand (14.03.2017)

E-Flitzer, http://www.e-flitzer.easn.at/e-flitzer/So_funktioniert.html Stand (12.03.2017)

Eichgraben Mobil, http://www.eichgraben.at/eichgraben_mobil Stand (13.03.2017)

Emil, <https://www.fahre-emil.at/> Stand (26.03.2017)

Europäische Kommission, Weißbuch – Fahrplan zu einem einheitlichen europäischen Verkehrsraum – Hin zu einem wettbewerbsorientierten und ressourcenschonenden Verkehrssystem, 10
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0144:FIN:DE:PDF> (Stand: 05.03.2017)

E-Wald, E-Carsharing, <http://e-wald.eu/> (Stand: 27.03.2017)

Gabler Wirtschaftslexikon, Sharing Economy, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/688938792/sharing-economy-v6.html> (Stand: 23.02.2017)

Gaubitscher **Stromgleiter**, <http://www.gaubitsch.at/system/web/news.aspx?menuonr=218470422&detailonr=222922806> (Stand: 13.03.2017)

Gemeindebund, Masterplan für den ländlichen Raum, <http://gemeindebund.at/site/news-detail/masterplan-fuer-den-laendlichen-raum> (Stand: 18.04.2017)

Gemeindeserver **Steiermark**, Weißenbach bei Liezen, <http://www.gemeinde.steiermark.at/system/web/gemeindeinfo.aspx?detailgnr=933&menuonr=219132785> (Stand: 12.03.2017)

Gramastetten, Wissenwertes über Gramastetten, [http://www.gramastetten.ooe.gv.at/Buergerservice/Wissenswertes ueber Gramastetten/Zahlen und Fakten](http://www.gramastetten.ooe.gv.at/Buergerservice/Wissenswertes_ueber_Gramastetten/Zahlen_und_Fakten) (Stand: 18.03.2017)

Gröbming, <http://www.groebming.at/de/gemeinde/gemeinde.php> (Stand: 12.03.2017)

GUUTE Card, <https://www.guute.at/GUUTE-Card> (Stand: 14.04.2017)

Herzogenburg, Daten und Fakten, <http://www.herzogenburg.at/> (Stand: 12.03.2017)

Hinzenbach, Zahlen und Fakten, [http://www.hinzenbach.at/Gemeindeamt/Zahlen und Fakten](http://www.hinzenbach.at/Gemeindeamt/Zahlen_und_Fakten) (Stand: 26.03.2017a)

Hinzenbach, Neues Elektroauto, [http://www.hinzenbach.at/neues Elektroauto in Hinzenbach](http://www.hinzenbach.at/neues_Elektroauto_in_Hinzenbach) (Stand: 26.03.2017b)

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Brundtland Bericht 1987, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland_report_563.htm (Stand: 04.01.2017)

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Nachhaltige Mobilität, [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltige mobilitaet 1774.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltige_mobilitaet_1774.htm) (Stand: 04.01.2017)

KIA, KIA SOUL EV, <http://www.kia.com/at/schauraum/pip-soulev/?gclid=CIPFIqy4NICFYefGwodwBcmFA> (Stand: 18.03.2017)

Klimaaktiv, Carsharing – Nutzen statt Besitzen, <http://www.klimaaktiv.at/mobilitaet/carsharing/carsharing.html> (Stand: 26.02.2017)

Klima- und Energiefonds, Elektroauto erobert die Alpen, <http://www.e-connected.at/content/das-elektroauto-erobert-die-alpen> (Stand: 19.02.2017)

Land Oberösterreich, Der Bezirk Urfahr-Umgebung in der O.Ö. Landeschronik, <https://www.land-oberoesterreich.gv.at/25340.htm> (Stand: 17.03.2017a)

Land Oberösterreich, Bezirk Urfahr-Umgebung, <https://www.land-oberoesterreich.gv.at/46221.htm> (Stand: 14.03.2017b)

Land Oberösterreich, UWE (Urfahr-West), <https://www.land-oberoesterreich.gv.at/93866.htm> (Stand: 17.03.2017c)

Landjugend Urfahr-Umgebung, Bezirkskarte, <https://bezirkurfahr.landjugend.at/kontakt/ortsgruppen> (Stand: 14.03.2017)

Lexikon der Geographie, Region, <http://www.spektrum.de/lexikon/geographie/region/6519> (Stand: 08.05.2017)

Lexikon der Geographie, Ländlicher Raum, <http://www.spektrum.de/lexikon/geographie/laendlicher-raum/4553> (Stand: 17.02.2017)

Lexikon der Nachhaltigkeit, Demografischer Wandel, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/deographischer_wandel_1765.htm (Stand: 19.02.2017)

Lichtenberg, Wissenswertes, Zahlen und Fakten, http://www.lichtenberg.ooe.gv.at/Wissenswertes/Zahlen_und_Fakten (Stand: 18.03.2017a)

Lichtenberg, Freizeit und Tourismus, Allgemeine Informationen, http://www.lichtenberg.ooe.gv.at/Freizeit_Tourismus/Allgemeine_Information (Stand: 18.03.2017b)

Lichtenberg, Startseite, Carsharing, http://www.lichtenberg.ooe.gv.at/Testfahrten_mit_dem_Carsharing_E-Auto_jetzt_moeglich (Stand: 18.03.2017c)

Mobil am Land, Carsharing, <http://mobil-am-land.at/content/CarSharing> (Stand: 27.03.2017)

Mobilcard Krenglbach, Carsharing, <http://www.mobilcard.at/> (Stand: 16.04.2017)

MühlFerdl, E-Carsharing, <http://www.muehlferdl.at/> (Stand: 17.03.2017a)

MühlFerdl, Standorte E-Carsharing, <http://www.muehlferdl.at/standorte-e-carsharing.html>
(Stand: 27.03.2017b)

Müller, Walter: Gründe für den Ärztemangel, in: Der Standard, Ausgabe 11.9.2014,
<http://derstandard.at/2000005467368/Gruende-fuer-den-Aerztemangel> (Stand: 04.01.2017)

Nachhaltigkeit, Nachhaltige Mobilität,
https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltige_mobilitaet_1774.htm?sid=nvs9s7a4bnpsc_omotjs6maq5t1 (Stand: 11.04.2017)

Nachrichten, Mühlkreisbahn neu: "Fertigstellung bis 2025 ist ambitionierte Vorgabe" vom
03.03.2017, <http://www.nachrichten.at/oberoesterreich/Muehlkreisbahn-neu-Fertigstellung-bis-2025-ist-ambitionierte-Vorgabe;art4,2500189> (Stand: 17.03.2017)

Neussl, Carsharing Walding, <http://neussl.at/carsharing/referenzen/> (Stand: 17.03.2017)

Oberösterreich, Eidenberg Daten & Fakten,
<http://www.oberoesterreich.at/detail/oesterreich/ort/430001222/eidenberg.html> (Stand:
18.03.2017a)

Oberösterreich, Fraham,
<http://www.oberoesterreich.at/oesterreich/ort/430000929/fraham.html> (Stand: 26.03.2017b)

Oberösterreich, Hartkirchen,
<http://www.oberoesterreich.at/oesterreich/ort/430000931/hartkirchen.html> (Stand:
26.03.2017c)

Ottensheim, Information,
<http://www.ottensheim.eu/system/web/default.aspx?menuonr=218489930> (Stand:
18.03.2017)

Ottensheim, Verkehr, <http://www.ottensheim.eu/Verkehr> (Stand: 18.03.2017)

ÖAMTC Symposium, <http://www.oeamtc.at/portal/gemeinsam-geht-s-leichter-schlaue-mobilitaetsloesungen-fuer-gemeinden+2500+1652266> (Stand: 13.12.2016)

ÖBB, Fahrplanauskunft Gramastetten,
http://fahrplan.oebb.at/bin/query.exe/dn?L=vs_ooev&REQ0HafasSearchForw=1 (Stand: 18.03.2017a)

ÖBB, Fahrplanauskunft Eidenberg,
http://fahrplan.oebb.at/bin/query.exe/dn?ld=21&L=vs_ooev&seqnr=1&ident=2o.030730178.1489835187&OK#focus (Stand: 18.03.2017b)

Österreich Werbung, Österreichs Landschaften, <http://www.austria.info/at/service-fakten/uber-osterreich/osterreichs-landschaften> (Stand: 17.02.2017)

Österreichische Raumordnungskonferenz, Ländliche Entwicklung 2007-2013,
<http://www.oerok.gv.at/eu-regionalpolitik/laendlicher-raum.html> (Stand: 02.01.2017)

Region U.WE, Unsere Projekte, <http://www.regionuwe.at/> (Stand: 17.03.2017)

Renault, Kangoo Elektro, <https://www.renault.at/modellpalette/angebote-und-sondermodelle/angebote-ze-elektrofahrzeuge/zoe-angebote.html> (Stand: 26.03.2017)

Renault, Zoe Elektro, <https://www.renault.at/modellpalette/angebote-und-sondermodelle/angebote-ze-elektrofahrzeuge/zoe-angebote.html> (Stand: 18.03.2017)

Rupprechter, Andrä: Masterplan für den ländlichen Raum,
<http://gemeindebund.at/site/news-detail/masterplan-fuer-den-laendlichen-raum> (Stand: 18.04.2017)

Schaupp, Johanna: Aktiv und selbstbestimmt zur Arbeit, Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien (Hrsg.), 1 http://media.arbeiterkammer.at/wien/Verkehr_und_Infrastruktur_47.pdf (Stand: 05.01.2017)

Scholl, Gerd: Eine ressourcenleichte Konsumkultur - Nutzen statt besitzen, <http://blog.bewusstkaufen.at/artikel/eine-ressourcenleichte-konsumkultur-nutzen-statt-besitzen/> (Stand: 23.02.2017)

Statistik Austria, Bevölkerungsstruktur, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/index.html (Stand: 17.03.2017a)

Statistik Austria, Bevölkerungsstand Fraham, <http://www.statistik.at/blickgem/fa1/q40504.pdf> (Stand: 26.03.2017b)

Statistik Austria, Thematische Karten, https://www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html (Stand: 08.05.2017c)

Strugl, Michael: Nahversorgungsförderung, Landeskorrespondenz 06.09.2016, <http://www.land-oberoesterreich.gv.at/178882.htm> (Stand: 13.05.2017)

Umweltbundesamt, PKW-Verfügbarkeit, http://www.umweltbundesamt.at/umweltsituation/raumordnung/rp_ursachen/bevlkerungsentwicklung/ (Stand: 19.02.2017)

U.WE Mobil, Mitgliedschaften, <http://www.regionuwe.at/klima-energie/projekte/details/13-carsharing.html> (Stand: 21.03.2017)

VCÖ, Carsharing in Gemeinden, <https://www.vcoe.at/news/details/vcoe-zweitautos-werden-im-schnitt-nur-mehr-7-190-kilometer-pro-jahr-gefahren-grosses-carsharing-potenzial> (Stand: 09.05.2017)

VCÖ, Potenzial für Carsharing in Österreich, <https://www.vcoe.at/news/details/vcoe-potenzial-fuer-carsharing-in-oesterreich-gross-06082013> (Stand: 12.04.2017)

WKO, Agrarpolitik und Ländlicher Raum, https://www.wko.at/Content.Node/Interessenvertretung/Umwelt-und-Energie/-Positionen-/Agrarpolitik_und_Laendlicher_Raum.html#heading_Landwirtschaft_und_Lebensmittelwirtschaft (Stand: 19.02.2017)

Zeitschriften

VCÖ-Schriftenreihe, o.V.: Budgetentlastung durch nachhaltigen Verkehr, Heft 02/2010

VCÖ-Schriftenreihe, o.V.: Wie Wohnen Mobilität lenkt, Heft 04/2010, 9-17

VCÖ-Schriftenreihe, o.V.: Technologien für nachhaltige Mobilität, Heft 03/2012

VCÖ-Schriftenreihe, o.V.: Zukunft der Mobilität in der Region, Heft 03/2013, 9-30

VCÖ-Verkehr aktuell, o.V.: Wohnbau, Wohnumfeld und Mobilität, Heft 03/2015

VCÖ Factsheet, o.V.: Multimodale Mobilität im Trend, 04/2015

VCÖ-Verkehr aktuell, o.V.: Gesellschaftliche Entwicklungen verändern die Mobilität, Heft 04/2015, 8-38

VCÖ-Verkehr aktuell, o.V.: Nachhaltige Mobilität für regionale Zentren, Heft 03/2016

Einzelinterviews

Durstberger, Daniela: Bürgermeisterin von Lichtenberg, Interview am 24.01.2017

Kolar, Herwig: Energiemanager der Region U.WE und Obmann des Vereins U.WE Mobil, Interview am 07.02.2017

Miesenberger, Norbert: Geschäftsführer des Energiebezirks Freistadt, Interview am 27.03.2017

Nussbaumer, Ernst: Geschäftsführer der Energie Agentur Steiermark Nord, Interview am 07.03.2017

Pözlberger, Herbert: Geschäftsführer der Energiegenossenschaft Eferding, Interview am 22.03.2017

A., Nutzerin, Interview am 16.01.2017

B., Nutzer, Interview am 24.01.2017

C., Nutzerin, Interview am 17.01.2017

D., Nutzerin, Interview am 18.01.2017

E., Nutzer, Interview am 17.01.2017

F., Nutzer, Interview am 16.01.2017

G., Nutzerin, Interview am 25.01.2017

H., Nutzer, Interview am 17.01.2017

Gruppeninterview

Vereinsvorstand Move Herzogenburg: Interview am 09.03.2017

Nutz, Karl: Obmann

Blumauer, Thomas: Obmann-Stellvertreter

Koppensteiner, Silvia: Kassierin

Egger, Horst: Schriftführer

Gerstbauer, Franz: Gründungsmitglied

Krisa, Harald: Vorstandsmitglied

Sonstige Quellen

U.WE Mobil, Mitgliederdaten (Excel), 2017

U.WE Mobil, Aufzeichnung der Mobilfahrten (Excel), 2017

U.WE Mobil, Umsetzungsleitfaden für E-Carsharing im Bezirk Urfahr-Umgebung (pdf), 2015

Anhang

Anhang I: Interviewleitfaden Nutzer

- 1.) Sie sind Mitglied und Nutzer beim Verein U.WE Mobil.**
 - a. Seit wann sind Sie Mitglied?
 - b. Welche Art der Mitgliedschaft haben Sie gewählt?
- 2.) Zu welchem Zweck nutzen Sie das E-Carsharing von U.WE Mobil?**
 - a. Privat, bspw. für Einkäufe, Besuche, den Weg zur Arbeit?
 - b. Dienstlich/Beruflich für das Unternehmen oder die Gemeinde?
 - c. Sonstiges?
 - d. Wie oft nutzen Sie Carsharing von U.WE Mobil?
- 3.) Finden Sie, dass U.WE Mobil gut auf junge Erwachsene/ Familien/ Pendler/ Senioren/ Unternehmen/ Vereine abgestimmt ist?**
 - a. Eignet sich U.WE Mobil gut für junge Erwachsene/Familien/Pendler/Senioren?
 - b. Wenn nein, wie müsste das Angebot beschaffen sein, dass es für Sie passt?
 - c. Welche Mobilitätsbedürfnisse gibt es in Ihrem Alltag?
- 4.) Sind Sie mit dem Leistungsangebot von U.WE Mobil insgesamt zufrieden?**
 - a. Was finden Sie am Leistungsangebot von U.WE Mobil gut?
 - b. Was finden Sie am Leistungsangebot von U.WE Mobil weniger gut?
 - c. Was könnte Ihrer Meinung nach am Leistungsangebot von U.WE Mobil verbessert werden?
- 5.) Wie geht es Ihnen mit dem Buchungsverfahren von U.WE-Mobil?**
 - a. Was finden Sie beim Buchungsverfahren von U.WE-Mobil gut?
 - b. Was finden Sie beim Buchungsverfahren von U.WE-Mobil weniger gut?
 - c. Was könnte Ihrer Meinung nach beim Buchungsverfahren von U.WE-Mobil verbessert werden?
- 6.) Sind Sie mit den zur Verfügung gestellten Elektroautos zufrieden?**
 - a. Was finden Sie an den Elektroautos von U.WE-Mobil gut?
 - b. Was finden Sie an den Elektroautos von U.WE-Mobil weniger gut?
 - c. Was könnte Ihrer Meinung nach an den Elektroautos von U.WE-Mobil verbessert werden?
- 7.) Welche Erfahrungen haben Sie mit der Verfügbarkeit der E-Autos gemacht?**
 - a. War das Fahrzeug zum Wunschtermin verfügbar?
 - b. Konnte ein Ersatzfahrzeug zur Verfügung gestellt werden?
- 8.) Wie finden Sie den Standplatz des Fahrzeuges?**
 - a. Können Sie den Übernahme- bzw. Rückgabe-Standort des Fahrzeuges gut erreichen?
 - b. Was finden Sie am Übernahme- bzw. Rückgabe-Standort des Fahrzeuges weniger gut?
 - c. Was könnte Ihrer Meinung nach am Übernahme- bzw. Rückgabe-Standort des Fahrzeuges verbessert werden?
- 9.) Wie finden Sie die Preisgestaltung für die Mitgliedschaft bei U.WE Mobil?**
 - a. Ist die Preisgestaltung für Sie passend?

- b. Was finden Sie an der Preisgestaltung für die Mitgliedschaft bei U.WE Mobil weniger gut?
- c. Was könnte Ihrer Meinung nach an der Preisgestaltung für die Mitgliedschaft bei U.WE Mobil verbessert werden?

10.) Finden Sie die Tarifgestaltung für die Ausleihung des Fahrzeuges angemessen?

- a. Was finden Sie an der Tarifgestaltung für die Ausleihung des Fahrzeuges weniger gut?
- b. Was könnte Ihrer Meinung nach an der Tarifgestaltung für die Ausleihung des Fahrzeuges verbessert werden?

11.) Würden Sie Ihren Verwandten, Bekannten, Freunden, Arbeitskollegen etc. eine Mitgliedschaft bei U.WE Mobil empfehlen?

Ja, warum?

Nein, warum nicht?

12.) Wie wurden Sie auf das Angebot des E-Carsharing von U.WE Mobil aufmerksam?

- a. Internet: Homepage U.WE Mobil, Gemeindehomepage, Homepage Klima- und Energieregion, Soziale Netzwerke
- b. Regional-TV
- c. Regionalzeitung/Gemeindezeitung/.....
- d. Persönliche Ansprache: von wem?

13.) Was war für Sie der ausschlaggebende Grund, um Mitglied bei U.WE Mobil zu werden?

- a. Beitrag zum Umweltschutz
- b. Vorbildwirkung für Mitmenschen
- c. Beitrag zum Energiesparen
- d. Begeisterung für Technik
- e. Teilen statt Besitzen
- f. Geringere Fahrtkosten
- g. Eigenwerbung für das Unternehmen

14.) Wie würden Sie mögliche Interessenten ansprechen bzw. auf das Carsharing-Angebot aufmerksam machen?

- a. Kennen Sie Menschen, die Carsharing nutzen möchten und warum?
- b. Kennen Sie Menschen, die Carsharing keinesfalls nutzen möchten und warum?

Geschlecht:

Beruf/Beschäftigung:

1. **Wie ist die Projektidee zustande gekommen?**
2. **Was waren die Motive für die zur Gründung eines Carsharing-Vereins in Urfahr-West?**
3. **U.WE Mobil ist von der Rechtsform her als Verein organisiert.**
 - a. Warum wurde diese Rechtsform gewählt?
 - b. Wurde eine andere Rechtsform auch in Erwägung gezogen und welche?
4. **Laut Umsetzungsleitfaden für das E-Carsharing in Urfahr-Umgebung sind die Akteure vor Ort eine Ortsgruppe, die Gemeinde und der Verein U.WE Mobil.**
 - a. Wie funktioniert die Zusammenarbeit dieser Akteure?
 - b. Gibt es darüber hinaus noch weitere Kooperationen?
5. **Die Einzelmitgliedschaft kostet im Jahr € 120,- und der Stundentarif beträgt € 3,50 bzw. € 35,- am Tag.**
 - a. Ist dieser Tarif kostendeckend?
 - b. Wie viele Mitglieder müsste U.WE Mobil haben, um kostendeckend zu wirtschaften?
 - c. Wie hoch müsste der Mitgliedsbeitrag bzw. der Stundentarif sein, um kostendeckend zu wirtschaften?
 - d. In wie vielen Jahren soll sich das Projekt wirtschaftlich selbst tragen?
 - e. Wie sieht die derzeitige finanzielle Lage des Vereins aus?
6. **Wurden die im Umsetzungsleitfaden genannten Förderungen beantragt und für U.WE Mobil lukriert?**
7. **Wie wurden die Bewohner von Ottensheim, Eidenberg, Lichtenberg und Gramastetten für eine Mitgliedschaft im Carsharing Verein gewonnen?**
 - a. Wurde vor Projektbeginn das Interesse der Bewohner abgefragt?
 - b. Welche Werbemaßnahmen wurden gewählt?
 - c. Welche Maßnahmen werden aktuell getroffen, um weitere Mitglieder zu rekrutieren?
8. **Wer nutzt das E-Carsharing von U.WE Mobil?**
 - a. Sind das zumeist junge Erwachsene/ Familien/ Pendler/ Senioren/ Unternehmen/ Vereine?
9. **Sind Sie mit der Auslastung des Carsharing zufrieden?**
 - a. Wie hoch ist die Auslastung der Fahrzeuge?
 - b. Gibt es Unterschiede bei den 4 Standorten?
 - c. Was tut U.WE Mobil gegen eine geringe Auslastung?
10. **Was sind die Erfolgsfaktoren von U.WE Mobil?**
11. **Sind auch Nachteile mit dem gewählten Carsharing-Modell verbunden?**

12. Die Buchung und Abrechnung einer Fahrzeugausleiher erfolgt mithilfe von Ibiola.

- a. Wie genau funktioniert das?
- b. Wieso haben Sie sich für die Nutzung dieser Plattform entschieden?

13. Die Fahrzeuge sind laut Umsetzungsleitfaden haftpflicht- und vollkaskoversichert.

- a. Wie funktioniert die Abwicklung von Schadensfällen?
- b. Haben sich dabei bisher Schwierigkeiten mit Nutzern ergeben und welche sind das ggf.?

14. Gibt es für manche Nutzer ein Problem mit den Standplätzen der Fahrzeuge?

- a. Wie kommen die Nutzer vom Wohnort bzw. Arbeitsplatz zum Standort?
- b. Nach welchen Kriterien wurden die Standorte bestimmt?

15. Für U.WE Mobil wurden Elektroautos gewählt.

- a. Warum haben Sie sich für die Nutzung eines E-Autos entschieden?
- b. Wo wird das Fahrzeug aufgeladen und wer übernimmt die Kosten?
- c. Wird ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien verwendet?
- d. Gab es bisher Probleme mit der Reichweite?
- e. Denken Sie, dass durch die Nutzung von E-Autos für Carsharing die Akzeptanz von E-Autos im ländlichen Raum verbessert werden kann?
- f. Macht die Nutzung von E-Autos auch Carsharing im ländlichen Raum attraktiver?

16. Gab es bisher Probleme mit der Verfügbarkeit des E-Autos?

- a. Gibt es für den Fall, dass das E-Auto nicht zur Verfügung steht, eine Alternative?

17. Gibt es prinzipiell gewisse Voraussetzungen, die eine Landgemeinde erfüllen soll, damit Carsharing dort erfolgreich betrieben werden kann?

- a. Was sind die Fallstricke bzw. worauf ist vorweg besonders zu achten?
- b. Ist dabei das Angebot an öffentlicher bzw. privater Beförderung in der Umgebung relevant?
- c. Kann dieses Modell 1:1 in andere ländliche Gemeinden übertragen werden?

18. Was sind die Pläne für die Zukunft von U.WE Mobil?

19. Was sollte die Politik auf Bundes-, Landes- und Gemeindeebene tun, um die Verbreitung von Car-Sharing im ländlichen Raum voranzutreiben?

- 1.) **Wie ist die Projektidee zustande gekommen?**
- 2.) **Was waren die Motive für die Gründung eines Carsharing-Projekts in Ihrer Gemeinde?**
- 3.) **Welche Rechtsform hat Ihr Carsharing-Projekt?**
 - a. Warum wurde diese Rechtsform gewählt?
 - b. Wurde eine andere Rechtsform auch in Erwägung gezogen und welche?
- 4.) **Gibt es eine Kooperation Ihres Carsharing-Projekts mit anderen Organisationen bzw. Personen im Ort bzw. in der Region?**
 - a. Wie funktioniert die Zusammenarbeit dieser Akteure?
- 5.) **Wie viele Fahrzeuge werden im Carsharing angeboten?**
- 6.) **Was kostet die Inanspruchnahme des Carsharings?**
 - a. Gibt es gegebenenfalls Mitgliedsbeiträge?
 - b. Wie hoch sind die Nutzungstarife und wie werden sie berechnet?
 - c. Ist dieser Tarif kostendeckend?
 - d. In wie vielen Jahren trug sich das Projekt wirtschaftlich selbst?
- 7.) **Wie wurden die Bewohner des Ortes für das Carsharing gewonnen?**
 - a. Wurde vor Projektbeginn das Interesse der Bewohner abgefragt?
 - b. Welche Werbemaßnahmen wurden gewählt?
 - c. Welche Maßnahmen werden aktuell getroffen, um weitere Mitglieder zu rekrutieren?
- 8.) **Wer nutzt das Carsharing?**
 - a. Sind das zumeist junge Erwachsene/ Familien/ Pendler/ Senioren/ Unternehmen/ Vereine?
- 9.) **Sind Sie mit der Auslastung des Carsharing zufrieden?**
 - a. Wie hoch ist die Auslastung des/der Fahrzeuges?
 - b. Wenn nein, welche Maßnahmen werden für eine verbesserte Auslastung gesetzt?
- 10.) **Was sind die Erfolgsfaktoren Ihres Carsharing-Projekts?**
- 11.) **Sind auch Nachteile mit dem gewählten Betreibermodell verbunden?**
- 12.) **Mit welchem Buchungs- und Abrechnungssystem erfolgt die Fahrzeugausleiherung?**
 - a. Wie genau funktioniert das?
 - b. Wieso haben Sie sich für die Nutzung dieser Plattform entschieden?
- 13.) **Wie wurde die Versicherungsfrage geregelt?**
- 14.) **Gibt es für manche Nutzer ein Problem mit den Standplätzen der Fahrzeuge?**

- a. Wie kommen die Nutzer zum Standort?
- b. Nach welchen Kriterien wurden die Standorte bestimmt?

15.) Für Ihr Carsharing-Projekt wurden Elektroautos gewählt.

- a. Warum haben Sie sich für die Nutzung eines E-Autos entschieden?
- b. Wo wird getankt und wer übernimmt die Kosten?
- c. Wird ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien verwendet?
- d. Gab es bisher Probleme mit der Reichweite?
- e. Denken Sie, dass durch die Nutzung von E-Autos für Carsharing die Akzeptanz von E-Autos im ländlichen Raum verbessert werden kann?
- f. Macht die Nutzung von E-Autos auch Carsharing im ländlichen Raum attraktiver?

16.) Gab es bisher Probleme mit der Verfügbarkeit des E-Autos?

- a. Gibt es für den Fall, dass das E-Auto nicht zur Verfügung steht, eine Alternative?

17.) Gibt es prinzipiell gewisse Voraussetzungen, die eine Landgemeinde erfüllen soll, damit Carsharing dort erfolgreich betrieben werden kann?

- a. Was sind die Fallstricke bzw. worauf ist vorweg besonders zu achten?
- b. Ist dabei das Angebot an öffentlicher bzw. privater Beförderung in der Umgebung relevant?
- c. Kann dieses Modell 1:1 in andere ländliche Gemeinden übertragen werden?

18.) Was sind die Pläne für die Zukunft Ihres Carsharing-Projekts?

19.) Was sollte die Politik auf Bundes-, Landes und Gemeindeebene Ihrer Ansicht nach tun, um die Verbreitung von Carsharing im ländlichen Raum voranzutreiben?

Anhang IV: Interviewleitfaden für Gemeindevertretung

- 1.) Laut Umsetzungsleitfaden für das E-Carsharing in Urfahr-Umgebung sind die Akteure vor Ort eine Ortsgruppe, die Gemeinde und der Verein U.WE Mobil.**
 - a. Wie funktioniert die Zusammenarbeit dieser Akteure?
 - b. Wie genau sieht die Beteiligung der Gemeinde aus?
 - c. Welche Vorteile entstehen für die Gemeinde durch diese Kooperation?
 - d. Gibt es ev. Nachteile, die der Gemeinde durch Carsharing entstehen?
 - e. Welche Vorteile sehen Sie für die Bevölkerung Ihrer Gemeinde?

- 2.) Nutzen Sie persönlich auch das Carsharing-Angebot?**

- 3.) Nutzt die Gemeindeverwaltung das Carsharing-Angebot?**
 - a. Wenn ja, wer und für welche Fahrten?
 - b. Wenn nein, warum nicht?

- 4.) Gibt es in der Bevölkerung bestimmte Gruppen, deren Mobilitätsbedürfnisse mit Carsharing abgedeckt werden könnten?**
 - a. Welche potenziellen Nutzer wären das aus Ihrer Sicht?
 - b. Wie groß schätzen Sie diese Gruppe ein?
 - c. Was denken Sie, hindert diese Personen bisher daran, das Angebot zu nutzen?

- 5.) Wie gut wird Ihrer Meinung nach das Carsharing im Ort angenommen?**
 - a. Sind aus Ihrer Sicht Verbesserungen notwendig?
 - b. Wenn ja, welche?

- 6.) Gibt es prinzipiell gewisse Voraussetzungen, die eine Landgemeinde erfüllen soll, damit Carsharing dort erfolgreich betrieben werden kann?**
 - d. Was sind die Fallstricke bzw. worauf ist vorweg besonders zu achten?
 - e. Ist dabei das Angebot an öffentlicher bzw. privater Beförderung in der Umgebung relevant?
 - f. Kann dieses Modell 1:1 in andere ländliche Gemeinden übertragen werden?

- 7.) Für U.WE Mobil wurden Elektroautos gewählt.**
 - a. Denken Sie, dass durch die Nutzung von E-Autos für Carsharing die Akzeptanz von E-Autos im ländlichen Raum verbessert werden kann?
 - b. Macht die Nutzung von E-Autos auch Carsharing im ländlichen Raum attraktiver?

- 8.) Was sind aus Ihrer Sicht die Erfolgsfaktoren von U.WE Mobil?**

- 9.) Sind auch Nachteile mit dem gewählten Carsharing-Modell verbunden?**

- 10.) Was kann die Gemeindepolitik konkret tun, um die Verbreitung von U.WE Mobil zu unterstützen?**

- 11.) Als Bürgermeisterin kennen Sie vermutlich die meisten Gemeindebürger. Wie würden Sie potenzielle Nutzer ansprechen bzw. auf das Carsharing-Angebot aufmerksam machen?**



Testnutzungsbedingungen für das U.WE Carsharing

Verein: U.WE Mobil
Rodltalstraße 12
4201 Gramastetten
07239 - 70153
carsharing@regionuwe.at

Allgemeines

Die Nutzungsbedingungen regeln die Testnutzung von Carsharing Fahrzeuge zwischen dem Verein „U.WE Mobil“ und einem/einer Interessenten/in an einer Mitgliedschaft im Verein U.WE Mobil im folgenden *Testnutzer* genannt. Sämtliche in dieser Vereinbarung verwendeten Funktionsbezeichnungen sind geschlechtsneutral zu verstehen. Für alle Rechtsbeziehungen gilt österreichisches Recht mit Ausnahmen Verweise in ausländisches Recht. Sofern zulässig, gilt ein Wahlgerichtsstand am Sitz des Vereins als vereinbart.

§1 Benützung des Fahrzeugs

- (1) Die Nutzungsdauer ist mit einer Stunde beschränkt. Die Zeit wird ab dem Zeitpunkt der Öffnung mit der Schlüsselkarte bis zum Verschließen mit dem Schlüsselkarte gerechnet.
- (2) Die Testnutzung ist nur möglich wenn
 - a. Ein Mitarbeiter/eine Mitarbeiterin auf der Gemeinde Zeit finden für die Einschulung
 - b. Wenn das Auto in dem gewünschten Zeitraum verfügbar ist.
 - c. Die Nutzungsbedingungen vom Testnutzer unterzeichnet wurden.
 - d. Alle erforderlichen Angaben gemacht wurden
 - e. Eine Kopie des Führscheins auf der Gemeinde hinterlegt wurden.
- (3) Die Testnutzung ist nur für Personen zulässig, die im Besitz einer gültigen Lenkerberechtigung sind
- (4) Der Testnutzer muss die Testnutzungsbedingungen gelesen und akzeptiert haben. Die Bestätigung erfolgt mit einer Unterschrift auf der Interessenten Liste. Diese liegt auf der jeweiligen Gemeinde auf und wird von einer Mitarbeiterin/einem Mitarbeiter auf der Gemeinde verwaltet.
- (5) Das Fahrzeug ist gemäß der Fahrzeugzulassung zu verwenden. Während der Nutzung ist regelmäßig zu prüfen, ob sich das Fahrzeug auch weiterhin in betriebs- und verkehrssicherem Zustand befindet.
- (6) Es wird zwischendurch die Beladung des Akkus empfohlen, um Tiefentladungen vorzubeugen bzw. das Fahrzeug mit einer höheren Reichweite zu übergeben. Das Fahrzeug darf nicht mit einer Ladung unter 20 km Restweite zurückgebracht werden.
- (7) Die Kosten für etwaige Strafen sind von den jeweiligen Nutzerinnen zu tragen.

§2 Einmalige Nutzung

Die Testnutzung dient zum Kennenlernen der Buchungsplattform, der Ladestation und des Elektroautos und wird daher pro Person nur einmal gewährt. Um das sicherzustellen, liegt auf der Gemeinde eine Liste auf, anhand derer die Verantwortlichen die Häufigkeit der Nutzung überprüfen.
Für die einmalige Benutzung des E-Carsharing Autos entstehen dem Testnutzer keine Kosten.

§3 Vollständige Bekanntgabe der Daten

Der Testnutzer ist zur vollständigen Angabe aller Daten verpflichtet

- (1) Vorname und Nachname
- (2) Geburtsdatum
- (3) Führscheinnummer
- (4) Telefonnummer
- (5) Email Adresse

Außerdem muss sich der Testnutzer mit einem gültigen Führerschein ausweisen und von diesem eine Kopie anfertigen lassen. Die Kopie des Führscheins bleibt auf der Gemeinde zur Weitergabe an den Verein U.WE Mobil.

Der Testnutzer erklärt sich damit einverstanden, dass die Daten vom Verein U.WE Mobil gespeichert werden und für Werbezwecke verwendet werden. Der Verein U.WE Mobil gewährleistet, dass diese Daten an keine Dritten weitergegeben werden und nur für Zwecke den Verein und seiner Aktivitäten (E-Carsharing) betreffend verwendet.



§4 Schäden

Aufgetretene Schäden und Störungen sind der Gemeinde mitzuteilen. Vor der Fahrt muss das Fahrzeug auf etwaige Schäden überprüft werden und, sofern diese nicht schon bekannt sind, im Schadenblatt (im Handschuhfach) festgehalten werden.

Die Elektrofahrzeuge sind vollkaskoversichert, die Höhe des Selbstbehaltes ist abhängig vom gefahrenen Automodell (siehe Tarifordnung). Dieser Betrag ist bei selbst verschuldeten Schäden vom Testnutzer an den Verein zu entrichten. Schäden, die durch fahrlässiges Verhalten entstehen, werden von der Versicherung nicht gedeckt und werden dem Verursacher in Rechnung gestellt.

Bei etwaigen technischen Pannen während der Fahrt als auch bei einem leer gefahrenen Akku ist mit dem Servicedienst des jeweiligen Autohändlers Kontakt aufzunehmen. (Aufkleber mit Telefonnummer ist im Fahrzeug angebracht). Das Fahrzeug darf nicht selbständig abgeschleppt werden. Eine Infomappe mit Notfallnummern befindet sich im Fahrzeug.

§5 Übergabe und Reinigung

Das Fahrzeug ist spätestens nach einer Stunde und in sauberem Zustand an den für das Auto vorgesehenen Standplatz zurückzustellen, mit der Schlüsselkarte abzusperrten und an die Ladestation anzuschließen. Erst dann ist die Ausleihe beendet. Verschmutzungen, die während der Fahrt verursacht werden, sind vom Testnutzer selbst zu beseitigen. Bei Reinigungsmängeln kann ein zusätzlicher Reinigungsbeitrag in Rechnung gestellt werden. Die Höhe des Reinigungsbeitrages wird dem tatsächlichen Aufwand der Reinigung angepasst. In den Fahrzeugen ist das Rauchen nicht erlaubt. Die Beförderung von Tieren ist aus Hygienegründen untersagt.

Zugestellt durch post.at
Postentgelt bar bezahlt

Amtliche Mitteilung

Erscheinungsort Lichtenberg
Verlagspostamt 4040 Linz, Donau



Lichtenberg

naturnah . stadtnah

Gemeindenachrichten

Nr. 5/2016



Ab sofort umweltfreundlich unterwegs

Das neue Elektroauto steht startklar zur Nutzung bereit!

Vielleicht haben Sie in den letzten Tagen schon den kleinen weißen „Flitzer“ vor dem Lichtenberger Gemeindezentrum bemerkt, der nun auf einer der beiden neu geschaffenen E-Ladeflächen parkt.

Es handelt sich dabei um das neue Elektroauto, welches für das seitens des Umweltausschusses der Gemeinde Lichtenberg angedachte Projekt „E-Car-Sharing“ zur gemeinsamen Nutzung zur Verfügung steht. Auch Dienstfahrten von Gemeindefunktionären und

Gemeindebediensteten sollen künftig auf umweltschonende Weise mit dem E-Car bewerkstelligt werden.

Angeschafft wurde der neue Renault „Zoe“ über den Verein u.w.e Mobil, eine Sparte der Region Urfahr-West (u.w.e), dessen Mitglieder sich aus aktiven Nutzern und Sponsoren zusammensetzen. Werden auch Sie u.w.e Mobil-Mitglied und steigen Sie mit „Zoe“ umweltbewusst auf's Gas!

(Näheres auf Seite 2 und 3)

Inhaltsverzeichnis

Bürgermeistereditorial	2
Amtliches/Infos	3 - 9
E-Car Sharing/E-Ladestation	3
Gemeinderatssitzung	4,5
Lehre in Lichtenberg	6
Wahlinformation	7
Wasserzählerablesung	7
Mountainbikeparcours	9
Gesundheit/Soziales	10
Schule/Kinder/Bildung	11 - 13
Infos der Volksschule	12
Mutterberatung - NEU	13
Termine	14 - 16
Lichtenberger Adventmarkt	14

Gemeinde Lichtenberg
4040 Am Ortsplatz 1
T: 07239/6708
www.lichtenberg.ooe.gv.at
gemeinde@lichtenberg.ooe.gv.at



Sprechtage

Meine Sprechtage im Gemeindeamt:
Dienstag: 16.00 bis 18.00 Uhr
Donnerstag: 8.00 bis 10.00 Uhr

Sie erreichen mich telefonisch unter:
Mobil: 0676/84 72 39 211
Tel.: 07239/6708-211

E-Mail:
daniela.durstberger@lichtenberg.ooe.gv.at

Öffnungszeiten Gemeindeamt

Parteienverkehr:

Montag: 07.00 - 12.00 Uhr
Dienstag: 07.00 - 18.00 Uhr
Mittwoch: 07.00 - 12.00 Uhr
Donnerstag: 07.00 - 12.00 Uhr
14.00 - 16.00 Uhr*)
Freitag: 07.00 - 12.00 Uhr

*) nach telefonischer Vereinbarung

Amtszeiten:

Montag: 07.00 - 12.30 Uhr
13.00 - 16.00 Uhr
Dienstag: 07.00 - 18.00 Uhr
Mittwoch: 07.00 - 13.00 Uhr
Donnerstag: 07.00 - 12.30 Uhr
13.00 - 16.00 Uhr
Freitag: 07.00 - 13.00 Uhr



Klimaschutz geht alle etwas an!

Klimabündnisgemeinde Lichtenberg

Lichtenberg ist nun Klimabündnisgemeinde! Der Beitritt zu diesem Bündnis wurde bereits im Frühjahr dieses Jahres vom Gemeinderat beschlossen. Kern der Klimabündnis-Arbeit sind Information und Bewusstseinsbildung, Vernetzung und Weiterbildung sowie die Durchführung von Projekten und Kampagnen im Bereich des Klimaschutzes.

Ich freue mich, dass uns in diesem Rahmen bereits das erste Projekt „E-Carsharing“ gelungen ist, welches in der Lichtenberger Bevölkerung großen Zuspruch findet. Ich danke den Verantwortlichen, der Gruppe u. we Mobil sowie den Sponsoren für ihr intensives Mitwirken an der Projektrealisierung.

Im Zuge der Projektumsetzung wurde einerseits ein Elektroauto (Renault „ZOE“) angeschafft. Weiters war somit die Errichtung einer Strom-Tankstelle unumgänglich. Die unmittelbare Versorgung dieser neuen E-Ladestation der Marke MELER erfolgt mit Strom aus der Photovoltaikanlage am neuen Gemeindezentrum. In diesem Zusammenhang möchte ich erwähnen, dass sich auch am Dach des neuen Kindergarten-

zubaus eine PV-Anlage im Ausmaß von 59,4 m² und einer Leistung von 10,26 kWp für die grundsätzliche Deckung des Strom-Eigenbedarfs befindet. Erzeugte Stromüberschüsse werden gegebenenfalls in das allgemeine Stromnetz eingespeist.

Hinsichtlich Klimaschutz wurde in Lichtenberg allerdings schon vor dem Beitritt zum Klimabündnis ein wesentlicher Schritt gesetzt: So erfolgte beispielsweise im vergangenen Jahr 2015 die Umrüstung eines Großteils der im Gemeindegebiet bestehenden Straßenbeleuchtungsmasten auf LED-Leuchten, welche die derzeit modernste und energieeffizienteste Technik auf diesem Sektor darstellen.

Ich denke, Klimaschutz geht uns alle etwas an! Daher unterstütze ich derartige kommunale Klimaschutzinitiativen, wie das E-Carsharing oder energieeffiziente Maßnahmen. Ich freue mich auf weitere Projekte im Rahmen des Klimabündnisses und bin stets offen für Neues!

Ihre Bürgermeisterin

Daniela Durstberger

Jetzt Mitglied werden, buchen und sofort losstarten

So funktioniert das E-Car Sharing

1. Schritt: Werden Sie Mitglied

Wenn Sie Nutzer des E-Cars werden möchten, dann ist zuallererst Ihre Mitgliedschaft beim Verein u.we-Mobil erforderlich. Auf der Website der Region Urfahr- West (u.we) unter

www.regionuwe.at

(Navigation: Klima & Energie -
Projekte - Carsharing)

finden Sie die entsprechenden Beitrittsformulare.

2. Schritt: Art der Mitgliedschaft wählen

u.we Mobil bietet unterschiedliche Formen der Mitgliedschaft an - danach richtet sich letztlich auch der monatliche Mitgliedsbeitrag:

- Einzel (10 €/Monat)
- Familie (15 €/Monat)
- Firma (30 €/Monat)

Kosten für die Fahrt mit dem E-Auto

Eine Stunde mit dem u.we E-Mobil kostet nur 3,50 €. Abgerechnet wird auf die ¼ Stunde genau! Wer also bei der Rückgabe überzicht, muss nicht den vollen Stundenpreis zahlen.

Qual der Wahl bei der E-Autowahl

Als u.we-Mobil Mitglied steht Ihnen die gesamte E-Mobil Flotte der Region u.we zur Verfügung. Derzeit steht jeweils ein E-Car in Ottensheim, Gramastetten, Eidenberg und Lichtenberg zur Nutzung bereit. Die Autos müssen jedoch immer zum Abholstandort zurückgefahren werden.

3. Schritt: Noch eine kurze Einschulung bevor's losgeht

Sobald Ihre Mitgliedschaft bei u.we-Mobil registriert wurde und alle Formalitäten (Nutzungsbedingungen akzeptiert, Führerscheinkopie an u.we übermittelt) abgeschlossen sind, wird Ihre GUUTE Card im System aktiviert. Sollten Sie noch nicht im Besitz einer solchen sein, erfolgt deren Ausstellung unbürokratisch und unkompliziert. Abschließend werden Sie von einem der Ortsbetreuer hinsichtlich der Fahrzeugnutzung eingeschult.

Wozu Sie die GUUTE-Card benötigen:

Die Guute-Card fungiert als Schlüsselkarte, um das Auto aufzusperren. In dem Zeitfenster, in dem das Auto gebucht wurde, kann es mit dieser Karte geöffnet und geschlossen werden.

4. Schritt: So reservieren Sie das Auto

Sie können alle E-Autos der Region u.we jederzeit und spontan buchen! Als u.we-Mobil Mitglied erhalten Sie einen Benutzernamen und ein Passwort, womit Sie unter

www.ibiola.com

das gewünschte Auto für Ihren Bedarf reservieren können.

Ihre Ansprechpartner:

Ortsbetreuer in Lichtenberg:
Günter Müller, Tel. 0699/12 80 70 56

u.we-Büro/Verein u.we-Mobil:
Tel.: 07239/70 153
E-Mail: carsharing@regionuwe.at

Amtliches . Infos



Foto: Renault

E-Ladestationen direkt im Ort

Unter den Besucherparkplätzen des Gemeindezentrums befinden sich neuerdings zwei Parkflächen mit der Möglichkeit, Strom zu „tanken“. Eine Parkfläche davon ist dauerhaft für das neue Lichtenberger Elektroauto (Renault „Zoe“), welches für das E-Car-Sharing genutzt wird, reserviert.

Der zweite „GRÜNE Parkplatz“ dient als öffentliche E-Tankstelle. Diese Tankstation soll allen Personen von Nutzen sein, die bereits mit ihrem eigenen Elektroauto unterwegs sind und in Lichtenberg einen kurzen „Tank-Stop“ einlegen möchten.

Versorgt werden die beiden E-Ladestationen mit „sauberm Strom“ aus Eigenproduktion! Dieser wird nämlich durch die sich am Dach des Gemeindezentrums befindliche Photovoltaik-Anlage gewonnen. Mit dieser innovativen Vorrichtung präsentiert sich die **Gemeinde Lichtenberg** einmal mehr als **moderner Dienstleister** im öffentlichen Sektor und bleibt ihrem Motto „*naturnah, stadtnah*“ zu 100 Prozent treu.



PARKREGELN BEACHTEN:

Was bringt die beste E-Ladestation, wenn sie durch vorschriftswidriges Parken ungenutzt bleibt? Richtig: Nichts!

Daher: Bitte die Parkplätze mit grüner Kennzeichnung den „Stromtankern“ überlassen und **NICHT als herkömmlichen PKW-Abstellplatz nutzen!**

Zugestellt durch Österreichische Post.at

eCAR-SHARING

IM BEZIRK LIEZEN

e-Flitzer

ein Elektroauto für alle

Du möchtest ein **Elektro-Auto** gemeinsam mit **anderen nutzen** und interessierst dich **für E-Mobilität**

Die EnergieAgentur SteiermarkNord bietet dir:

- einen Renault Zoe
- Standorte: Gröbming, Bad Aussee, Weißenbach bei Liezen
- mit professioneller Buchungsplattform
- keine versteckten Kosten: **ALLES INKLUSIVE** Strom-, Wartungs-, Instandhaltungs-, Versicherungs- und Betriebskosten
- einfach, sicher & umweltfreundlich

€ 132,00
Grundgebühr pro Jahr

19,90 Cent
pro Kilometer und

90 Cent
die Stunde



Anmeldung und Infos unter
Energieagentur SteiermarkNord GmbH
Ernst Nussbaumer / 0650599911
e.nussbaumer@easn.at
www.easn.at

Klima- und Energie-
Modellregionen
heute aktiv, morgen autark
GRÖBMING

EnergieRegion
GRÖBMING

Anhang VIII: Facebook-Einschaltung (Screenshot)

The screenshot shows the Facebook interface for the page 'UU-Carsharing Autos'. At the top, the Facebook logo is on the left, and the login section on the right includes fields for 'E-Mail oder Telefon' and 'Passwort', with an 'Anmelden' button and links for 'Angemeldet bleiben' and 'Passwort vergessen?'. The main header features a large landscape image with the text 'Elektro Carsharing URFAHR UMGEBUNG' and logos for 'u.we' and 'KEM'. Below this is the profile picture of 'UU-Carsharing Autos' and navigation tabs for 'Chronik', 'Info', 'Fotos', '„Gefällt mir“-Angaben', and 'Videos'. The left sidebar contains sections for 'PERSONEN' (25 likes), 'INFO' (with details about car sharing rates and a website), and a mobile browser address bar showing 'http://www.regionuwe.at/'. The main content area displays a post from 'UU-Carsharing' dated '1 Std.' ago, announcing a '6. Carsharing Workshop Ottensheim' on 'Donnerstag, 20.08.2015 // 18:00 Uhr' at the 'Gemeindesaal Ottensheim'. The post includes a line of asterisks and options to 'Gefällt mir' or 'Kommentieren'. At the bottom, a mobile navigation bar with back, home, and forward arrows is visible.