

badenova AG & Co. KG
Innovationsfonds Klima- und Wasserschutz
Tullastr 61, 79108 Freiburg
als e-mail an: innovationsfonds@badenova.de

Halbjährlicher Zwischenbericht Nr.

2

Projektnummer:2023-04

Berichtsdatum: 15.04.2024

Laufzeit: 01.02.2023-31.01.2026

Fördervolumen: 136.475 €

Projektname: Lastenrad B2B Roadshow: Kommunale Mikromobilität mit Elektro-Lastenrädern für die Regio

a) Bisher erzielte Ergebnisse:

Zur Messung des Wirkungsgrades des ersten Roadshow-Durchlaufs wurde von uns ein Fragebogen erstellt und an Teilnehmer:innen der Roadshow 2023 versendet. Der Fragebogen war in die Kapitel „Eigenschaften der Unternehmen“, „Bewertung Lastenrad B2B-Roadshow“ und in „Einflussfaktoren, Einstellungen und Hindernisse bei der Nutzung von Lastenrädern“ unterteilt. Den Fragebogen ausgefüllt haben 23 Unternehmen, was 60 % der Teilnehmer:innen abbildet

Eigenschaften der Unternehmen

Mit unserem Format haben wir die gewünschte Zielgruppe kommunale Einrichtungen und Unternehmen in der Regio erreicht. Kommunale Anwender stellen die größte Gruppe unter den Teilnehmenden (11) dar. Sonst fällt noch der Bereich Dienstleistungen mit 5 Einträgen auf. Insgesamt haben 23 Unternehmen an der Befragung teilgenommen, was knapp 60% der Teilnehmenden einbezieht.

Das Lastenrad wird sowohl zum Transport von Waren (12), als auch zur Erbringung einer Dienstleistung (10) als geeignet angesehen. Der Großteil der Organisationen, welche unser Format bewertet haben, hatte keine Vorerfahrung mit Lastenrädern (15). 10 Organisationen haben unser Angebot wahrgenommen Lastenräder im betrieblichen Alltag zu testen und bei 3 Organisationen stand der Test zum Zeitpunkt der Befragung noch aus. 7 Organisationen haben aktuell keinen Bedarf ein Lastenrad zu testen und 3 enthielten sich.

Bewertung Lastenrad B2B-Roadshow

Die Roadshow und Testung empfanden die Befragten als eine sehr gute Idee. Ebenso waren die Mitarbeiter vor Ort sehr hilfreich. Für alle drei abgefragten Kategorien (Gesamtidee, Hilfe der Mitarbeiter, Bereitschaft der Testung) sind die Antworten als sehr positiv und positiv ausgefallen.

In Bezug auf die Ankündigung der Roadshow auf verschiedenen Informationskanälen sticht die Antwort "Eigene berufliche Kontakte" mit 5 Antworten heraus. Ansonsten haben jeweils 3 Personen über die Website, Kommune, LinkedIn und Badenova von der Roadshow erfahren. Interessant ist, dass keine Organisation über Instagram von der Roadshow erfahren hat.

Die Anschaffung eines Lastenrads ist für 3 Organisationen sehr wahrscheinlich (haben alle schon Vorerfahrungen gehabt, sonst keine Auffälligkeiten) und bei 3 Organisationen wahrscheinlich. Leider hat der überwiegende Teil der Organisationen, die schon ein Lastenrad gekauft haben, nicht mehr an der Befragung teilgenommen. Dadurch liegt die größte Gruppe unserer Befragung bei den Unentschlossenen. Somit spiegelt dieser Fragebogen das Bild der unentschlossenen Unternehmen in der Anschaffung eines Lastenrads wider, die durch das Format der Roadshow besonders erreicht werden sollen.

Einflussfaktoren, Einstellungen und Hindernisse

Die größten Einflussfaktoren sind der Klimaschutz und das Unternehmensimage. Eine geringe Bedeutung haben die Mitarbeiterwünsche und -motivation.

Bei den Zeitvorteilen ragen die wegfallende Parkplatzsuche und die Stauvermeidung heraus. Bei den Kostenvorteilen sind es die geringeren laufenden Kosten und die wegfallenden Parkgebühren. Die Parksituation von Lastenrädern wird also als sehr großer Vorteil angesehen.

Bei den Umweltvorteilen wird bei allen Punkt sehr stark zugestimmt. Der größte Punkt ist aber die geringe Co²- und Feinstaubbelastung, welche ja auch das Ziel vom Innovationsfonds ist. Als die größten Hindernisse werden das Wetter und die Eingewöhnungsphase/Übung angesehen (jeweils n=12)

Die zentralen Aussagen und „Learnings“ aus dem Fragebogen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Lastenrad B2B-Roadshow ermöglicht das unkomplizierte Testen von Lastenrädern im betrieblichen Alltag und wird gerne angenommen
- Die Testflotte ermöglicht das Testen und Vergleichen der Fahreigenschaften von verschiedenen Lastenrädern in einer sicheren Umgebung mit Unterstützung und Beratung.
- Das Format baut Berührungshürden vor Lastenrädern ab.
- Die Einstiegshürde in die Mobilität mit Lastenrädern wird gesenkt.
- Das Ausprobieren vor Ort ermöglicht den Zugang auch für Menschen ohne Vorerfahrung mit Lastenrädern und ermöglicht erstmaliges Fahren
- Die kommunalen Anwender sind die größte Gruppe unter den Teilnehmerinnen.
- Trotz grundsätzlichem Interesse am Testen im betrieblichen Alltag, haben nicht alle Interessenten diese Chance auch wahrgenommen
- Der Mehrwert von Lastenrädern wird durchweg als positiv gesehen
- Die höchsten positiven Mehrwerte werden in den Umweltvorteilen und Image gesehen
- Die Bereitstellung von Informationen kann optimiert werden

Interpretation der Ergebnisse:

Die Lastenrad B2B-Roadshow betreibt wirklich noch Pionierarbeit und muss vor Ort viel Überzeugungsarbeit leisten. Es besteht ein Interesse und Bedarf nach anderen Mobilitätslösungen, aber die Bereitschaft diese auszuprobieren, schwankt stark. Häufig waren die Bürgermeister der Kommunen daran interessiert, aber nicht die Mitarbeiter, welche das Fahrzeug nutzen sollten. Daher füllt unser Format aus Testtag und Einsatz im betrieblichen Alltag eine Lücke und kann so einen Umstieg einleiten, der Entscheidungsträger und Umsetzende auf verschiedenen Ebenen verbindet. Der Leidensdruck bezüglich Staus, Parkplatzsuche und fehlenden Führerscheinen von Mitarbeitenden, ist im ländlichen Raum

nicht gegeben. Verwunderlich war für uns, dass die Motivation der Mitarbeitenden, welche die Lastenräder im Alltag tatsächlich nutzen sollen, als nicht sehr relevant angesehen wurde. Die Ergebnisse des Fragebogens können dahingehend interpretiert werden, dass Entscheidungsträger (wie Bürgermeister, Klimaschutzbeauftragte etc.) die Umwelt- und Imagevorteile von Lastenrädern schätzen, aber die Motivation der Mitarbeitenden Lastenräder in betrieblichen Abläufen zu nutzen nicht einschätzen können. Unserer Meinung nach ist die Motivation der tatsächlichen Anwender (beispielsweise Mitarbeitende des Bauhofs etc.) der entscheidendste Faktor dafür, dass Lastenräder nachhaltig im betrieblichen Alltag eingesetzt und dauerhaft genutzt werden. Um die Mitarbeitenden mit „ins Boot“ zu holen, ist es daher wichtig, dass sie am Testtag miteinbezogen und vorrangig als die Expertinnen ihres Anwendungsfalls angesprochen werden. Um die folgende Testphase zu ermöglichen, ist es außerdem wichtig, die Motivation der Mitarbeitenden abzufragen und eventuell auch Überzeugungsarbeit zu leisten, etwas Neues auszuprobieren. Andererseits muss die Testung auch betriebsintern gut kommuniziert werden, damit auch Mitarbeitende, die beim Testtag nicht vor Ort sein konnten, davon profitieren können. Unserer Erfahrung nach war die Bereitschaft zur weiteren Testung von den Anwesenden vor Ort hoch, wurde dann aber intern in manchen Fällen abgeblockt und nicht weiterverfolgt.

Insgesamt waren die Ergebnisse sehr erfreulich und haben uns in unserer Arbeit bestärkt.

b) Erreichen der gesetzten Meilensteine:

Ergebnisse aus dem Fragebogen werden bei der Lastenrad B2B-Roadshow 2024 berücksichtigt.

Die Lastenrad B2B-Roadshow 2024 ist schon angelaufen. Bis jetzt wurden drei Termine durchgeführt. Der erste Roadshow-Stop war eine Sonderveranstaltung nur für die städtischen Betriebe der Stadt Freiburg. Dieser wurde sehr gut angenommen und hat direkt vor dem Rathaus stattgefunden. Der zweite Termin war auch ein besonderes Format. Hier haben wir auf der internationalen Spezialradmesse SPEZI in Lauchringen unsere Testflotte zwei Tage präsentiert, viele Menschen aufs Rad bekommen und auch einigen Firmen gezeigt was mobilitätstechnisch möglich ist. Die erste externe Lastenrad B2B-Roadshow außerhalb des badenova-Gebiets haben wir gegen Bezahlung in Bad Säckingen durchgeführt. Der vierte Termin in Ettenheim war gelungen, aber von der Resonanz für gewerbliche Anwendungen überschaubar.

Folgende Termine sind für 2024 noch geplant:

- 17. Mai Klimatag in Lörrach
- 4. Juni Albruck
- 5. Juni Neuenburg am Rhein
- 19. Juni Schuttertal
- 20. Juni Wehr
- 10. Juli Gengenbach

| |
|--|
| Unterschrift (wenn möglich): (Projektkoordinator) |
|--|

Letzter Zwischenbericht wurde erstellt am: