

Schub für alternative Mobilität

Hochschulübergreifende Forschung unter der Gesamtleitung von Prof. Dr. Anna Nagl, Hochschule Aalen

Die deutschlandweite Umfrage „Future Mobility 2011“ mit 1000 Teilnehmern liefert neue Erkenntnisse über die Aufgeschlossenheit der Verbraucher für alternative Antriebstechnologien. Die Leitung des Projekts hatte die Hochschule Aalen. Ulrike Wilpert sprach mit Professorin Dr. Anna Nagl.



Frau Nagl, gibt es denn noch Informationsbedarf auf dem großen Feld der alternativen Antriebstechnologien?

Dr. Anna Nagl: Den gibt es in der Tat. Denn unsere Umfrage hat ergeben, dass sich die Verbraucher trotz der omnipräsente des Themas alternative Antriebstechnologien und insbesondere der Elektromobilität bislang noch unzureichend über die Alternativen zum klassischen Verbrennungsmotor informiert fühlen.

In Zahlen...?

Je nach alternativer Antriebstechnologie gaben zwischen 50 Prozent und knapp 80 Prozent der Befragten an, sich wenig bis gar nicht über Hybrid, Elektromobilität, Erdgas und andere alternative Technologien informiert zu fühlen.

Wie repräsentativ ist dieses Ergebnis?

Die der Untersuchung zugrunde liegende Stichprobe aus mehr als 5000 Personen ist in Bezug auf mobilitätsspezifische Kriterien wie Bundesland, Stadt-/Landbevölkerung, Geschlecht und Altersgruppe repräsentativ für die deutsche Bevölkerung. Mit einem Rücklauf von 20,2 Prozent (1000 Antworten) wurde eine sehr hohe Beteiligungsquote erreicht, was auch die Relevanz des Themas in der Bevölkerung spiegelt.

Lässt sich von dem Ergebnis ein womöglich zu geringes Interesse für diese neuen Technologien ableiten?

Nein. Das Interesse ist gegeben. So wolle ich zum Beispiel bei einer Fahrzeugneanschaffung in den nächsten fünf Jahren mehr als 83 Prozent der Befragten über den Hybridantrieb informieren. Aber nur 52 Prozent der Befragten würden sich beim Kauf eines neuen Autos in den nächsten fünf Jahren über ein Elektrofahrzeug informieren, womit die Elektromobilität hinter allen anderen betrachteten Technologien wie Verbrennungsmotor, Hybrid, Biokraftstoffe, Autogas und Erdgas zurückbleibt.

Welche Herausforderung stellt das an die Anbieter alternativer Antriebstechnologien?

Automobilhersteller, Energieunternehmen und Mobilitätsdienstleister sind folglich gefordert, das Thema für den Verbraucher besser erfahrbar zu machen und gerade im Fall der Elektromobilität mit den nach wie vor bestehenden Vorbehalten aufzuräumen.

Wovon ist die Bereitschaft zum Umstieg auf ein alternativ betriebenes Fahrzeug vor allem abhängig?

Sie ist eng gekoppelt an einen vergleichbaren Anschaffungspreis und vergleichbare Betriebskosten. Beim Umstieg auf ein Fahrzeug mit einem alternativen Antrieb würde nur jeder zweite Autofahrer einen höheren Kaufpreis akzeptieren.

Unabhängig davon – können sich die Befragten grundsätzlich Elektromobilität schon heute als ernste Alternative vorstellen?

Die meisten sehen elektrisches Fahren heute noch stark als Mobilität für den Kurzstreckenverkehr. Deutlich unter 50 Prozent der Befragten sehen elektrisches Fahren bereits heute als Alternative. Mehr als 80 Prozent glauben, dass Elektromobilität erst in frühestens zehn Jahren überzeugen kann.

Würde eine Sperrung von Ballungsgebieten



Professur Dr. Anna Nagl

ten für Autos mit Verbrennungsmotor den Umstieg auf ein Fahrzeug mit alternativem Antrieb fördern?

Nicht notwendigerweise. 64 Prozent der Befragten würden in diesem Fall auf Park & Ride umsteigen und jeweils rund 54 Prozent würden ein anderes Verkehrsmittel für die Fahrt in die Innenstadt wählen oder die Umweltzonen gänzlich meiden.

Was also könnte ein Anreiz sein?

Die Befragung hat gezeigt, dass monetäre Mechanismen wie Kfz-Steuerermäßigung oder staatliche Kaufzuschüsse mit steigendem Haushaltseinkommen eine sinkende Bedeutung einnehmen. Dies würde dafür sprechen, über eine einkommensabhängige Gestaltung solcher Anreize nachzudenken. Unabhängig vom Haushaltseinkommen erwarten 83 Prozent der Befragten bei der Anschaffung eines Elektrofahrzeugs eine Ermäßigung der Kfz-Steuer, knapp die Hälfte

wünscht sich einen staatlichen Bonus. Welche Bedeutung hat dabei die Ladeinfrastruktur?

Das Laden zu Hause ist 94 Prozent der Befragten, die Möglichkeit des Batterieaustauschs ist 75 Prozent der Befragten sehr wichtig oder wichtig. Lademöglichkeiten am Arbeitsplatz sind 59 Prozent sehr wichtig oder wichtig, das Laden entlang der Straße oder an öffentlichen Parkplätzen oder Häusern wird von 49 bis 51 Prozent als sehr wichtig bzw. wichtig beurteilt.

Was lässt sich von dieser Erkenntnis ableiten?

Die Antworten zeigen, dass Aufklärungsarbeit durch Energieunternehmen und Automobilhersteller nottut: Batterie-tauschkonzepte werden von den Automobilherstellern vor allem in einem differenzierten Automobilmarkt wie dem deutschen Markt nicht befürwortet und allgemein nur für wenige Automobilmärkte als geeignet betrachtet. Diese technologischen Hintergründe sind dem Verbraucher nicht transparent. Deshalb müssen die Vorteile des Ladens zum Beispiel an privaten Wallboxen oder an öffentlichen Ladesäulen in der Öffentlichkeit noch besser kommuniziert werden.

Das Projekt

Ziel ist ein Konzept für individuelle Mobilität, dabei soll es vor allem um E-Mobility gehen.

Die Leitung hat Prof. Dr. Anna Nagl (Hochschule Aalen). Weiterhin arbeiten mit Prof. Dr. Alexander Haubrock (Hochschule Aalen), Prof. Dr. Carsten Rennhak (Hochschule Reutlingen), Prof. Dr. Giorgio Calcagnini (Università Urbino, Italien) sowie aus der Wirtschaft die „Top-Management Beratung Bozem“ aus München; die Porsche AG, die Landesagentur für Elektromobilität und der Verband der deutschen Automobilindustrie (VDA).

