

Modellregion Elektromobilität 2015

Endbericht

Programmsteuerung:

Klima- und Energiefonds

Programmabwicklung:

Kommunalkredit Public Consulting GmbH (KPC)

1 Projektdaten

Projekttitle	Abbau von Barrieren und Schaffung neuer Anreize für Elektromobilität im ländlichen Raum unter Berücksichtigung der besonderen Ansprache der jugendlichen Verkehrsteilnehmer - ABSEL
Projektnummer	B570664
Programm	Modellregionen Elektromobilität Ausschreibung 2015
Beauftragter	Sonnenplatz Großschönau GmbH Projektleitung: DI Manuela Binder
Projektpartner	Folgende Institutionen und Schulen haben das Projekt durch ihre Teilnahme an Veranstaltungen oder ihre Mitarbeit unterstützt: <ul style="list-style-type: none"> • Amt der NÖ Landesregierung • ELLA AG • e-mobil in Niederösterreich – ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH • Energieagentur der Regionen • Energie- und Umweltagentur Niederösterreich • Easy Drivers – Skarabela • KEM Lainsitztal • KEM Zwettler Reize • KEM Thayaland • NÖ Regional GmbH • BG/BRG Gmünd • BG/BRG Waidhofen/Thaya • Landwirtschaftliche Fachschule Zwettl • HLW-FW Zwettl • NMS Bad Großpertholz

	<ul style="list-style-type: none"> • PTS Griesbach • PTS Waidhofen/Thaya • Amon Sport-Mode-Schuhe e.U. • Autohaus Böhm Wilhelm GesmbH • Autohaus Dallamassl • Autohaus Eckl • Autohaus Eder • Autohaus Gatterer • Autohaus Gmeiner • Autohaus Lirnberger • Autohaus Meisner • Autohaus Wais • Autohaus Waldviertel • e-mobil Neunteufel • FutureDriving Dangl GmbH • Intersport Ruby • Kammerhofer GmbH • Lagerhaus Zwettl • Verein „Energiregion Zwettl“ <p>Die Modellregion Elektromobilität e-pendler in Niederösterreich (Betreibergesellschaft: EVN AG) unterstützte das Projektvorhaben mit einer Zustimmungserklärung</p>		
Projektstart und Dauer	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Projektstart: 01.03.2016</td> <td>Dauer: 16 Monate</td> </tr> </table>	Projektstart: 01.03.2016	Dauer: 16 Monate
Projektstart: 01.03.2016	Dauer: 16 Monate		
<p>Synopsis: Inhalt des vorliegenden Projekts war die Übertragung der Erfahrungen aus urbanen „Modellregionen Elektromobilität“ auf die ländlichen Regionen der Bezirke Gmünd, Zwettl und Waidhofen/Thaya. Hemmnisse gegenüber Elektromobilität wurden erhoben und abgebaut – insgesamt, besonders aber im Bereich der jugendlichen MobilitätsteilnehmerInnen. Trotz immer besserer Technologien gibt es noch zahlreiche Barrieren für den Umstieg auf Elektrofahrzeuge. Diese Umstiegs- und Einstiegsbarrieren im ländlichen Raum wurden im Rahmen eines Workshops gemeinsam mit anderen Stakeholdern aus unterschiedlichen Branchen identifiziert. Darauf aufbauend wurden gemeinsam Lösungsvorschläge und Maßnahmen erarbeitet. Das dadurch gewonnene Know-how wurde genutzt, um die breite Bevölkerung bei sieben großräumigen öffentlichen Veranstaltungen in den Bezirken Zwettl, Gmünd und Waidhofen/Thaya für das Thema Elektromobilität zu sensibilisieren. Durch gezielte Informationen und verschiedene Testaktionen von unterschiedlichen ein- und zweispurigen Elektrofahrzeugen (Testfahrten bei Veranstaltungen und in Schulen, Verlosung von Probetagen) wurden Anreize zum Umstieg geschaffen und Vorurteile abgebaut. Besonderes Augenmerk lag auf der Bewusstseinsbildung bei Jugendlichen mittels 23 altersspezifischen Workshops in 7 verschiedenen Schulen. So wurden die zukünftigen VerkehrsteilnehmerInnen an der Basis abgeholt und teilweise vor Beginn ihrer „eigenen, motorisierten Mobilität“ über die Möglichkeiten von elektrisch betriebenen Fahrzeugen informiert. Dadurch wurde der Weg für eine grüne, umweltfreundliche Mobilität geebnet.</p>			

2 Inhaltliche Beschreibung des Projektes

2.1 Kurzfassung (max. 2 Seiten)

2.1.1 Kurzbeschreibung des Projektes (Ausgangssituation, Ziele, Methoden, Tätigkeiten)

Großschönau ist seit den frühen 80er Jahren ein Ort für visionäre nachhaltige Entwicklungen. Vision der Forschungs- und Projektarbeit der Sonnenplatz Großschönau GmbH ist es, ressourcenschonendes Bauen, Wohnen und Leben rascher zu verbreiten. Immer bedeutender wird dabei das Thema Mobilität. Der Wandel zu einer nachhaltigen Mobilität erfordert nicht nur einen Technologiewandel, sondern auch ein **Umdenken** der bestehenden und zukünftigen VerkehrsteilnehmerInnen. Bei Projekten im Rahmen der Klima- und Energiemodellregion Lainsitztal bzw. bei der BIOEM wurde festgestellt, dass **Bewusstseinsbildung** im Bereich Elektromobilität sehr wichtig ist und dass hier noch viele Bemühungen erforderlich sind. Daher wurde zu Beginn des Projekts ein **Workshop mit Stakeholdern aus verschiedenen Bereichen** (z.B. VertreterInnen des Auftraggebers Klima- und Energiefonds, aus „Modellregionen E-Mobilität“, Fahrschulen, der Energie- und Umweltagentur Niederösterreich, dem Fahrzeuggewerbe, KEM-ManagerInnen, PädagogInnen, E-Auto-NutzerInnen, ...) veranstaltet. Ziel dieses Workshops war es, durch die Zusammenführung der Erfahrungen der unterschiedlichen Organisationen **bestehende Umstiegs- und Einstiegsbarrieren** für die Verbreitung der Elektromobilität **im ländlichen Raum** zu erheben. Aufbauend auf der Thematisierung der bestehenden Vorurteile wurden **Lösungsvorschläge** und erforderliche **Maßnahmen** erarbeitet. So wurden nicht nur Erfahrungen aus den „Modellregionen Elektromobilität“ und anderen Projektträgern, sondern auch von Seiten der Wirtschaft und KonsumentInnen zusammengeführt.

Aufbauend auf den erarbeiteten Lösungen wurden am Markt befindliche Elektrofahrzeuge einer **möglichst breiten Öffentlichkeit** zur Verfügung gestellt. Bei **sieben großangelegten Informationsveranstaltungen** in den Bezirken Gmünd, Zwettl und Waidhofen/Thaya

- wurde eine breite Bevölkerungsgruppe mit dem Thema Elektromobilität konfrontiert,
- wurden Vorteile und Nutzen der Elektromobilität aufgezeigt,
- wurde Lust auf Elektromobilität geweckt, indem verschiedenste Modelle von ein- und zweispurigen Elektrofahrzeugen zum Testen angeboten wurden und
- wurden die TestfahrerInnen und andere InteressentInnen über Förderungen, Funktionalität, usw. im Bereich Elektromobilität informiert.

Angestrebt wurde die Vermittlung eines **ganzheitlichen Ansatzes**. Besonderes Augenmerk wurde daher der Versorgung von E-Tankstellen mit Strom aus nachhaltigen Energieformen gewidmet. Das konnte z.B. durch E-Tankstellen vor Ort, aber auch durch gezielte Informationsvermittlung erreicht werden.

Im Rahmen des Projekts wurde auch gezielt ein **Schwerpunkt auf zukünftige FahrzeugnutzerInnen** gelegt, um die Marktdurchdringung zu erhöhen. Durch spezielle Workshops wurden Jugendliche in den Schulen über Elektromobilität informiert. Zudem bekamen sie die Möglichkeit, einspurige Elektrofahrzeuge (z.B. E-Moped, E-Bike, Trikke) zu testen bzw. Elektroautos kennenzulernen. Dadurch wurde die Jugend bereits an der Basis abgeholt und früh für das Thema Elektromobilität sensibilisiert. Das ebnet den Weg für eine nachhaltige Mobilität der Zukunft.

2.1.2 Resultate und Schlussfolgerungen

Die Zusammenarbeit der Stakeholder aus verschiedenen Bereichen beim anfänglichen Workshop ermöglichte die Erfassung **unterschiedlicher Blickwinkel** und das Aufzeigen eines breiten Spektrums an möglichen Einstiegs- und Umstiegsbarrieren. Alle TeilnehmerInnen profitierten von diesem Erfahrungsaustausch und gewannen neue Sichtweisen für ihre weitere Arbeit. Zudem wurden **Handlungsoptionen und –empfehlungen** für das gegenständliche sowie für weitere Projekte und Organisationen abgeleitet, die auf der Homepage des Antragstellers veröffentlicht wurden.

Aufgrund der Kooperation mit Großveranstaltungen wurden möglichst viele Menschen in den Bezirken Gmünd, Zwettl und Waidhofen/Thaya erreicht. Durch den Abbau von Vorurteilen wurden diese zum Umstieg auf einen nachhaltigen Verkehr angeregt.

Besonderes Augenmerk lag auf der Ansprache der Jugend. Durch eine möglichst **frühe Konfrontation mit dem Thema Elektromobilität** – noch vor der Erlangung des Führerscheins – wurde die Sichtweise der zukünftigen VerkehrsteilnehmerInnen erweitert und nachhaltig beeinflusst. Vorurteile wurden dadurch im Keim erstickt und junge Menschen wurden zu nachhaltigem Denken angeregt.

2.1.3 Ausblick und Zusammenfassung

Von den aufgezeigten Einstiegs- und Umstiegsbarrieren sowie den Lösungsvorschlägen im anfänglichen Stakeholder-Workshop konnten alle beteiligten Organisationen profitieren. Darauf konnte nicht nur das gegenständliche Projekt aufbauen, sondern diese **Kumulation an Erfahrungen** kann auch viele weitere Projekte über die Region hinaus positiv beeinflussen.

Durch die Vorstellung von Elektromobilität auf großangelegten, regionalen Veranstaltungen wurde ein möglichst **großes Spektrum der ländlichen Bevölkerung** erreicht. Mit gezielten Informationen und verschiedenen Testaktionen gelang es, **Vorurteile abzubauen** und die Alltagstauglichkeit sowie die Ausgereiftheit der Elektromobilität zu präsentieren.

Mit der gezielten Ansprache der Jugendlichen wurden nicht nur **optimale Voraussetzungen zum Umstieg der nachfolgenden Generationen** geschaffen. Es entstand auch ein **Multiplikatoreffekt**, indem die Jugendlichen die gewonnenen Informationen und Erfahrungen bei Eltern, Geschwistern und FreundInnen verbreiteten.

2.2 Projektinhalte und Resultate

2.2.1 Ausgangssituation/Motivation

Großschönau ist seit den frühen 80er Jahren ein Ort für visionäre nachhaltige Entwicklungen. So wurde 1982 die erste automatische Biomassefeuerung in einem öffentlichen Gebäude in Niederösterreich eingebaut. Damit begann die jahrzehntelange Erfolgsgeschichte der Marktgemeinde Großschönau in Niederösterreich. Zahlreiche erfolgreiche Projekte wurden in der Zwischenzeit mit diversen Auszeichnungen geehrt. 1986 wurde die 1. österreichische Umweltmesse – die BIOEM – abgehalten; heuer fand sie bereits zum 32. Mal statt. 2004 erfolgte die Gründung der Sonnenplatz Großschönau GmbH mit dem Schwerpunkt „Hausbau der Zukunft“. Daraus entwickelte sich das 1. Europäische Passivhausdorf zum Probewohnen®. Im November 2011 erfolgte die Eröffnung des Forschungs- und Kompetenzzentrums für Bauen und Energie. Seit 2013 können sich BesucherInnen aller Altersgruppen in der SONNENWELT über die Themen energieeffizientes Bauen, Wohnen und Leben in den letzten 10.000 Jahren informieren und bei einem spannend aufbereiteten Rundgang durch die Energieerlebniswelt das Thema Energie am eigenen Leib erfahren.

Vision der Forschungs- und Projektarbeit der Sonnenplatz Großschönau GmbH ist es, ressourcenschonendes Bauen, Wohnen und Leben rascher zu verbreiten. Immer bedeutender wird dabei das Thema Mobilität. Laut „Niederösterreichischer Elektromobilitäts-Strategie 2014-2020“¹ verursachte der Bereich Mobilität 2011 bereits 39 % aller niederösterreichischen Treibhausgasemissionen. Rund zwei Drittel davon sind auf den Personenverkehr zurückzuführen. Die langfristige Vision für den Verkehr der Zukunft ist Elektromobilität mit Strom aus erneuerbaren Energieträgern. Grundlage für das Ziel, die Klimaerwärmung auf 2 °C zu stabilisieren muss ein treibhausgasfreier Individualverkehr sein. Mit der heutigen zur Verfügung stehenden Technologie der Elektrofahrzeuge wäre diese Vision schon heute realisierbar. Der Wandel zu einer nachhaltigen Mobilität erfordert aber noch ein wesentliches **Umdenken aller VerkehrsteilnehmerInnen**. Dafür ist es notwendig, Vorurteile gegenüber Elektromobilität abzubauen und Informationen zu vermitteln. Im Waldviertel gibt es aber noch **sehr viel Potential**, das in **Zusammenarbeit mit den Klima- und Energiemodellregionen** Lainsitztal, Zwettler Reize und Zukunftsraum Thayatal ausgeschöpft werden kann. Schließlich soll die Elektromobilität nicht nur in Städten, sondern auch im ländlichen Bereich Fuß fassen. Projekte der genannten Klima- und Energiemodellregionen zeigten, dass auch im Waldviertel durchaus Interesse von Seiten der Bevölkerung besteht, Elektromobilität kennenzulernen. Beispielsweise wurden

- Energiestammtische zum Austausch von Erfahrungen und Informationen initiiert,

¹ Danninger, O., Angerer, F., Priedl, I., Westhauser, Ch., Böswarth, R. und Mayer, D.: „Niederösterreichische Elektromobilitätsstrategie 2014 – 2020“. St. Pölten: Amt der NÖ Landesregierung, 2014.

- Kleinere Testfahrten angeboten
- oder kleinräumig E-Car-Sharing-Modelle umgesetzt.

Aufbauend auf den bisherigen Erfahrungen und Erkenntnissen der Modellregionen müssen am Markt befindliche Technologien und Elektromobilitätsangebote einerseits einer möglichst breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, andererseits ist es sinnvoll, gezielte Schwerpunkte zu setzen und neue NutzerInnengruppen anzusprechen, um die Marktdurchdringung zu erhöhen.

2.2.2 Projektziele

Folgende Ziele wurden im Projekt vorrangig verfolgt:

- die Demonstration eines **ganzheitlichen Mobilitätsansatzes** durch direkte Ansprache der breiten Bevölkerung bei Informations- und Sensibilisierungsveranstaltungen:
 - mit gezielten, breitgefächerten Informationen rund um E-Mobilität,
 - mit gezieltem Aufzeigen der Notwendigkeit der Versorgung von E-Tankstellen mit Strom aus nachhaltigen Energiequellen,
 - mit praktischen Tests verschiedener Elektrofahrzeuge
 - und mit der Vermittlung der Funktionalität von Elektromobilität im Alltag durch die Verlosung von Probetagen oder Probewochenenden.
- die Nutzung von Synergien und das **gegenseitige Fördern der Marktpenetration von erneuerbarer Energie und Elektromobilität** durch die Kooperation mit der ELLA AG, welche sich zum Ziel gesetzt hat, Österreich mit einem flächendeckenden Netz an Schnellladestationen auszustatten, welche zu **100 % aus W.E.B.-Grünstrom** gespeist werden
- die Gewinnung von **Erkenntnissen** und folglich von **Lösungsansätzen** zu Markteinführungshürden durch einen Workshop mit verschiedenen Stakeholdern zur Erarbeitung von Einstiegs- und Umstiegsbarrieren, insbesondere im ländlichen Raum, sowie von Möglichkeiten zur Überwindung dieser Barrieren
- das Setzen eines **deutlich sichtbaren Impulses** für die Einführung von E-Fahrzeugen, gepaart mit dem Anspruch, Erfahrungen und Best-Practice-Ansätze für eine spätere Programm-**Multiplikation in ganz Österreich** durch die Einbindung innovativer Unternehmen aus der Region und gezielte Öffentlichkeitsarbeit im Anschluss an organisierte Veranstaltungen und Workshops zu gewinnen
- Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung für das Thema Elektromobilität bei der **ländlichen Bevölkerung** bei großangelegten Veranstaltungen durch Hervorheben von Vorteilen und Nutzen
- Vermittlung von **Lust auf Elektromobilität** durch die Herstellung eines hohen Identifikationsgrades der Bevölkerung mit Elektromobilität bei Testfahrten mit unterschiedlichen Elektrofahrzeugen sowie mit verschiedenen Modellen an Elektroautos sowohl aus dem Hochpreis- als auch aus dem Niedrigpreissegment

- raschere **Verbreitung der Elektromobilität im ländlichen Raum** durch die Zurverfügungstellung von am Markt befindlichen Technologien und Elektromobilitätsangeboten und die Kooperation mit innovativen Unternehmen der Region
- **frühzeitige Sensibilisierung der Jugend** für eine nachhaltige Mobilität durch gezielte Workshops an Schulen und die Vermittlung des Fahrvergnügens bei Testfahrten, sodass die VerkehrsteilnehmerInnen der Zukunft von Beginn an mit der nachhaltigen Vision für den Verkehr vertraut sind.

2.2.3 Tätigkeiten im Rahmen des Projekts inklusive methodischem Zugang

Stakeholder Workshop:

Zu Beginn des Projekts wurde ein Workshop mit Stakeholdern aus verschiedenen Bereichen veranstaltet. Teilgenommen haben VertreterInnen des Auftraggebers Klima- und Energiefonds, der NÖ Landesregierung, des Fahrzeuggewerbes, von Fahrschulen, von Stromanbietern bzw. Ladestellenbetreibern, aus „Modellregionen E-Mobilität“, aus Klima- und Energiemodellregionen, von firmenneutralen Beratungsstellen sowie E-Auto-NutzerInnen und PädagogInnen.

Aufgrund des breiten Spektrums an Zugängen zum Thema Elektromobilität konnten unterschiedliche Erfahrungen zusammengeführt werden. Die breite Palette an Blickwinkeln erlaubte eine umfassende Erfassung der bestehenden Einstiegs- und Umstiegsbarrieren für die Einführung von Elektromobilität im ländlichen Raum. Aufbauend auf der Thematisierung der bestehenden Vorurteile wurden Lösungsvorschläge und erforderliche Maßnahmen erarbeitet. So konnten nicht nur bisherige Erfahrungen aus den bestehenden „Modellregionen Elektromobilität“ und von anderen Projektträgern, sondern auch von Seiten der Wirtschaft und KonsumentInnen zusammengeführt werden. Alle TeilnehmerInnen konnten von diesem Erfahrungsaustausch profitieren und neue Sichtweisen für ihre weitere Arbeit im Bereich Elektromobilität gewinnen. Damit wurde eine win-win-Situation für alle Beteiligten erreicht. Gleichzeitig blieb die Wertschöpfung durch die Kooperation mit Waldviertler Autohändlern in der Region.

Die Ergebnisse dieses Workshops dienten der Schwerpunktsetzung für die weitere Vorgehensweise im Projekt und wurden bei den geplanten Veranstaltungen berücksichtigt. Zudem konnten Handlungsoptionen und –empfehlungen für weitere Organisationen und Projekte abgeleitet werden. Die Zusammenfassung der bei diesem Workshop gewonnenen Erkenntnisse wurde auf der Homepage des Antragstellers veröffentlicht und ist diesem Bericht als Anhang beigelegt (siehe auch *Kapitel 2.2.4 Beschreibung der Resultate und Meilensteine/Arbeitspaket 2*).

Sieben umfassende Informationsveranstaltungen inkl. Testfahrten:

Aufbauend auf den erarbeiteten Lösungen wurde im Rahmen des Projekts versucht, möglichst viele Menschen unterschiedlicher Altersgruppen zu erreichen. Mittels Informationen und Probefahrten wurden Vorurteile im ländlichen Raum betreffend Elektromobilität abgebaut. Das geschah auf sieben großangelegten Informationsveranstaltungen in den Bezirken Gmünd, Zwettl und Waidhofen/Thaya, welche in Kooperation mit ausgewählten, bestehenden Veranstaltungen sowie diversen, lokalen Händlern von Elektrofahrzeugen stattfanden. Dabei wurden breitgefächerte Informationen zum Thema Elektromobilität zum Abbau von Vorurteilen und Einstiegs- und Umstiegsbarrieren und verschiedenste Modelle von ein- und zweispurigen Elektrofahrzeugen zum Testen angeboten, wobei jeweils mindestens sechs elektrisch betriebene Autos und Fahrräder zur Verfügung standen. Nähere Informationen zu den Großveranstaltungen sind unter *2.2.4 Beschreibung der Resultate und Meilensteine/Arbeitspaket 3* zu finden.

Folgende Veranstaltungen wurden dafür gewählt:

Bezirk Gmünd	Bezirk Zwettl	Bezirk Waidhofen/Thaya
BIOEM in Großschönau von 26.-29.05.2016 (21.200 BesucherInnen)	Tag der offenen Tür in der Fachschule Edelhof am 05.06.2016 (Schätzung: 4.000 BesucherInnen) ²	Bauernmarkt in Thaya von 09.-10.07.2016 (Schätzung: 6.000 – 7.000) ²
Elternsprechtag im BG/BRG Gmünd am 03.06.2016 (Eltern von 420 SchülerInnen sowie rund 40 Lehrpersonen)	Korb- und Handwerksmarkt in Schönbach am 15.08.2016 (Schätzung: 2.000 BesucherInnen) ²	Trendmesse in Waidhofen/Thaya von 22.-23.10.2016 (Schätzung: 10.000 BesucherInnen) ²
BIOEM in Großschönau von 15.-18.06.2017 (22.000 BesucherInnen)		

Tabelle 1: Veranstaltungen in den Bezirken Zwettl, Gmünd und Waidhofen/Thaya, welche für die durchgeführten Test- und Informationsveranstaltungen im Rahmen des Projekts ausgewählt wurden

Zusätzlich zu den oben beschriebenen Großveranstaltungen wurde am 11.09.2016 in Kooperation mit der Klima- und Energiemodellregion Lainsitztal sowie der Gemeinde Unserfrau-Altweitra beim Kirtag in **Unserfrau** eine **kleinere Informationsveranstaltung** durchgeführt. Auch bei dieser Veranstaltung standen mehrere E-Autos sowie einspurige E-Fahrzeuge zum Testen zur Verfügung und ExpertInnen berieten die BesucherInnen umfassend zum Thema E-Mobilität.

² Offizielle Besucherzahlen nicht bekannt

Ein wichtiger Teil der Informationsvermittlung war der Hinweis auf ganzheitliches Denken und die untrennbare Verknüpfung von Elektromobilität und Strom aus erneuerbaren Energieträgern. Nur durch diese Kombination wäre es möglich, den motorisierten Individualverkehr in Österreich gänzlich auf elektrisch betriebene Fahrzeuge umzustellen und lediglich 10% zusätzlichen Stromverbrauch zu verzeichnen³. Das konnte z.B. durch E-Tankstellen vor Ort, aber auch durch gezielte Informationsvermittlung erreicht werden.

Testtage:

Bei einigen dieser Veranstaltungen wurden auch „Probetage“ und/oder „Probewochenenden“ mit einem E-Auto verlost. So konnte auch die Tauglichkeit von Elektromobilität im Alltag vermittelt werden. Mit einer derartigen Aktion konnte vor allem in der Klima- und Energiemodellregion Lainsitztal eine gute Erfahrung gemacht werden.

Folgende Verlosungen wurden im Projekt durchgeführt:

- Beim Korb- und Handwerksmarkt in Schönbach wurde ein Wochenende mit einem E-Auto bzw. Plug-In Hybrid der Marke Volkswagen verlost. Zur freien Auswahl standen ein VW e-Golf, ein e-Up! oder ein Golf GTE, welche vom Autohaus Meisner in Ottenschlag zur Verfügung gestellt wurde.
- Bei der Trendmesse in Waidhofen/Thaya wurde je ein Testtag mit einem frei zu wählenden Modell der Marke Tesla der Firma FutureDriving Dangl GmbH und einem Renault Zoe der TRE Thayaland GmbH verlost.
- Bei der BIOEM 2017 in Großschönau wurden unter den 22.000 Besuchern 2 Wochen mit einem Tesla Model S verlost.

Diese Verlosungen waren sehr breitenwirksam und ermöglichten auch den Zugang zu Personen, die aus unterschiedlichen Gründen nicht an E-Mobilität interessiert waren oder der Technik skeptisch gegenüberstanden. Bei den Testtagen konnten sie sich von den Vorteilen überzeugen und auch abwägen, ob ein derartiges Fahrzeug für ihre Bedürfnisse alltagstauglich ist. Zudem bestand ein Multiplikatoreffekt, indem auch Personen aus dem Umfeld der GewinnerInnen (Verwandte, Bekannte) das Fahrzeug testeten.

Testlauf beim Saisonstart der SONNENWELT in Großschönau:

Um die Veranstaltungen zur Sensibilisierungs- und Bewusstseinsbildung bei der breiten Bevölkerung bestmöglich organisieren und abhalten zu können, wurde anfangs ein Testlauf in den Örtlichkeiten des Antragstellers durchgeführt. Organisiert wurde dieser Testlauf im Zusammenhang mit dem Saisonstart der SONNENWELT in Großschönau am 20.03.2016. Dabei wurden folgende E-Fahrzeuge zum Testen zur Verfügung gestellt:

- Renault Zoe
- Kia Soul EV vom Autohaus Böhm in Ottenschlag

³ „Leitfaden Ausschreibung Modellregionen Elektromobilität“. Wien: Klima- und Energiefonds. 2015

- Zahlreiche einspurige E-Fahrzeuge der Firma e-mobil Neunteufel (E-Fahrräder, Pedelecs, E-Mopeds, E-Scooter)
- Trikkes der Sonnenplatz Großschönau GmbH.

Das Forschungs- und Kompetenzzentrum am Sonnenplatz eignete sich optimal, um einen Informationsstand aufzubauen, wo sich die Bevölkerung zum Thema Elektromobilität informieren konnte. Zudem befanden sich im Außenbereich optimale Strecken für Testfahrten sowie eine ellsa Tankstelle mit zwei Typ 2 Steckern. Diese sind für alle gängigen Automarken geeignet und laden mit 11 kW in 1,5 Stunden 16 kWh. Das entspricht etwa einer Reichweite von 100 km. Unter diesen perfekten Bedingungen war es möglich, Erfahrungen für die geplanten großräumigen Informationsveranstaltungen zu sammeln und die Organisation dann anhand des gewonnenen Know-hows und des Feedbacks der BesucherInnen anzupassen und zu optimieren.

23 Workshops in 7 verschiedenen Schulen:

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Projekts war die Konfrontation der Jugend mit dem Thema Elektromobilität. Die zukünftigen Führerschein- und FahrzeugbesitzerInnen sollten bereits früh mit dem Thema Elektromobilität konfrontiert werden. Insgesamt konnten 23 Workshops in 7 verschiedenen Schulen durchgeführt werden:

- 2 Workshops in der Landwirtschaftlichen Fachschule Zwettl (April 2016)
- 4 Workshops in der PTS Griesbach (Juni 2016 und Mai 2017)
- 2 Workshops im BG/BRG Waidhofen/Thaya (Juni 2016)
- 8 Workshops in der PTS Waidhofen/Thaya (Juni 2016 und Juni 2017)
- 4 Workshops im BG/BRG Gmünd (Juni 2016 und Juni 2017)
- 2 Workshops in der HLW-FW Zwettl und (Juni 2016)
- 1 Workshop in der NMS Bad Großpertholz (Juni 2017).

Bei diesen Workshops wurden die Jugendlichen von einem externen Experten bzw. einer Expertin umfassend zum Thema Elektromobilität informiert. Dieser Experte/diese Expertin wies auch praktische Erfahrungen im Umgang mit Elektrofahrzeugen auf und konnte daher auch von eigenen Erfahrungen praxisnah und authentisch berichten. Die SchülerInnen bekamen bei diesen Workshops auch die Gelegenheit, Fragen zu stellen und Diskussionen rund um ihnen bekannte Vorurteile anzuregen.

Ziele dieser Workshops waren:

- die Bewusstseinsbildung junger Menschen für die Notwendigkeit eines Wandels im Bereich Verkehr,
- der Abbau von Hemmschwellen,
- die Klarstellung von Fehlinformationen,
- und die Vermittlung von Lust auf Elektromobilität.

Daher wurde nicht nur Theorie, sondern auch Praxis vermittelt, indem verschiedenste Elektrofahrzeuge zum Testen angeboten wurden. Im Vordergrund stand das Ausprobieren

einspuriger Elektrofahrzeuge als Alternative zu Mopeds mit Verbrennungsmotoren, z.B. E-Mopeds, E-Fahrräder und Trikes. Auch zweispurige Fahrzeuge wurden präsentiert und konnten bei einer Mitfahrt kennengelernt werden. So konnte eine umfassende Sensibilisierung der Jugend für eine „grüne, umweltfreundliche Mobilität“ garantiert werden. Nähere Informationen zu den Schulworkshops sind in *Kapitel 2.2.4 Beschreibung der Resultate und Meilensteine/Arbeitspaket 4* zu finden.

Umfrage zur Evaluation:

Sowohl vor als auch nach den Schulworkshops wurden die teilnehmenden SchülerInnen gebeten, eine Umfrage zum Thema Elektromobilität auszufüllen.

Dabei wurde evaluiert:

- inwiefern die Jugendlichen bereits mit dem Thema E-Mobilität vertraut waren
- ob bei den Workshops Vorurteile abgebaut werden konnten
- und ob Lust auf Elektromobilität vermittelt werden konnte.

Ziele davon waren:

- das Bereitstellen von Know-how für andere Regionen bzw. Projekte
- und die Ableitung von für die Jugend bestehenden Einstiegsbarrieren zur Nutzung von Elektromobilität.

Teil der Evaluation ist eine Berechnung der möglichen Auswirkungen des Umstiegs von MopedbesitzerInnen auf Elektromobilität (siehe 2.2.4 Beschreibung der Resultate und Meilensteine/Arbeitspaket 5).

2.2.4 Beschreibung der Resultate und Meilensteine (vgl. Arbeitspakete)

Arbeitspaket 1 – Projektmanagement

Durch gezieltes Management des Projekts konnten Inhalt und Qualität des Projekts sichergestellt werden. Zudem konnte in Abstimmung mit dem Auftraggeber eine Verlängerung des Projekts erwirkt werden, sodass ohne zusätzliches Budget noch mehr Tätigkeiten als geplant durchgeführt werden konnten.

Arbeitspaket 2 – IST-Analyse

Zu Beginn des Projekts wurde am Sonnenplatz in Großschönau ein mehrstündiger Workshop mit Stakeholdern aus verschiedenen Bereichen veranstaltet. Die breite Palette an unterschiedlichen Blickwinkeln erlaubte eine **umfassende Zusammenstellung an bestehenden Einstiegs- und Umstiegsbarrieren** für die Einführung von Elektromobilität im ländlichen Raum. Zusammenfassend behindern das Informationsdefizit der Bevölkerung, die Kosten der Fahrzeuge, die Reichweite, das fehlende Image und Defizite am Fahrzeugmarkt den Durchbruch der Elektromobilität (nähere Erläuterungen siehe „Hürden von E-Mobilität inkl. Lösungsvorschlägen.pdf“ im Anhang sowie auf der Homepage des Antragstellers).

Aufbauend auf diesen Einstiegs- und Umstiegsbarrieren konnten **Handlungsoptionen und –empfehlungen** für weitere Organisationen und Projekte sowie die weitere Vorgehensweise im bestehenden Projekt abgeleitet werden. Beispielsweise könnte dem Informationsdefizit durch Weiterbildungen an Schulen – sowohl für SchülerInnen als auch für LehrerInnen – aber auch durch breitenwirksame Veranstaltungen sowie die Begleitung von Unternehmen beim Umstieg entgegengewirkt werden. Ein weiteres Beispiel wäre die vermehrte Verbreitung von Gesamtkostenrechnungen für E-Autos, welche die Rentabilität hervorstreichen, um dem Vorurteil der hohen Kosten von E-Mobilität entgegenzuwirken.

Das Protokoll inkl. aller Resultate des Workshops befindet sich im Anhang und wurde auch auf der Homepage des Antragstellers veröffentlicht.

Arbeitspaket 3 – Sensibilisierungs- und Bewusstseinsbildung bei der breiten Bevölkerung

Aufbauend auf den Erfahrungen des Testlaufs beim Saisonstart der SONNENWELT am 20.03.2016 konnten sieben Testveranstaltungen zur Sensibilisierungs- und Bewusstseinsbildung bei der breiten Bevölkerung erfolgreich organisiert und abgehalten werden. Mithilfe dieser Veranstaltungen konnte eine wesentliche Einstiegsbarriere bei E-Mobilität konkret bearbeitet werden, nämlich die **Skepsis der ländlichen Bevölkerung aufgrund von Unwissenheit**. Dies zeigte sich bei zahlreichen Beratungsgesprächen bzw. Testfahrten, bei welchen die Testpersonen anfangs große Skepsis gegenüber E-Mobilität äußerten, die großteils auf falschen Annahmen bzw. Informationen beruhte. Im Laufe des Gesprächs konnten viele Vorurteile ausgeräumt und positive Effekte von E-Mobilität hervorgehoben werden, sodass diese Personen die Veranstaltung nicht nur mit mehr Wissen, sondern auch mit einer **positiven Einstellung zu E-Mobilität** verließen. Beispielsweise wird die Geräuschlosigkeit der Fahrzeuge oft als gefährlich eingestuft. Allerdings fehlt oft das Wissen darüber, dass ab 2019 der Einbau eines akustischen Warnsignals in neuen Elektro- und Hybrid-Fahrzeugen nach einer EU-Verordnung verpflichtend ist. Zudem werden die positiven Effekte der Geräuschlosigkeit, z.B. die Steigerung der Lebensqualität in Wohngebieten, nicht wahrgenommen. Bei den Testveranstaltungen ist es uns gelungen, gezielt auf diese und andere Fakten einzugehen und somit Vorurteile abzubauen und die Meinung der Bevölkerung positiv zu beeinflussen.

Zudem konnte mit den durchgeführten Veranstaltungen erreicht werden, dass auch viele Personen, die eigentlich nicht affin waren für das Thema E-Mobilität, mit diesem konfrontiert wurden. Viele Skeptiker wagten sogar eine Testfahrt, wodurch die **Hemmungen und Hürden deutlich geschrumpft** sind.

Es gab aber auch Personen, die zwar durchaus Interesse an E-Mobilität zeigten, sich die **Handhabung in der Praxis** aber nicht vorstellen konnten, weil sie z.B. bei ihren Überlegungen außer Acht ließen, dass das E-Auto täglich nachts aufgeladen werden kann

und eine Ladestation daher weniger oft benötigt wird als gedacht. Diesen Vorurteilen konnten wir nicht nur mit gezielter Informationsvermittlung, sondern auch mithilfe der Verlosung von mehreren Testtagen entgegenwirken, wo die Handhabung in der Praxis angeleitet und selbst erprobt werden konnte.

Viele der durchgeführten Testveranstaltungen zeigten, dass durchaus Interesse von Seiten der Bevölkerung besteht. Viele Beratungsgespräche zielten bereits darauf ab, das passende E-Auto für die Testpersonen zu finden, da diese bereits **konkrete Kaufüberlegungen** anstellten. Andere zeigten große Neugier an diesem Thema, konnten sich aber einen Kauf noch nicht vorstellen. Aufgrund des Angebots, verschiedene E-Autos vor Ort kennenzulernen und zugleich umfassend zum Thema informiert zu werden, konnten diese Personen wieder einen Schritt weiter geführt werden.

Zudem gelang es uns eine **umfassende Informationsbroschüre** zu produzieren, in welcher alle notwendigen Informationen zu E-Mobilität kumuliert wurden (siehe Anhang). Inhalt dieses 6-Seiters sind nicht nur Förderungen, Lademöglichkeiten und verschiedene E-Auto-Modelle, sondern auch eine Vergleichsrechnung zwischen E-Autos und technisch ähnlichen Modellen an Verbrennern. Anhand dieser konnte die monetäre Rentabilität von E-Mobilität für jeden Einzelnen sichtbar gemacht werden. Diese Informationsbroschüre wurde beispielsweise in der BIOEM-Zeitung veröffentlicht, welche in Zusammenarbeit mit der NÖN an Haushalte verteilt wird und eine Auflage von 210.000 Stück aufweist. Die Informationsbroschüre liegt auch in der SONNENWELT zur freien Entnahme auf und kann auf der Homepage des Antragstellers abgerufen werden.

Arbeitspaket 4 – Sensibilisierungs- und Bewusstseinsbildung bei der Jugend

Ebenso wie bei den Testveranstaltungen in Arbeitspaket 3 konnten bei insgesamt 23 Workshops zum Thema „E-Mobilität in der Schule“ in 7 verschiedenen Schulen Hürden bei der Jugend abgebaut werden. Wesentlich dabei war die Kombination aus einem Theorie- und einem Praxisteil, um das Interesse der SchülerInnen zu wecken und Vorurteile abzubauen. Viele der Jugendlichen wurden bei diesen Workshops **erstmalig mit diesem Thema konfrontiert**. Zudem ergaben sich beim Testen der Fahrzeuge Gespräche, bei welchen gezielt auf einzelne Vorurteile eingegangen werden konnte. Dabei konnten teilweise auch **konkrete Fragen beantwortet** werden, die sich aufgrund einer Kaufüberlegung der Eltern ergeben hatten. Es wurde auch beobachtet, dass die SchülerInnen zu Hause von ihren Erfahrungen berichteten und somit ein **Multiplikatoreffekt** entstanden ist.

Arbeitspaket 5 – Evaluation der Bewusstseinsbildung bei Jugendlichen

Sowohl vor als auch nach den Schulworkshops wurden die teilnehmenden SchülerInnen gebeten, eine Umfrage zum Thema Elektromobilität auszufüllen. Der anfängliche Fragebogen zielte vor allem darauf ab, zu erfassen, inwiefern die Jugendlichen bereits mit dem Thema E-Mobilität vertraut waren, während im zweiten Fragebogen vermehrt auf die

Meinung der TeilnehmerInnen sowie den Erfolg des Workshops eingegangen wurde. Nach der Auswertung aller ausgefüllten Umfragen lassen sich folgende Schlussfolgerungen daraus ziehen:

- Vor dem Workshop waren die SchülerInnen dazu aufgefordert, die Reichweite eines E-Autos frei einzuschätzen. Dabei gab es keine vorformulierten Antwortmöglichkeiten. Das Resultat daraus ist **eine hohe Bandbreite an möglichen Reichweiten**, welche von unter 50 km bis über 1.000 km reicht. Es wurden also teilweise sehr utopische Werte angenommen, was zeigt, dass manche SchülerInnen **keine praktische Vorstellung von E-Mobilität** (und vielleicht auch von Verkehr im Allgemeinen) haben. Die meisten Schätzungen lagen aber durchaus in realistischen Bereichen (siehe roter Kreis):

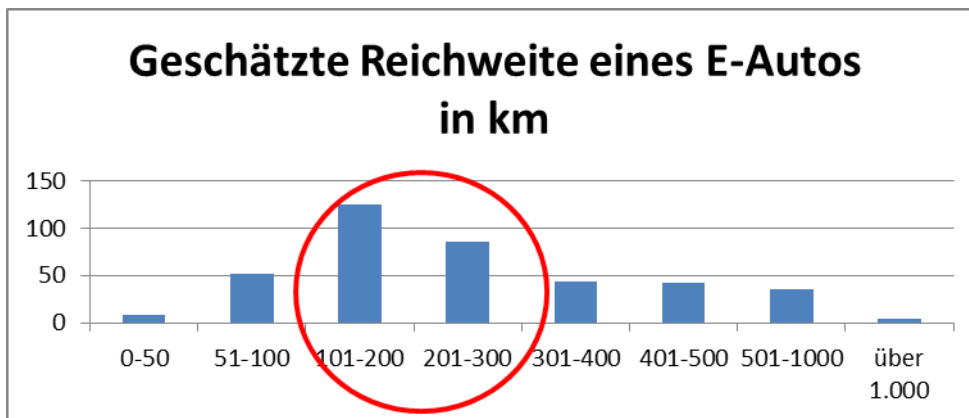


Abbildung 1: Schätzung der Jugendlichen zur Reichweite eines E-Autos in km vor der Durchführung des Workshops

Dieselbe Frage wurde auch zum E-Moped gestellt. Auch hier zeigen sich sehr unrealistische Werte, wie 10 km oder 1.000 km. Aber hier lag der Großteil der SchülerInnen ebenfalls in einem realistischen Bereich von 50 - 100 km:

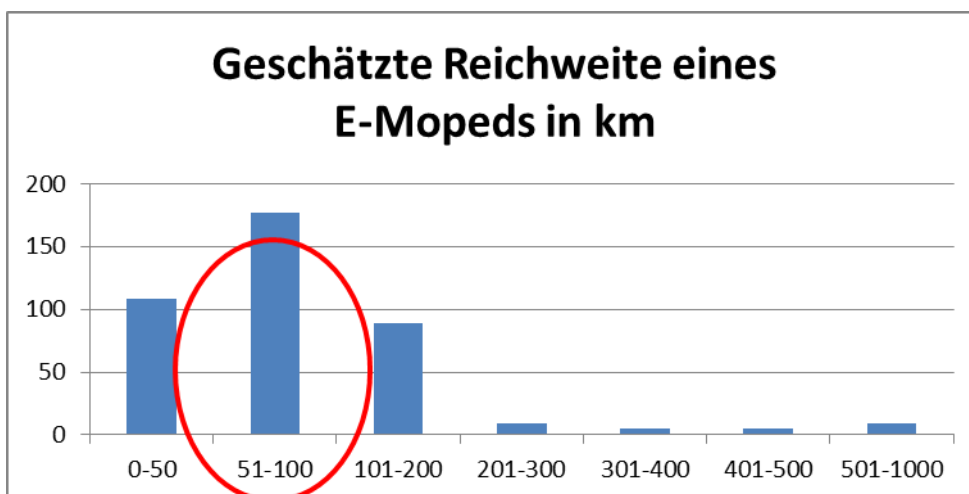


Abbildung 2: Schätzung der Jugendlichen zur Reichweite eines E-Mopeds in km vor der Durchführung des Workshops

- Auch die Ladedauer eines E-Autos bzw. E-Mopeds wurde von den SchülerInnen im vorhinein frei eingeschätzt. Einige überschätzten die Ladedauer sehr stark mit über 480 Minuten, der Großteil der Antworten beim E-Auto lag aber durchaus in realistischen Bereichen (siehe rote Kreise: Diese zeigen die durchschnittlichen Ladezeiten von rund 30 Minuten bei einer Schnellladestation mit 50 kW, von rund 3-4 Stunden bei einer Ladestation mit 11 kW sowie von rund 8 Stunden an einer herkömmlichen Haushaltssteckdose mit 2,3 kW.). Die **Vielfalt an verschiedenen Antworten war sehr groß:**

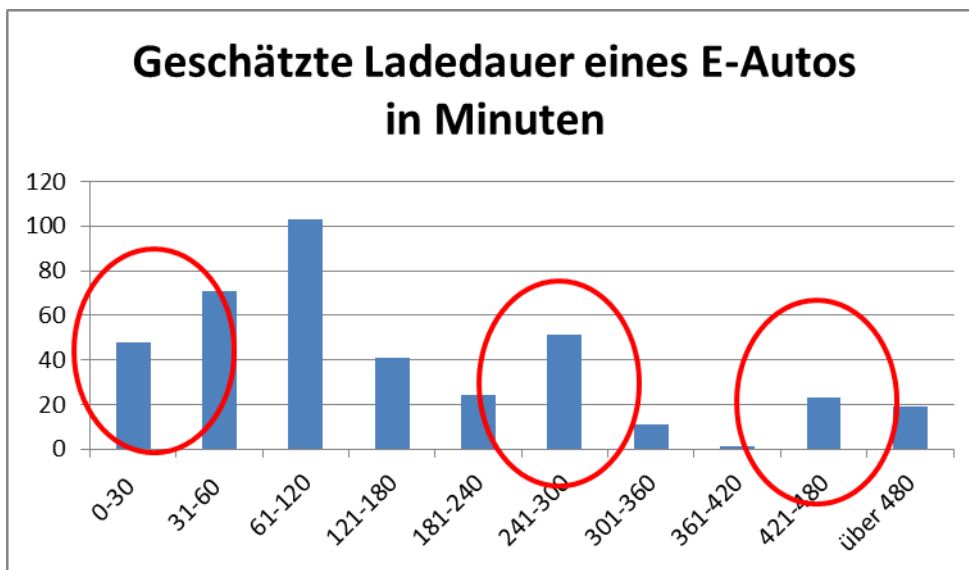


Abbildung 3: Schätzung der Jugendlichen zur Ladedauer eines E-Autos in Minuten vor der Durchführung des Workshops

Die Ladedauer eines E-Mopeds konnte von vielen nicht realistisch eingeschätzt werden. Hier waren die **Erwartungen hinsichtlich einer kurzen Ladezeit größtenteils zu hoch:**

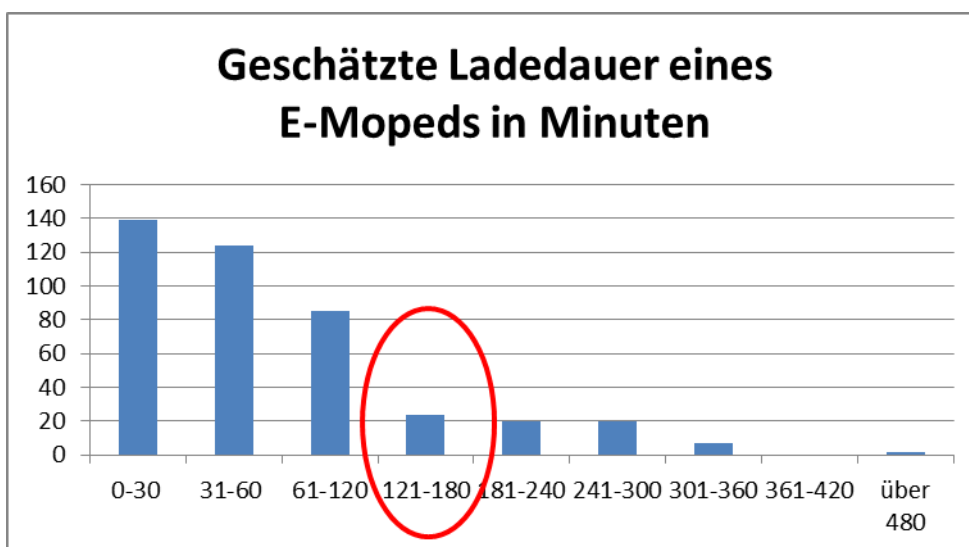


Abbildung 4: Schätzung der Jugendlichen zur Ladedauer eines E-Mopeds in Minuten vor der Durchführung des Workshops

- Ebenfalls in einer offenen Frage wurden die SchülerInnen gebeten, Lademöglichkeiten anzuführen. Hier zeigte sich zwar ein hoher Bekanntheitsgrad von Ladesäulen, dass das E-Auto aber **zu Hause geladen** werden kann, war vielen anfangs aber **nicht klar**:

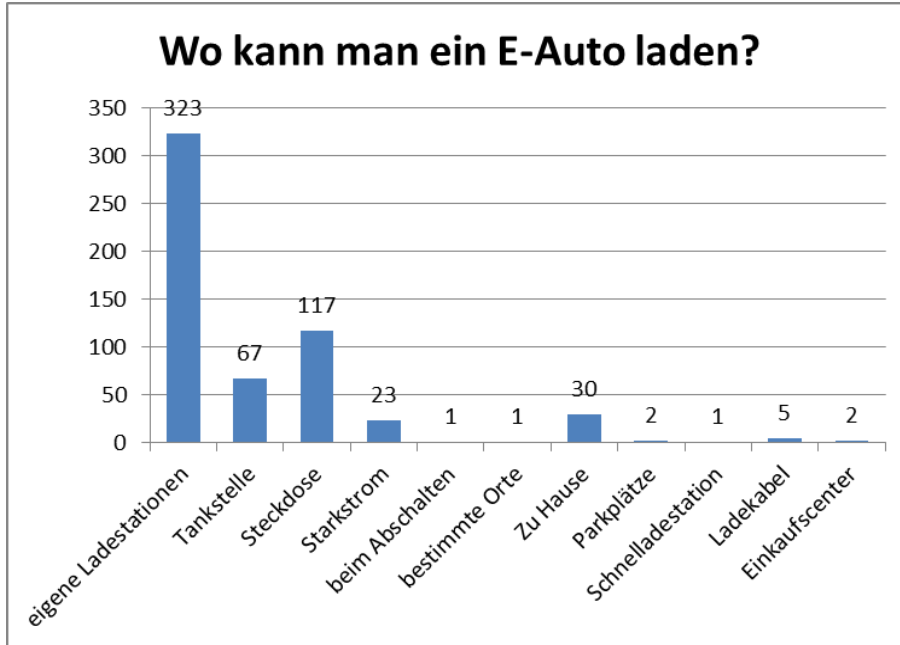


Abbildung 5: Einschätzung der Lademöglichkeiten eines E-Autos vor der Durchführung des Workshops

Beim E-Moped wurde die Möglichkeit der Ladung über die Steckdose bzw. „zu Hause“ schon eher in Betracht gezogen, aber auch hier stellten sich die SchülerInnen diesen Prozess **komplizierter vor, als er in der Realität ist**:

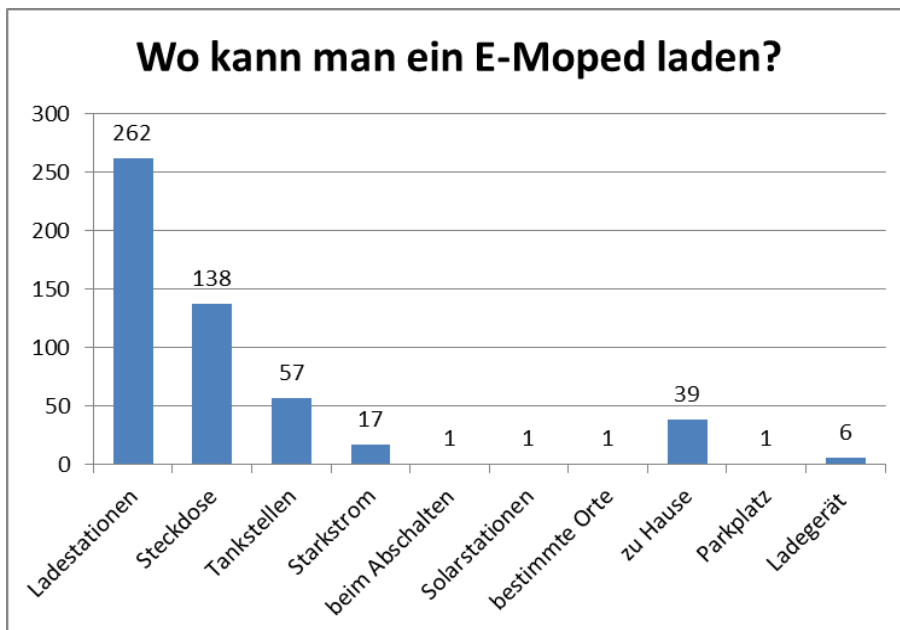


Abbildung 6: Einschätzung der Lademöglichkeiten eines E-Mopeds vor der Durchführung des Workshops

- Ein wesentlicher Bestandteil der Befragungen war die Erfassung von Argumenten gegen den Kauf eines E-Autos bzw. E-Mopeds, ebenso wie die Gründe für den Kauf. **Zu Beginn des Workshops** war die **Palette an negativen Statements noch sehr breit gefächert**.

Nach dem Workshop konnte die Anzahl an Gegenargumenten stark dezimiert werden. **Preis, Reichweite und Ladedauer** blieben für die meisten SchülerInnen die größte Hürde zum Einstieg in die E-Mobilität. Das zeigte sich auch bereits bei den Testveranstaltungen für die breite Bevölkerung. Viele anfängliche Argumente wie „Unwissenheit“, „Aussehen“, „Tempo“, „macht keinen Spaß“, „zu klein“, „kein Anhänger“, „Gefahr bei Unfall“, usw. konnten aber während des Workshops **entkräftet** werden:

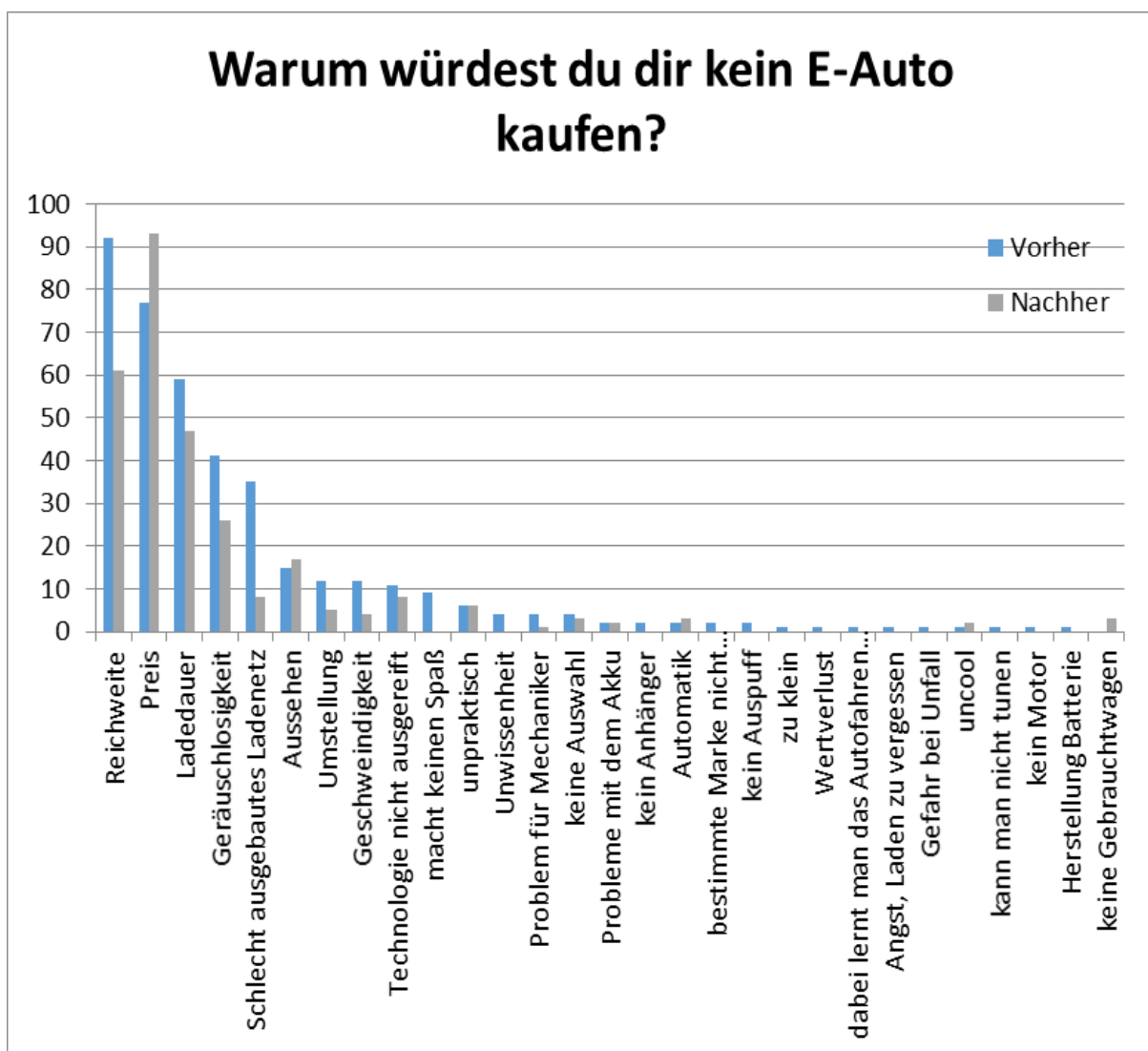


Abbildung 7: Argumente der Jugendlichen gegen den Kauf eines E-Autos vor und nach der Durchführung des Workshops

- Ebenso zeigen sich beim E-Moped anfänglich wesentlich mehr Gegenargumente als im Nachhinein (siehe Abbildung 8). Als großes Thema erwies sich beim **E-Moped** die **Geräuschlosigkeit**, die von sehr vielen Jugendlichen kritisiert wurde. Hier gilt es noch viel an Überzeugungsarbeit zu leisten, sodass nicht nur laute, stinkende Fahrzeuge als „cool“ gelten.

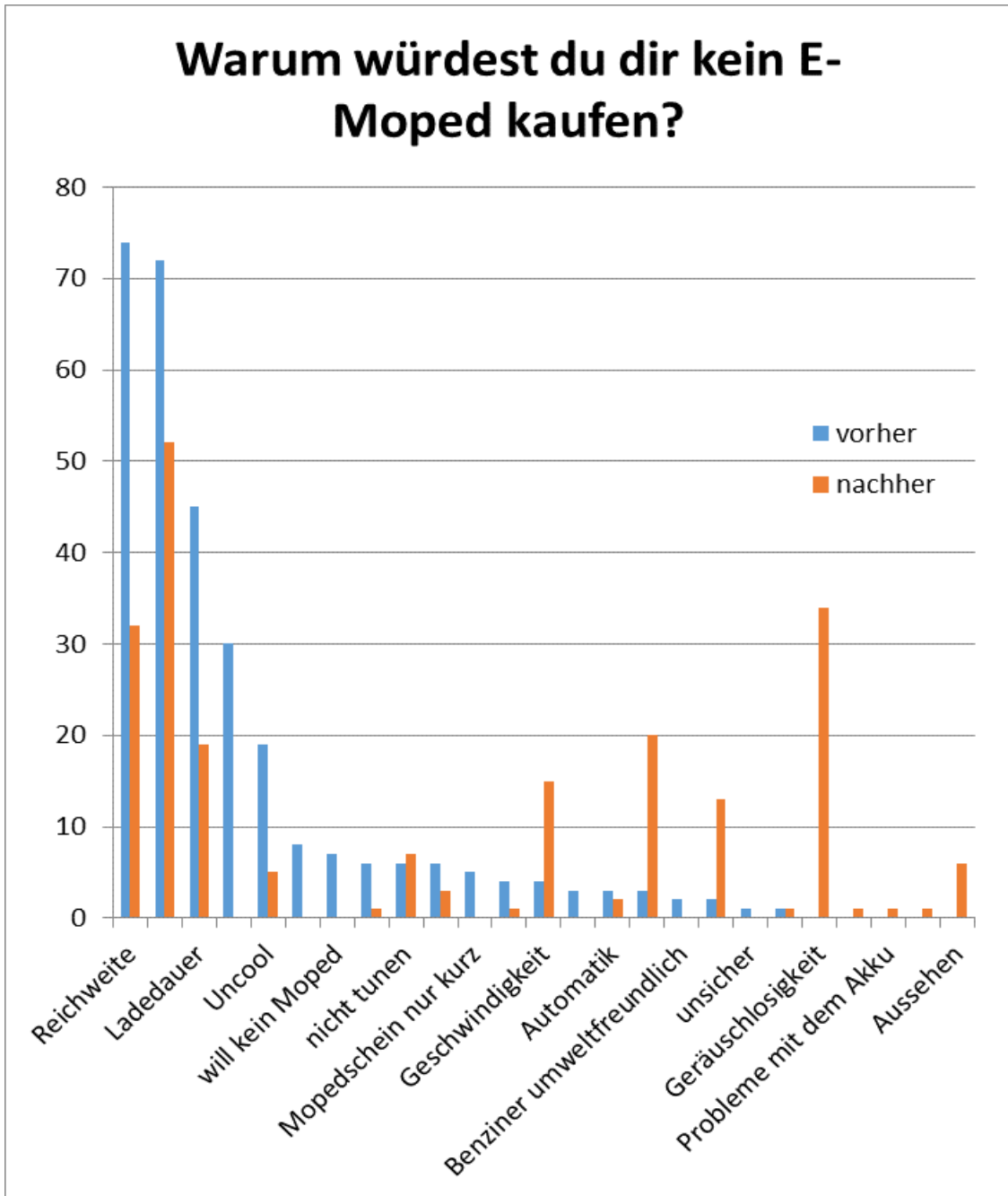


Abbildung 8: Argumente der Jugendlichen gegen den Kauf eines E-Mopeds vor und nach der Durchführung des Workshops

- Auch all jenen, die sich nach dem Workshop den Kauf eines E-Fahrzeuges bereits vorstellen konnten, wurde die Frage nach dem Grund gestellt. Die Antworten zeigen einerseits, dass **sehr viel Umweltbewusstsein** geschaffen werden konnte bzw. vorhanden ist und andererseits, dass auch **Lust auf E-Mobilität** vermittelt wurde. Nach den Workshops wurden neben der Umweltfreundlichkeit von E-Fahrzeugen auch noch zahlreiche weitere Argumente wie super Fahrgefühl, geldsparend oder Beschleunigung beim E-Auto bzw. macht Spaß, Beschleunigung oder nicht so teuer beim E-Moped von den Jugendlichen gebracht. Dies zeugt davon, dass die Jugendlichen einiges an zusätzlichen Wissen aus den Workshops mitgenommen haben.



Abbildung 9: Argumente der Jugendlichen für den Kauf eines E-Autos vor und nach der Durchführung des Workshops

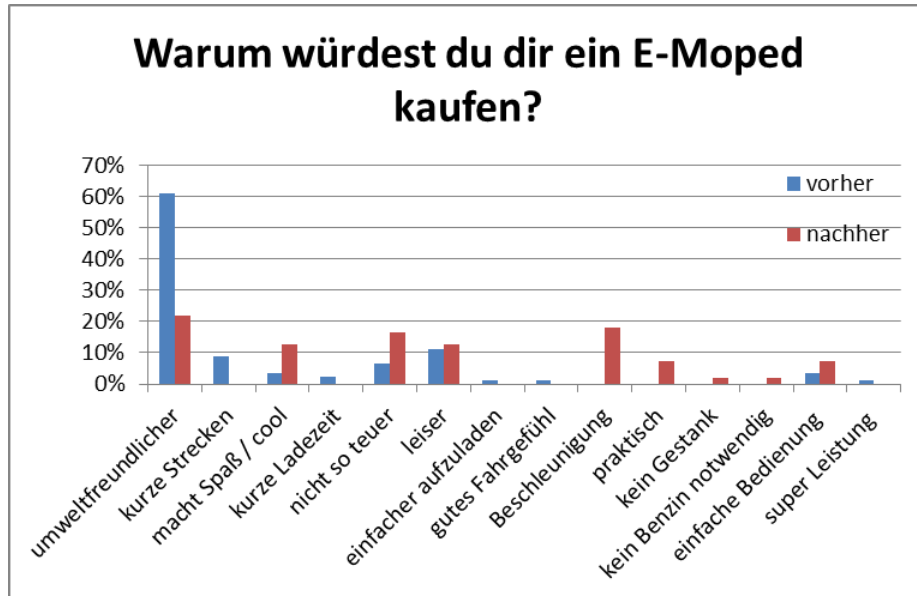


Abbildung 10: Argumente der Jugendlichen für den Kauf eines E-Mopeds vor und nach der Durchführung des Workshops

- Zuletzt gaben die SchülerInnen auch Feedback dazu, welche **Vorurteile** wir im Rahmen der Workshops abbauen konnten:

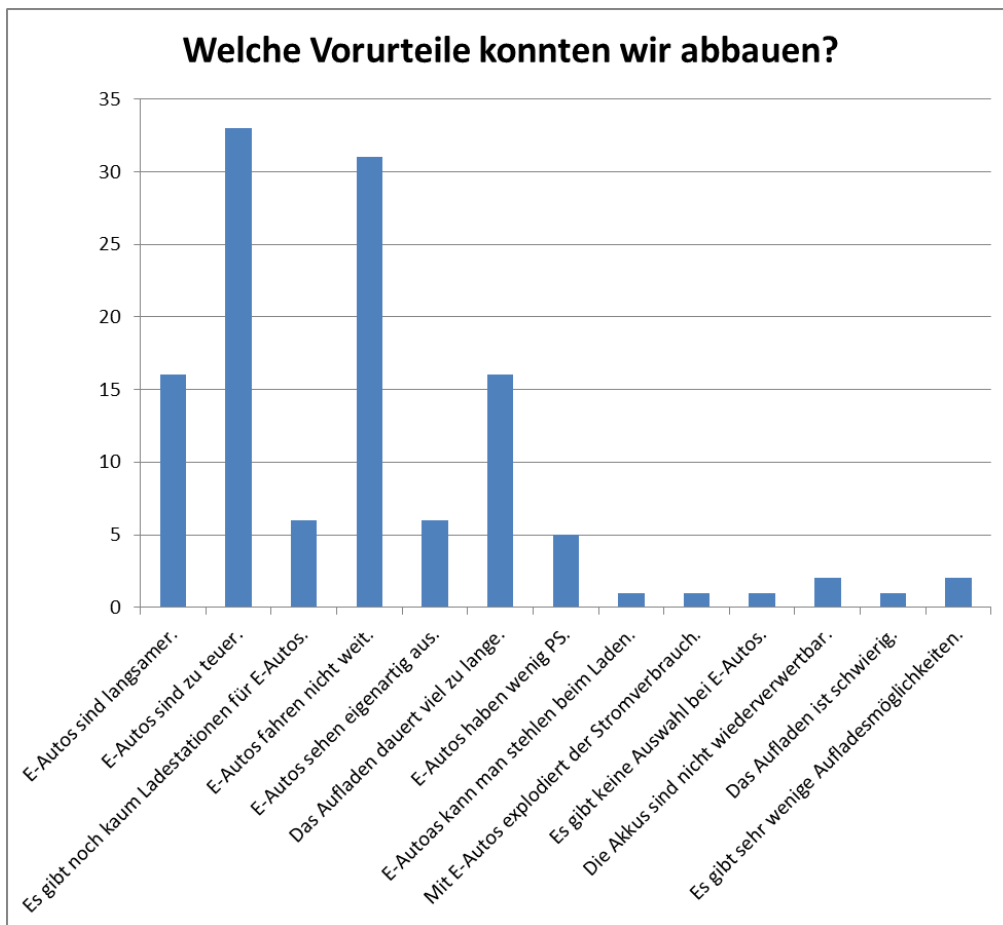


Abbildung 11: Auflistung von Vorurteilen, welche laut den Jugendlichen im Rahmen des Workshops abgebaut werden konnten

Ein weiterer Teil der Evaluation ist eine Berechnung der **möglichen Auswirkungen des Umstiegs von MopedbesitzerInnen auf Elektromobilität**. Laut Statistik Austria (2017)⁴ gibt es derzeit rund 280.916 zugelassene Mopeds in Österreich. (Diese Zahl setzt sich zusammen aus 278.804 Motorfahrrädern Kl. L1e und 2.112 Kleinmotorrädern Kl. L3e.) Laut einer Studie des Umweltbundesamtes (2014)⁵ ergeben sich folgende Treibhausgasemissionen bei Mopeds mit verschiedenem Kraftstoff bzw. Strommix:

	g/Pkm	g/Fkm
Moped/Motorrad 4T (Benzin)	92,70	101,97
Elektromoped (Strompark Ö)	14,22	15,64
Elektromoped (Ökostrom AG)	4,52	4,97

Tabelle 2: THG-Emissionen verursacht durch ein benzin- bzw. elektrisch betriebenes Moped in Gramm pro Personenkilometer (Pkm) bzw. Gramm pro Fahrzeugkilometer (Fkm)

Dabei gelten folgende Annahmen/Voraussetzungen:

- Pkm..... Personenkilometer
- Fkm.....Fahrzeugkilometer
- Besetzungsgrad: 1,10 Personen
- Verbrauch beim Moped (Benzin): 0,03 kWh/km
- Verbrauch Elektromoped: 0,05 kWh/km
- Strompark in Ö: 60 % Wasserpark inkl. KWK-Anlagen
- Ökostrom AG: Grüner Strom lt. ZU 46
(<http://www.umweltzeichen.at/cms/home/produkte/gruene-energie/content.html?rl=32>)

Aufgrund des oben angeführten Bestandes an Mopeds in Österreich ergeben sich somit insgesamt folgende Treibhausgasemissionen:

	g/Pkm ges.	g/Fkm ges.	Differenz	
			in g/Pkm	in g/Fkm
Moped/Motorrad 4T (Benzin)	26.040.913,20	28.645.004,52		
Elektromoped (Strompark Ö)	3.994.625,52	4.393.526,24	22.046.287,68	24.251.478,28
Elektromoped (Ökostrom AG)	1.269.740,32	1.396.152,52	24.771.172,88	27.248.852,00

Tabelle 3: THG-Emissionen verursacht durch alle in Österreich zugelassenen, benzin- bzw. elektrisch betriebenen Mopeds in Gramm pro Personenkilometer bzw. Gramm pro Fahrzeugkilometer

⁴ Statistik Austria: „Vorläufiger Fahrzeug-Bestand am 31.05.2017“. Wien, erstellt am: 22.06.2017.

⁵ Pötscher, F., Winter, R., Pölz, W., Lichblau, G., Schreiber, H. und Kutschera, U.: „Ökobilanz alternativer Antriebe – Elektrofahrzeuge im Vergleich“. Wien: Umweltbundesamt i.A. des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, 2014.

Wären also alle in Österreich zugelassenen Mopeds mit einem Elektromotor ausgestattet, könnte man rund 22 – 25 Mio. g Treibhausgasemissionen pro Personenkilometer bzw. rund **24 – 27 Mio. g Treibhausgasemissionen pro Fahrzeugkilometer einsparen.**

Arbeitspaket 6 – Öffentlichkeitsarbeit

Sowohl im Vor- als auch im Nachhinein konnten alle Testveranstaltungen in öffentlich zugänglichen Medien beworben werden. Auch zu den Workshops in Schulen wurden im Nachhinein Berichte erstellt, die an die Presse gesendet wurden. Über den Stakeholder-Workshop wurde beispielsweise in den Bezirksblättern des Bezirks Gmünd berichtet. Die Ergebnisse des Projekts konnten auf der Homepage des Antragstellers veröffentlicht werden.

2.2.5 Beschreibung der Schwierigkeiten (wenn aufgetreten) bei der Zielerreichung

Der Erfolg der durchgeführten Testveranstaltungen war ortsspezifisch sehr unterschiedlich. Während sich bei den Veranstaltungen in Waidhofen/Thaya, auf der BIOEM in Großschönau und am Tag der offenen Tür in der Fachschule Edelhof großes Interesse von Seiten der BesucherInnen zeigte, erwiesen sich der Elternsprechtag im BG/BRG Gmünd sowie der Korb- und Handwerksmarkt in Schönbach als relativ mühsam. Die Eltern, die den Elternsprechtag im BG/BRG Gmünd besuchten, waren nur mit viel Engagement für das zusätzliche Angebot dieses Abends zu gewinnen. Ebenso zeigten sich die BesucherInnen des Korb- und Handwerksmarkts in Schönbach **wenig interessiert** an dem Thema E-Mobilität. Enttäuschend war vor allem, dass selbst die KritikerInnen ausblieben und das Thema in dieser Gegend offenbar weitgehend ignoriert wird.

Zudem gab es auch einige GesprächspartnerInnen, die **für jegliche Beratung resistent** waren. Diese kamen zu uns, um ihre Skepsis zu äußern, ließen uns aber keine Gelegenheit dazu, diese Kritik zu entkräften und Informationen zu liefern. Ebenso gab es unter den Jugendlichen bei den Schulworkshops einige, die E-Mobilität als „uncool“ und teilweise sogar als „peinlich“ bezeichnet und deren Interesse trotz jeglicher Bemühungen nicht geweckt werden konnte.

Ernüchternd war auch das **Engagement einiger Autohändler**, die sich zwar zur Zusammenarbeit bereit erklärten, aber vor Ort dann kein Interesse an Beratungsgesprächen oder Testfahrten zeigten oder in Gesprächen ihre eigene Unwissenheit kundtaten. Allerdings konnten natürlich mit jeder Testveranstaltung Kontakte zu Personen aus dem Autogewerbe geknüpft werden, auf denen es sich lohnte, aufzubauen.

Glücklicherweise ereignete es sich im Laufe des Projekts nur bei einer einzigen Veranstaltung, dass **Schlechtwetter** das Programm einschränkte. Beim Workshop im BG/BRG Gmünd 2016 konnten aufgrund von Regen nur wenige SchülerInnen einspurige

Fahrzeuge testen. Als Ersatzprogramm wurde der Praxisteil in den EDV-Raum des Gymnasiums verlagert, wo die Schüler die Aufgabe bekamen, den monetären Unterschied zwischen einem E-Moped und einem Moped mit Verbrennungsmotor zu errechnen. Die Fahrt mit dem Renault Zoe konnte dennoch wie geplant durchgeführt werden und die SchülerInnen und LehrerInnen waren trotzdem sehr begeistert von dem Angebot.

2.2.6 Beschreibung von Projekt-„Highlights“

Der **Stakeholder-Workshop** zu Beginn des Projekts war ein großer Erfolg mit reger Beteiligung von vielen Personen mit unterschiedlichen Zugängen zu E-Mobilität. Alle TeilnehmerInnen zeigten viel Engagement bei der Erarbeitung der Vorurteile und Hürden sowie der dazu passenden Lösungsvorschläge. Das zeigte, dass all diese Personen „**an einem Strang ziehen**“ und gemeinsam das Ziel verfolgen, der E-Mobilität zum Durchbruch zu verhelfen.

Besonders erfolgreich waren auch die Testveranstaltungen auf der **BIOEM in Großschönau**, sowohl 2016 als auch 2017. Das dort anzutreffende Publikum zeigte sich sehr aufgeschlossen für das Thema E-Mobilität. Hier fanden sich die meisten Gesprächspartner, die direkt vor einer **Kaufentscheidung** standen und sich z.B. zu Förderungen beraten ließen oder sich noch verschiedene Modelle ansahen, um zu einer Entscheidung zu kommen.

Hervorzuheben ist auch die Testveranstaltung am **Bauernmarkt in Thaya**. Auch dort waren die Besucher sehr aufgeschlossen und interessiert, sodass beinahe **am laufenden Band Beratungsgespräche geführt und Testfahrten gemacht** werden konnten. Zudem war bei dieser Veranstaltung ein Vertreter der Marke Kia vor Ort, der großes persönliches Interesse an E-Mobilität hegte und daher **mit großem Engagement und Elan** arbeitete.

Auch die Testveranstaltung in der **Fachschule Edelfhof** kann als Highlight hervorgehoben werden. Hier waren zwar auch viele Kritiker anzutreffen, aber es konnten viele Vorurteile abgebaut und Personen beraten werden. Auch das Interesse an Testfahrten war groß. Es erwies sich als Vorteil, dass ein E-Golf der Marke Volkswagen vor Ort war, da die BesucherInnen besonders interessiert waren an diesem Modell.

Highlight unter den Schulworkshops war der Termin im **BG/BRG Waidhofen/Thaya**. Der **sehr engagierte Physikprofessor**, Mag. Hans Hofbauer, hatte die SchülerInnen bereits gut auf das Thema vorbereitet und stellte auch seinen Renault Twizy zum Testen zur Verfügung. Zudem ergaben sich mit den sehr **aufgeschlossenen und interessierten Jugendlichen** besonders viele Gespräche, bei welchen auf konkrete Vorurteile eingegangen werden konnte.

Ein weiteres Highlight kann auf Basis des Workshops im **BG/BRG Gmünd** festgestellt werden. Ein Schüler, der 2016 am Workshop teilgenommen hat, entschied sich aufgrund des im Workshop geschürten Interesses seine **vorwissenschaftliche Arbeit**, welche im Rahmen der Reifeprüfung zu verfassen ist, **zum Thema E-Mobilität** zu verfassen.

Schließlich konnten wir 2017 auch noch eine **umfassende Informationsbroschüre** entwickeln, die alle notwendigen Informationen auf sechs Seiten kumuliert. Diese wurde beispielsweise in der BIOEM-Zeitung veröffentlicht, welche in Zusammenarbeit mit der NÖN an Haushalte verteilt wird und eine Auflage von 210.000 Stück aufweist. Die Informationsbroschüre liegt auch in der SONNENWELT zur freien Entnahme auf und kann auf der Homepage des Antragstellers abgerufen werden. Zudem wurde die Informationsbroschüre bei der BIOEM in Großschönau großflächig verteilt und fand nicht nur bei den BesucherInnen, sondern auch bei unseren PartnerInnen großen Beifall.

2.2.7 Beschreibung und Begründung von Abweichungen zum Antrag

Da die im Rahmen des Projekts durchgeführten Testveranstaltungen von Seiten der Bevölkerung sehr gut angenommen wurden, konnte im September 2016 eine **nicht budgetwirksame Verlängerung der Frist** für die Fertigstellung des Projekts bis zum 30.06.2017 erwirkt werden. Somit konnten in der Verlängerungsphase noch zusätzliche Aktivitäten wie Test- und Informationsveranstaltungen durchgeführt werden.

Zudem gab es ein paar **Änderungen bei den geplanten Schaltungen** in den Bezirksblättern: Mittels Formular vom 15.01.2016 wurden Schaltungen in den Bezirksblättern bekanntgegeben, welche voraussichtlich in KW 11, 22, 32, 42 und in der KW vor 2 damals noch unbekanntem Terminen (vor dem Tag der offenen Tür des Gymnasiums Gmünd und der Eröffnung des Radwegs in Waidhofen/Thaya) erscheinen sollten.

- Bei der Schaltung in KW 11 gab es leider ein Missverständnis von Seiten der Bezirksblätter, da der Sonnenplatz Großschönau gleichzeitig 2 Schaltungen in Auftrag gegeben hat. Leider wurde die mit dem Projekt zusammenhängende Schaltung daher nicht gedruckt. Zur Bewerbung dieser Testveranstaltung wurde daher kurzfristig auf andere Medien, wie Internet, Newsletter, Flyer, etc. zurückgegriffen, sodass die optimale Bewerbung dennoch sichergestellt werden konnte.
- Die Schaltungen in KW 22, 32 und 42 konnten planmäßig erfolgen, ebenso die Schaltung vor dem Tag der offenen Tür des Gymnasiums in Gmünd, welche ebenfalls in KW 22 fiel.
- Die Eröffnung des Radwegs in Waidhofen/Thaya wurde als Veranstaltungsort verworfen, da der Bauernmarkt in Thaya mehr Personen ansprechen würde. Da der Bauernmarkt inklusive des geplanten Programms bereits sehr gut in den

Bezirksblättern beworben wurde, wurde hier von einer separaten Schaltung abgesehen.

- Aufgrund der Projektverlängerung bis Ende Juni 2017 kam noch eine neue Schaltung in KW 23/2017 hinzu, mit welcher die Testaktion auf der BIOEM in Großschönau beworben wurde.

Weiters kam es zu **Verschiebungen zwischen den Budgetposten**:

- Einige der eingeplanten Drittkosten sind niedriger ausgefallen als gedacht bzw. gar nicht angefallen, da z.B. die regionale Unterstützung bei Veranstaltungen und Schulworkshops großteils kostenlos angeboten wurde oder keine Honorare für die TeilnehmerInnen der Stakeholder-Workshops notwendig waren, da diese nur die Reisekosten verrechnet haben. Dadurch konnten 5.500 € an Drittkosten eingespart werden.
- Auch bei den Reisekosten konnten quer über alle Positionen hinweg 2.000 € eingespart werden.

Diese 7.500 € wurden in den Budgetposten Sach- und Materialkosten verschoben, wo aufgrund von Bewerbung sowie den geplanten Gewinnspielen mehr Budget notwendig war.

Schlussfolgerungen und Empfehlungen aus den Resultaten

Der anfängliche Workshop in Zusammenarbeit mit verschiedensten Stakeholdern (siehe *Kapitel 2.2.3 Tätigkeiten im Rahmen des Projekts inklusive methodischem Zugang/Stakeholder Workshop und Kapitel 2.2.4 Beschreibung der Resultate und Meilensteine/Arbeitspaket 2*) zeigte, dass noch **viele Barrieren und Vorurteile** bestehen, welche die E-Mobilität an ihrem Durchbruch hindern. Genau an diesen Einstiegs- und Umstiegsbarrieren gilt es auch in Zukunft anzusetzen und diese beispielsweise mithilfe der erarbeiteten **Handlungsoptionen und –empfehlungen** (siehe Protokoll im Anhang) abzubauen. Da diese Zusammenstellung an möglichen Ansätzen öffentlich zugänglich ist, können sie von jeglichen **ProjektträgerInnen** genutzt werden, um in weiterfolgenden Projekten das Thema E-Mobilität zu forcieren. Auch das **Fahrzeuggewerbe** sowie die **BetreiberInnen von Ladestellen** finden hier Anreize für den weiteren Ausbau der notwendigen Infrastruktur bzw. des erforderlichen Angebots.

Die großangelegten Informationsveranstaltungen sowie die Workshops in den Schulen haben gezeigt, dass in der Bevölkerung der Bezirke Gmünd, Zwettl und Waidhofen/Thaya noch ein **großes Informationsdefizit** herrscht, welchem entgegengewirkt werden muss. Es wäre daher wünschenswert auch zukünftig möglichst viele Menschen mit diesem Thema zu erreichen und sie der E-Mobilität näher zu bringen. Die Erfahrungen des gegenständlichen Projekts zeigen, dass der Ansatz, die **Bevölkerung auf Veranstaltungen anzusprechen**, durchaus empfehlenswert ist. Dadurch können möglichst viele Personen erreicht werden, insbesondere auch jene, die sich aus Eigeninitiative nicht über das Thema E-Mobilität

informieren würden. Die Möglichkeit, E-Autos zu testen, bietet einen zusätzlichen Anreiz, das Informationsangebot wahrzunehmen, da somit auch Lust vermittelt werden kann.

Im anfänglichen Stakeholder-Workshop wurde der **Wunsch nach weiteren Aufklärungsangeboten in Schulen** – sowohl für LehrerInnen als auch für SchülerInnen – geäußert (siehe Protokoll im Anhang). In Zusammenarbeit mit Schulen können nicht nur die VerkehrsteilnehmerInnen der Zukunft erreicht werden, sondern es sind auch Multiplikatoreffekte zu erwarten. Dies konnte auch im gegenständlichen Projekt festgestellt werden.

Ausblick

Vom Erfahrungsaustausch am anfänglichen Stakeholder-Workshop konnten alle TeilnehmerInnen profitieren und **neue Sichtweisen für ihre weitere Arbeit** im Bereich Elektromobilität gewinnen. Durch die Veröffentlichung der Handlungsoptionen und -empfehlungen können ProjektträgerInnen ebenso wie Fahrzeuggewerbe und Ladestellenbetreiber **auch in Zukunft davon profitieren** und darauf aufbauen.

Bei den im Projekt durchgeführten großangelegten Informationsveranstaltungen wurde ein möglichst **großes Spektrum der ländlichen Bevölkerung** erreicht. Je nach Wissensstand konnten diese erstmals an das Thema herangeführt oder bereits in ihren Kaufüberlegungen für die Anschaffung eines neuen Wagens beeinflusst werden. Mit der gezielten Ansprache der Jugendlichen wurden nicht nur **optimale Voraussetzungen zum Umstieg der nachfolgenden Generationen** geschaffen. Es entstand auch ein **Multiplikatoreffekt**, indem die Jugendlichen die gewonnenen Informationen und Erfahrungen bei Eltern, Geschwistern und FreundInnen verbreiteten. Infolge steigt die **Anzahl an Neuzulassungen** von E-Autos im Waldviertel und es konnte ein positiver Beitrag zu dem vom Land Niederösterreich gesteckten Ziel von 50.000 E-Autos bis zum Jahr 2020 gesetzt werden. Durch die Kooperation mit Waldviertler Autohändlern kann davon ausgegangen werden, dass die **Wertschöpfung in der Region** bleibt.

Durch die Veröffentlichung und weitere Verteilung der im Projekt gestalteten, 6-seitigen Broschüre (siehe Kapitel 2.2.4 *Beschreibung der Resultate und Meilensteine/Arbeitspaket 3*) kann auch in Zukunft die **Vermittlung von sachlichen und firmenneutralen Informationen** garantiert werden.

3 Auswertung

Die **Ergebnisse des Stakeholder-Workshops** „E-Mobilität – Erarbeitung unterschiedlicher Blickwinkel“ wurden in Form einer Zusammenstellung der eruierten Hürden und Vorurteile

sowie passenden Lösungsvorschlägen und Angeboten zu E-Mobilität zusammengefasst (siehe Anhang) und auf der Homepage des Antragstellers veröffentlicht.

Sowohl im Vor- als auch im Nachhinein wurden der Testlauf sowie alle großangelegten Informations- und Testveranstaltungen **in öffentlich zugänglichen Medien** beworben. Beispielsweise erfolgte eine Bewerbung über diverse Newsletter (z.B. vom Sonnenplatz Großschönau, der Klima- und Energiemodellregion Lainsitztal und der NÖ Regional GmbH) sowie über verschiedene online Veranstaltungskalender (z.B. www.oekonews.at, Veranstaltungskalender der Energieberatung NÖ, www.veranstaltungskalender.net, <http://vierteleins.at>, www.event.at, www.datefix.de). Zu allen Veranstaltungen (auch zum Stakeholder-Workshop und den Workshops in den Schulen) wurden **Presseartikel inkl. Pressefoto an die lokalen Medien** gesendet. Nicht bei allen Medien war es möglich, im Nachhinein nachzuvollziehen, ob ein Artikel auch gedruckt wurde. In Folge werden daher nur die wichtigsten Presseberichte und Veröffentlichungen aufgezählt, zu welchen Belegexemplare vorliegen, die auf Nachfrage jederzeit vorgezeigt werden können. Exemplarisch finden sich im Anhang 3 dieser Veröffentlichungen.

- Testlauf beim Saisonstart der SONNENWELT in Großschönau am 20.03.2016:
 - Gemeindezeitung Großschönau März 2016
 - Sonnenplatz Newsletter im März 2016
 - Mitbewerbung mit dem Verbreiten des Saisonstarts durch den Verein Sonnenplatz Großschönau in lokalen Medien
 - Gemeindezeitung Großschönau Juni 2016
- Stakeholder-Workshop am 09.05.2016
 - Bericht in der NÖN Gmünd Woche 21/2016, Rubrik Blick in den Bezirk
 - Bericht in den Bezirksblättern Gmünd am 10./11.August 2016, Rubrik Lokales
 - Bericht auf www.rm-waldviertel.at
 - Bericht auf www.meinbezirk.at
- BIOEM in Großschönau von 26.-29.05.2016
 - Sonnenplatz Newsletter im Mai 2016
 - Gemeindezeitung Großschönau März 2016
 - Inserat im BIOEM-Messejournal
 - Bericht in der NÖN Gmünd Woche 22/2016, Rubrik Kleinregion Weitra/Lainsitztal
- Elternsprechtag im BG/BRG Gmünd am 03.06.2016
 - Einladung zum Elternsprechtag (verteilt an alle Eltern)
 - Inserat in den Bezirksblättern Gmünd in KW 22, Rubrik Wann & Wo
 - Inserat in der Stadtzeitung Gmünd im Mai 2016
- Tag der offenen Tür in der Fachschule Edelhof am 05.06.2016
 - Inserat in den Bezirksblättern Zwettl in KW 22, Rubrik Wann & Wo

- Korb- und Handwerksmarkt in Schönbach am 15.08.2016
 - Bewerbung im Flugblatt der Veranstaltung
 - Veröffentlichung auf www.oekonews.at
 - Veröffentlichung auf der facebook-Seite des Sonnenplatz Großschönau
 - Veröffentlichung im Veranstaltungskalender der Energieberatung NÖ
 - Inserat in den Bezirksblättern Zwettl in KW 32, Rubrik Wann & Wo
 - Newsletter der NÖ Regional GmbH
- Trendmesse in Waidhofen/Thaya von 22.-23.10.2016
 - Veröffentlichung auf www.oekonews.at
 - Bewerbung in der NÖN Waidhofen/Thaya Woche 41/2016, Rubrik Stadt Schrems und Treffpunkt Wirtschaft/Werbung
 - Bewerbung in der NÖN Waidhofen/Thaya Woche 42/2016, Rubrik Trendmesse
 - Inserat im Journal der Trendmesse
 - Inserat in den Bezirksblättern Waidhofen/Thaya in KW 42/2016 in der Rubrik Wann & Wo
 - Veröffentlichung im Veranstaltungskalender der Energie- und Umweltberatung NÖ
- BIOEM in Großschönau von 15.-18.06.2017
 - Bewerbung im BIOEM-Messejournal
 - Bewerbung auf www.veranstaltungskalender.net
 - Veröffentlichung im Veranstaltungskalender der Energieberatung NÖ
 - Veröffentlichung auf <http://vierteleins.at>
 - Bewerbung auf der offiziellen Homepage der Veranstaltung (www.bioem.at)
 - Bewerbung auf der facebook-Seite von Sonnenplatz Großschönau
 - Bewerbung auf www.zoe-club-austria.at
 - Bewerbung auf www.event.at
 - Bewerbung auf www.datefix.de
 - Bericht in der NÖN Gmünd, Rubrik Kleinregion Lainsitztal
 - Inserat in den Bezirksblättern Gmünd in KW 23/2017, Rubrik Wann & Wo
- BG/BRG Gmünd am 27.06.2016:
 - Bericht auf www.meinbezirk.at am 05.07.2016
 - Bericht auf www.tips.at am 30.06.2016
 - Jahresbericht des BG/BRG Gmünd
- BG/BRG Waidhofen/Thaya am 17.06.2016 und an der PTS Waidhofen/Thaya am 20. und 21.06.2016
 - Bericht in den Bezirksblättern Waidhofen/Thaya
 - Veröffentlichung auf www.energieagentur.co.at

- PTS Griesbach am 31.05.2017
 - Bericht in der NÖN Zwettl
- BG/BRG Gmünd am 23.06.2017
 - Bericht in der NÖN Gmünd Woche 27/2017, Rubrik Stadt Gmünd
 - Bericht auf www.tips.at

Zudem wurde das vorliegende Projekt auf der **14. Beiratssitzung der Modellregionen Elektromobilität** am 30.11.2016 in Wien vorgestellt.

2017 wurde eine **umfassende Informationsbroschüre** produziert, in welcher alle notwendigen Informationen zu E-Mobilität kumuliert wurden (siehe Anhang). Inhalt dieses 6-Seiters sind nicht nur Förderungen, Lademöglichkeiten und verschiedene E-Auto-Modelle, sondern auch eine Vergleichsrechnung zwischen E-Autos und technisch ähnlichen Modellen an Verbrennern. Anhand dieser konnte die monetäre Rentabilität von E-Mobilität für jeden Einzelnen sichtbar gemacht werden. Diese Informationsbroschüre wurde beispielsweise in der BIOEM-Zeitung veröffentlicht, welche in Zusammenarbeit mit der NÖN an Haushalte verteilt wird und eine Auflage von 210.000 Stück aufweist. Die Informationsbroschüre liegt auch in der SONNENWELT zur freien Entnahme auf und kann auf der Homepage des Antragstellers abgerufen werden

Alle erzielten Ergebnisse werden im Rahmen dieses **Endberichts** auf der Homepage des Antragstellers veröffentlicht.

4 Unterschrift

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

Großschönau, 13.07.2017
Ort, Datum

SONNENPLATZ
Großschönau Gm. ...
Sonnenplatz 1
3922 Großschönau
t +43(0)2816-77270, fdw ...
www.sonnenplatz.at

Unterschrift und Stempel des Beauftragten

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

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

Anhang:

- Fotodokumentation des Projekts
- Ergebnis des Stakeholder-Workshops „E-Mobilität – Erarbeitung unterschiedlicher Blickwinkel“ in Form einer Zusammenstellung der eruierten Hürden und Vorurteile sowie passenden Lösungsvorschlägen und Angeboten zu E-Mobilität
- 6-seitige Informationsbroschüre zum Thema E-Mobilität
- 3 exemplarische Presseberichte als Anschauungsmaterial für die Öffentlichkeitsarbeit im Projekt