

1.1 Beschreibung der Kampagne

Mit der proE3mobil-Kampagne sollen verschiedenen Personengruppen vor allem über die Verknüpfung von Elektrofahrzeugen mit Erneuerbaren Energien informiert, bzw. von der Notwendigkeit der Verknüpfung überzeugt werden.

Weiterhin soll die Wichtigkeit des geringen Energieverbrauchs von Fahrzeugen betont werden. So müssen sowohl verbrennungsmotorisch betriebene Fahrzeuge (auch mit Biokraftstoff betriebene) ihren Kraftstoffverbrauch in den nächsten Jahren sukzessive senken, aber auch Elektrofahrzeuge.

Die drei E, die als Schwerpunkte die Kampagne definieren, bedeuten:

effizient - elektrisch - erneuerbar

1.1.1 Effizient

Die Umweltfreundlichkeit von Fahrzeugen bemisst sich u.a. daran, wie effizient sie mit Energie umgehen, d.h. wie viel Energie sie pro Fahrstrecke "verbrauchen" (Streng physikalisch gesehen wird Energie nicht verbraucht, sondern hier nur in Wärmeenergie umgewandelt).

Während es bei verbrennungsmotorisch betriebenen Fahrzeugen die Angabe Kraftstoffverbrauch pro 100 Kilometer Fahrstrecke gibt, gehen noch viele Personen davon aus, dass ein elektrisch betriebenes Fahrzeug "per se" effizient ist. Das stimmt zwar grundsätzlich hinsichtlich der besseren Wirkungsgrade der Elektroantriebe, nicht aber was die Überwindung der Fahrwiderstände angeht.

Aber ähnlich, wie die Kraftstoffverbräuche konventioneller Fahrzeuge in den nächsten Jahren reduziert werden müssen (und die damit verknüpften CO₂-Emissionen, z.B. von 170g/km auf 95g/km im Jahr 2020), so müssen Elektro-Fahrzeuge, die heute z.B. 18 kWh/100km verbrauchen, dann z.B. nur noch 12 kWh/100km verbrauchen. Dies kann z.B. durch die Reduktion der Roll- und Luftwiderstände, sowie die Optimierung der Wirkungsgrade des Antriebssystems erfolgen.

1.1.2 Elektrisch

Der Elektroantrieb ist der effizienteste Antrieb und vom Wirkungsgrad her dem Verbrennungsmotor weit überlegen. Während der Elektromotor Wirkungsgrade (Energienutzungsgrade) von bis zu 98% bei Wettbewerbsfahrzeugen aufweist, kommt ein Verbrennungsmotor im Alltagsbetrieb im Durchschnitt auf wenig mehr als 10%, in der Spitze vielleicht auf bei gleichmäßigen Autobahnfahrten auf maximal ca. 30%.

In der Praxis muß jedoch das gesamte Antriebssystem aus Energieträger, Energiespeicher und Energiewandler von der Quelle bis zum Rad betrachtet werden (well-to-wheel).

1.1.3 Erneuerbar

Was den Elektroantrieb zumindest in Deutschland noch belastet, sind die mit der Stromerzeugung verbundenen Emissionen

an Luftschadstoffen und an CO₂. Während Elektrofahrzeuge in manchen EU-Ländern völlig emissionsfrei fahren, sind mit der Stromerzeugung in Deutschland noch erhebliche Emissionen verbunden, auch die (angeblich CO₂-freie) Kernenergie hat ihre Probleme. Lediglich die Erneuerbaren Energien werden als relativ CO₂-frei eingestuft. Relativ, da mit der Herstellung und Montage der Anlagen ja (zumindest heute noch) CO₂-Emissionen verbunden sind. Der Anteil Erneuerbarer Energien im Deutschen Strommix beträgt mit Stand Juni 2010 etwa 17% und steigt um 2-3% pro Jahr. Der Bundesverband Erneuerbare Energien BEE hat für das Jahr 2020 einen Anteil von 47% am Strom prognostiziert. Somit werden die für das Jahr 2020 geforderten 1-5 Mio. Elektrofahrzeuge dann zumindest zu fast 50% mit erneuerbaren Energien fahren.

Schon heute besteht die Möglichkeit, über die Wahl seines Stromversorgers seine Emissionen, (nicht nur des Elektrofahrzeuges) selbst zu bestimmen und so mit einem Ökostromversorger fast CO₂-frei zu fahren.

1.2 Zielgruppen der Kampagne

Im Gegensatz zu manch anderen Kampagnen, in denen einfach nur "so viele Menschen wie möglich" erreicht werden sollen, wurden für diese Kampagne spezielle Zielgruppen und Multiplikatoren identifiziert, die mit hoher Priorität über die E3-Themen informiert werden sollen. Erst in zweiter Linie sollen Endverbraucher angesprochen werden. Bei den identifizierten speziellen Zielgruppen handelt es sich um die folgenden:

- Elektromobil-Entscheider aus Energiewirtschaft
- Elektromobil-Entscheider aus Autoindustrie und -zulieferindustrie
- Politiker aus Bund, Bundesländern und Kommunen
- sonstige Wirtschaft, u.a.
- zusammengefasst: "neue Elektromobil-Experten".

1.3 Wie erreiche ich "neue Elektromobil-Experten", um ihnen meine Message mitzuteilen?

Die Zielgruppe wird überall dort erreicht, wo qualitativ hochwertige Informationen über Elektromobilität ausgetauscht werden:

- persönliche Treffen
- Netzwerktreffen
- auf Konferenzen/Vorträgen
- auf Ausstellungen
- als Leser von Fachzeitschriften
- als Internet-Nutzer

Von den seinerzeit im Rahmen des Antrages identifizierten Zielgruppen haben die Autoindustrie, die Autozulieferindustrie und die Stromversorger die Verknüpfung von Erneuerbaren Energien mit Elektromobilität bereits größtenteils akzeptiert. Selbst die vier großen Stromversorger, die auch Kernkraftwerke betreiben, bieten an ihren Stromtankstellen nur Strom aus Erneuerbaren Quellen an. Selbst RWE hat auf Nachfrage sogar

darauf hingewiesen, dass es sich bei dem sogenannten „Auto-strom“ nicht um seinen Klimastrom (enthält "CO2-freien" Strom aus Kernenergie) handelt.

2 Arbeitspakete aus dem Antrag

Im Rahmen des Antrages vom August 2008 wurden folgende Schritte für die Durchführung der Kampagne vorgeschlagen:

- Recherche Stromtankstellen und Fahrzeugangebot
- Infomaterial erstellen (CI, Logo, Roll-Ups, Info-Wand, Projekte-Roll-Up)
- Infos kommunizieren (Treffen, Artikel, Ausstellung, Vorträge, Veranstaltungen besuchen, Internet-Videos, Flyer...)

2.1 Recherche

Zur Recherche des aktuellen Standes der Stromtankstellen und der am Markt angebotenen Elektrofahrzeuge wurden von den bsm-Vorstandsmitgliedern je eine Rundreise zu wichtigen Elektromobil-Experten durchgeführt, um im persönlichen Gespräch Informationen zu erhalten, die öffentlich (noch) nicht zugänglich sind.

2.2 Erstellte Materialien

Zur Verdeutlichung der E3-Kampagne wurde von einer Agentur ein eigenes Logo und ein neues Erscheinungsbild für die Kampagne entwickelt.



Abb. 1: Das E3 logo solo

Mit den Logos wurden verschiedene Materialien für die E3-Kampagne erstellt, wie eine dreiteilige Expo-Wand, mehrere Roll-Ups und Banner für die beiden neuen Stehtische erstellt.



Abb. 2: Das E3mobil Logo komplett



Abb. 3: Das E3mobil Banner Internet



Abb. 4: E3 Wand, Premiere auf der eCarTec München 2009, mit E-Rollern



Abb. 5: Die gleichen Wandelemente auf der eCarTec München 2009



Abb. 6: Dreiteilige Expo-Wand mit Roll-Ups und E3 Stehtisch auf der SolarMobility in Berlin



Abb. 7: E3mobil Aktion: smarter Umbau vom Verbrenner zum Elektriker in 5 Tagen auf der Mobilitec in Hannover im April 2010