

**Modellprojekt E-Mobilität im ländlichen Raum**

**Integration eines erneuerbare Energien nutzenden Elektrofahrzeugs (WertherMobil)  
für den Nahbereich in das Konzept eines multifunktionalen Dorfladens**

**- Handlungsleitfaden -**



***Etablierung eines E-Dorfautos  
mit verschiedenen Einsatzzwecken  
im ländlichen Raum***

## **Vorwort**

Grundlage dieses Handlungsleitfadens bilden wichtige Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem Modellprojekt „E-Mobilität im ländlichen Raum - Integration eines erneuerbare Energien nutzenden Elektrofahrzeugs (WertherMobil) für den Nahbereich in das Konzept eines multifunktionalen Dorfladens“. Das Projekt wurde im Auftrag des Thüringer Ministeriums für Umwelt, Energie und Naturschutz von Januar 2014 bis Ende 2015 in der ländlichen Gemeinde Werther im Landkreis Nordhausen durchgeführt.

Der Leitfaden soll Akteure auf der Gemeindeebene bei der Schaffung eines an den örtlichen Gegebenheiten orientierten E-Dorfauto-Angebotes zur Verbesserung der Nahmobilitäts- und -versorgungssituation unterstützen. Dazu sind in Form einer abzuhakenden „Checkliste“ im 1. Teil zunächst allgemeine Aspekte mit den jeweiligen Zuständigkeiten und dem empfohlenen Ausführungszeitraum aufgeführt, die grundsätzlich als förderlich für den Erfolg eines E-Dorfauto-Projektes identifiziert wurden. Es ist sinnvoll, im Rahmen der Angebotsplanung möglichst alle Handlungsempfehlungen zumindest mit zu betrachten, auch wenn letztlich keine vollständige Realisierung möglich ist. In Teil 2 und 3 sind flankierende Maßnahmen und Hinweise als hilfreiche Ergänzungen für die spezifischen Dorfauto-Einsatzzwecke Warenlieferung und Fahrdienst bzw. für die Option der Leihnutzung beschrieben, um Nachfrage, regionale Vernetzung und schließlich die Dorfauto-Etablierung zu fördern. Im Anhang sind weitere Erläuterungen zu einzelnen Aspekten aufgeführt.

### **1. Allgemeine Aspekte für ein E-Dorfautoprojekt („must haves“)**

- 1.1 Strategische Ausrichtung
- 1.2 Organisation und Betrieb
- 1.3 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing
- 1.4 Einbindung der Einwohner/Förderung und Verstetigung ehrenamtlicher Beteiligung
- 1.5 Schaffung eines nachhaltigen Mobilitätsangebotes

### **2. Spezifische Aspekte für die Einsatzzwecke Warenlieferung (und Dorfladen) und Fahrdienst (Hol-/Bringdienst für Personen) („nice to haves“)**

- 2.1 Strategische Ausrichtung
- 2.2 Organisation und Betrieb
- 2.3 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

### **3. Spezifische Aspekte für den Einsatzzweck Leihnutzung („nice to haves“)**

- 3.1 Strategische Ausrichtung
- 3.2 Organisation und Betrieb
- 3.3 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

**Anhang - Erläuterungen zu einzelnen Aspekten des Handlungsleitfadens**

**1. Allgemeine Aspekte für ein E-Dorfautoprojekt („must haves“)**

	<b>Zuständig- keit</b>	<b>Zeitpunkt</b>	<b>Durch- führung</b> ✓
<b>1.1 Strategische Ausrichtung</b>			
<b>1.1.1</b> Im Vorfeld eines E-Dorfautoprojektes müssen die Notwendigkeit, Möglichkeiten und Grenzen mit den potenziellen Nutzern/Einwohnern erörtert und die realisierbaren Ziele festgelegt werden (→ s. <i>Erläuterung im Anhang</i> ).	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.1.2</b> Die Integration der Einwohner mit ihren Erwartungen, Ideen und Vorstellungen muss bereits in der Planungsphase erfolgen (mehr „bottom up“ als „top down“), dies dient zur Stärkung der Identifikation mit dem gemeinsamen Projekt.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.1.3</b> Eine „kritische Masse“ an Nachfragern ist sicherzustellen, hierzu sind demographische und weitere Daten zum Einzugsgebiet (Altersstruktur/-entwicklung, Haushaltsgrößen, Motorisierungsgrad, Qualität und Angebote des regulären ÖPNV etc.) bei der Angebotskonzeption zu berücksichtigen (→ s. <i>Erläuterung im Anhang</i> ).	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.1.4</b> Zur bedarfsgerechten Gestaltung eines Angebotes müssen konkrete, evtl. bisher unberücksichtigte Mobilitätsbedürfnisse der Einwohner ermittelt werden (→ s. <i>Erläuterung im Anhang</i> ).	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.1.5</b> Fördermöglichkeiten durch die Gemeinde, auf der Kreis-, Landes-/Bundesebene (z.B. Basisfinanzierung, Anschaffung eines Fahrzeuges) sind zu ermitteln.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.1.6</b> Zur Deckung von Eigenanteilen und laufenden Kosten muss die Gewinnung von Sponsoren (z.B. Fahrzeugwerbung des lokalen Handels, Gewerbes, von Autohäusern etc.) geprüft werden.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.1.7</b> Neu geschaffene Mobilitäts- und Versorgungsangebote müssen gegenüber Angeboten des regulären ÖPNV (Ergänzung an geeigneter Stelle, keine Konkurrenz) und sozialen Diensten (Pflegedienste etc.) abgegrenzt werden (→ s. <i>Erläuterung im Anhang</i> ).	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.1.8</b> Die kontinuierliche Integration der Einwohner mit ihren Erwartungen, Ideen und Vorstellungen dient zur Stärkung der Identifikation mit dem gemeinsamen Projekt.	Betreiber/ Kümmerer	laufend	
<b>1.1.9</b> Die Entwicklung von Mobilitätsbedürfnissen und Nutzerzufriedenheit ist in einem Monitoring (z.B. durch wiederholte Befragungen) zu erfassen und ggf. eine Anpassung der Angebotssituation vorzunehmen (→ s. <i>Erläuterung im Anhang</i> ).	Betreiber/ Kümmerer	regelmäßig	

<b>1.2 Organisation und Betrieb</b>			
<b>1.2.1</b> Für die geplanten Einsatzzwecke und Nutzerbedürfnisse muss das geeignete Fahrzeug hinsichtlich Größe, Sitzplätzen, Stauraum etc. ausgewählt werden ( <i>→ s. Erläuterung im Anhang</i> ).	Initiator(en)/ Organisator(en)	Planungsphase	
<b>1.2.2</b> Zur Sicherstellung der Verlässlichkeit der verschiedenen Einsatzzwecke muss für Organisation, Koordination und Betrieb des Dorfautos an zentraler Stelle (z.B. Gemeindeverwaltung, Verein, engagierte Bürger) ein offizieller „Kümmerer“ (o. mehrere) bestimmt werden.	Initiator(en)/ Organisator(en)	Planungsphase	
<b>1.2.3</b> Die Schaffung einer Ladestation für E-Kfz vor Ort muss als hilfreicher Aspekt für den reibungslosen Dauerbetrieb berücksichtigt werden ( <i>→ s. 1.5 Schaffung eines nachhaltigen Mobilitätsangebotes</i> ).	Initiator(en)/ Organisator(en)	Planungsphase	
<b>1.2.4</b> Beim Betrieb muss eine Schwerpunktsetzung hinsichtlich sozialem Nutzen und Kostendeckung oder Rücklagenbildung (z.B. für Reparaturen) erfolgen ( <i>→ s. Erläuterung im Anhang</i> ).	Initiator(en)/ Organisator(en) bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungsphase	
<b>1.2.5</b> Nutzerentgelte müssen kalkuliert und Transparenz über die Preisgestaltung hergestellt werden.	Initiator(en)/ Organisator(en) bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungsphase	
<b>1.2.6</b> Es ist zu überprüfen, ob Dorfautoorganisation, -koordination und -betrieb mit existierenden lokalen Strukturen (Arbeitskreise, Vereine, Nachbarschaft etc.) verknüpft oder von diesen übernommen werden können. Alternativ ist die Gründung eines eigenen Vereins für diese Zwecke zu erwägen ( <i>→ s. Erläuterung im Anhang</i> ).	Initiator(en)/ Organisator(en) bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungsphase/ regelmäßig	
<b>1.2.7</b> Zur Deckung des personellen Bedarfes sind verschiedene Optionen wie Ehrenamtliche, Integrationsmaßnahmen über Jobcenter der Arbeitsagentur, Bundesfreiwilligendienst, Mitglieder lokaler Vereine, Mitarbeiter der Gemeindeverwaltung etc. zu betrachten.	Initiator(en)/ Organisator(en) bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungsphase/ regelmäßig	
<b>1.2.8</b> Möglichkeiten zur Integration benachteiligter Gruppen (z.B. Langzeit-Arbeitslose, Jugendarbeitslose etc.) sind zu berücksichtigen.	Initiator(en)/ Organisator(en)/ bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungsphase/ laufend	
<b>1.2.9</b> Zur Vermeidung einer zeitlichen Überschneidung unterschiedlicher Einsatzzwecke und Ladezeiten muss deren Vereinbarkeit bzw. eine Priorisierung bestimmter Nutzungszwecke zu festen Zeiten überprüft und sichergestellt werden.	Betreiber/ Kümmerer	Planungsphase/ regelmäßig	

<b>1.3 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing</b>			
<b>1.3.1</b> Zur Sicherstellung von Transparenz und Unterstützung müssen Gemeinderat und weitere relevante Akteure über Projektaktivitäten informiert und ggf. offizielle Beschlussfassungen zur rechtlichen Absicherung einzelner Aspekte durchgeführt werden (→ s. Erläuterung im Anhang).	Initiator(en)/ Organisator(en)/ bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungsphase/ regelmäßig	
<b>1.3.2</b> Zur Stärkung des Wiedererkennungswertes ist ein Corporate Design/Logo zur Kennzeichnung des Fahrzeugs (Folierung), von Werbematerial etc. zu verwenden.	Initiator(en)/ Organisator(en)/bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungsphase	
<b>1.3.3</b> Die Existenz der Angebote und Neuigkeiten müssen öffentlich kommuniziert werden, um Interesse zu erzeugen und „Mitstreiter“ zu gewinnen. Dazu bietet sich eine kombinierte Nutzung folgender Kanäle an: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Amtsblatt/Mitteilungsblatt der Gemeinde (→ erreicht alle Haushalte)</li> <li>○ Flyer, Aushänge in Mitteilungskästen, Plakate im öffentlichen Raum und bei öffentlichen Einrichtungen, Bahnhof etc.</li> <li>○ Internet, soziale Netzwerke, Gemeinde-Newsletter (s. Onlineportal WertherMobil)</li> <li>○ Lokale und regionale Medien (Presse, Radio, TV), Interviews und Pressemitteilungen</li> <li>○ Gratiszeitungen</li> </ul>	Betreiber/ Kümmerer	Projektstart/ regelmäßig	
<b>1.3.4</b> Die Angebote müssen bei verschiedenen öffentlichen Anlässen (z.B. Bürgerversammlung, Vereins-sitzung, Gemeindefest, Schützenfest, lokaler Wochen-/Weihnachtsmarkt etc.) präsentiert und Informationen dazu vermittelt werden.	Betreiber/ Kümmerer	laufend	
<b>1.3.5</b> Eine positive Mund-zu-Mund-Propaganda ist zu fördern („das Dorfauto ins Gespräch bringen“), zufriedene Nutzer sind hierbei „informelle Botschafter“ (z.B. Veröffentlichung von Kurzinterviews).	Betreiber/ Kümmerer/ Nutzer	laufend	
<b>1.3.6</b> Der Stellenwert eines geschaffenen Angebotes für die lokale Versorgungs- und/oder Mobilitätssituation und der Solidargedanke sind zu fördern (z.B. durch eine Kampagne „Ich unterstütze unseren Dorfladen/ unser Dorfauto durch bewusstes Einkaufen vor Ort/regelmäßige Nutzung der Fahr-/Lieferdienste und leiste einen aktiven Beitrag zu einer nachhaltigen lokalen Daseinsvorsorge“).	Betreiber/ Kümmerer/ Nutzer	laufend	
<b>1.3.7</b> Mit Kritik muss sachlich umgegangen und ggf. weitere Überzeugungsarbeit geleistet werden.	Betreiber/ Kümmerer	laufend	
<b>1.3.8</b> Eine Teilnahme an überörtlichen Veranstaltungen (z.B. Fachtag Elektromobilität) und „good-practice“-Wettbewerben erzeugt überregionale Aufmerksamkeit und erschließt evtl. zusätzliche Projekt-mittel aus Preisgeldern.	Betreiber/ Kümmerer	bei Gelegenheit	

<b>1.4 Einbindung der Einwohner/Förderung und Verstetigung ehrenamtlicher Beteiligung</b>			
<b>1.4.1</b> Ehrenamtliches Engagement als wichtiger Faktor insbesondere für die Identifikation der Einwohner mit einem Bürger-/Dorfauto und die nachhaltige Etablierung muss möglichst bereits in der Planungsphase erfolgt sein.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)/Ehren- renamtliche	Planungs- phase	
<b>1.4.2</b> Gut vernetzte Akteure in einer Dorfgemeinschaft („opinion leader“, z.B. Ortsteilbürgermeister, Leiter der freiwilligen Feuerwehr, Vereinsvorsitzende) sind zu identifizieren, um sie als Multiplikatoren zur Ansprache weiterer Unterstützer zu gewinnen.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.4.3</b> Potenzielle Ehrenamtliche sind möglichst direkt anzusprechen (z.B. zukünftige Rentner mit entspr. zeitlicher Verfügbarkeit) (→ s. <i>Erläuterung im Anhang</i> ).	Initiator(en)/ Organisa- tor(en) bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungs- phase/ regelmäßig	
<b>1.4.4</b> Es muss verdeutlicht werden, dass eine ehrenamtliche Mitarbeit zeitlich begrenzt wird (z.B. auf wöchentliche/monatliche Dienste) und keine dauerhafte Verfügbarkeit notwendig ist.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en) bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungs- phase/ regelmäßig	
<b>1.4.5</b> Für ehrenamtliche Fahrer sind Schulungen und zum Erfahrungsaustausch Treffen der ehrenamtlichen Projektbeteiligten anzubieten.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en) bzw. Betreiber/ Kümmerer	Planungs- phase/ regelmäßig	
<b>1.5 Schaffung eines nachhaltigen Mobilitätsangebotes</b>			
<b>1.5.1</b> Eine Minimierung von Emissionen (CO <sub>2</sub> , Luftschadstoffe, Lärm), eine Steigerung der lokalen Wertschöpfung und eine optimierte Flächennutzung werden durch die Kombination von lokaler Stromerzeugung aus Solarenergie auf einem Solarcarport mit Ladestation(en) und einem E-Fahrzeug sowie einem Speicher ermöglicht.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.5.2</b> Günstige Wirtschaftsfaktoren (keine Netzentgelte für Eigenstromverbrauch bei einer 5kWp PV-Anlage, Einhaltung der technischen Anschlussbedingungen und geltenden Gesetze und Normen am vorhandenen Netzverknüpfungspunkt und damit Vermeidung von Zusatzkosten) sind zu nutzen.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase	
<b>1.5.3</b> Die Dimensionierung der Anlagen (PV-Anlage, Speichersystem, Ladestation, E-Fahrzeug) ist technisch in Bezug auf Leistung, Energieertrag bzw. -bedarf und Kapazität aufeinander abzustimmen.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)/ Externe Fach- leute	Planungs- phase	
<b>1.5.4</b> Eine Maximierung von Eigenverbrauch der Solarenergie und regenerativer Beladung des E-Fahrzeugs wird mittels intelligenter Speicherbetriebsführung erreicht.	Betreiber/ Kümmerer	laufend	

1.5.5 Die Bereitstellung einer öffentlich-zugänglichen Ladestation ermöglicht die Öffnung des Systems für einen größeren Nutzerkreis.	Initiator(en)/ Organisa- tor(en)	Planungs- phase/ laufend	
---	--	--------------------------------	--

## **2. Spezifische Aspekte für die Einsatzzwecke Warenlieferung (und Dorfladen) und Fahrdienst (Hol-/Bringdienst für Personen) („nice to have“)**

### **2.1 Strategische Ausrichtung**

**2.1.1** Eine Mindestentfernung zu höherzentralen Orten und dortigen Versorgungseinrichtungen sollte vorhanden sein (bei Kombination aus Dorfladen und Dorffahrer). Andernfalls sollte die Möglichkeit geprüft werden, ob der zentrale Ort einbezogen werden kann.

**2.1.2** Zur Stärkung regionaler Wertschöpfung sollte der Einbezug von Produkten ansässiger Direktvermarkter (z.B. Hofläden von Landwirten und Gärtnern) berücksichtigt werden.

**2.1.3** Zur Angebotsausweitung/-diversifizierung eines Warenlieferdienstes sollten mögliche Kooperationen mit lokalen Anbietern (z.B. Apotheke, Imker, Bäcker) gesucht werden.

**2.1.4** Eine mögliche Konkurrenz durch mobile Händler (z.B. Bäcker, Fleischer, Lebensmittel) sollte berücksichtigt werden.

**2.1.5** Benachbarte Einrichtungen (z.B. Arztpraxis, Apotheke, Schule, größere Unternehmen,) als Kundenfrequenzbringer für einen Dorfladen und als Abnehmer für Warenlieferungen sollten konzeptionell integriert werden.

**2.1.6** Zur Sicherung der Auslastung (und des Absatzes eines Dorfladens) sollten potenzielle regelmäßige „Großabnehmer“ für Warenlieferungen (z.B. Kindertagesstätten, Seniorenheime etc.) identifiziert und gezielt angesprochen werden.

**2.1.7** Es sollte geprüft werden, ob Waren direkt beim Großhändler abgeholt werden können (Kostensparnis).

**2.1.8** Die Nutzungsmöglichkeit von Warenlieferdienst und personenbezogenem Hol-/Bringdienst für einen möglichst großen Personenkreis sollte überprüft und geschaffen werden, um die Auslastung zu erhöhen (z.B. Einwohner benachbarter Dörfer, keine Beschränkung auf Mitglieder eines Vereins) (→ s. Erläuterung im Anhang).

### **2.2 Organisation und Betrieb**

**2.2.1** Nutzerentgelte zur Deckung der Betriebskosten müssen kalkuliert (z.B. Mindestbestellwert für Warenlieferung, gestaffelte Liefergebühr je nach Warenbestellwert) und Transparenz über die Preisgestaltung hergestellt werden.

**2.2.2** Warenlieferungen und Fahrdienste sollten mit einer angemessenen Vorlaufzeit (z.B. 24 Stunden) bestellt werden.

**2.2.3** Es sollten einfache und verlässliche Möglichkeiten zur „Bestellung“ von Warenlieferungen und Fahrtenwünschen (persönlich, telefonisch, per email) sichergestellt werden.

**2.2.4** Zur Vermeidung evtl. umständlicherer (z.B. monatlicher) Sammelrechnungen sollte eine direkte Abrechnung erfolgter Warenlieferungen und Fahrdienste erfolgen.

## **2.3 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing**

**2.3.1** Um eine Vertrauensbasis zu schaffen, sollten die Personen, die Waren liefern oder Fahrdienste durchführen den potenziellen Nutzern im Vorfeld vorgestellt werden (z.B. über Zeitungsartikel).

**2.3.2** Mögliche Interessenten verschiedener Zielgruppen (z.B. ältere Einwohner, kurz-/langfristig weniger mobile Einwohner) sollten im persönlichen Kontakt angesprochen werden (→ s. *Erläuterung im Anhang*).

**2.3.3** In Kitas und Schulen sollten Aktionen zur Bewerbung der Angebote (z.B. Fahrangebot für Familien ohne eigenen Pkw) durchgeführt werden.

**2.3.4** Für regelmäßige Nutzer sollten „Treueprogramme“ wie Fahrpreisermäßigungen/-staffelungen je nach Nutzungsintensität angeboten werden.

**2.3.5** Zur Nutzung von Hol-/Bringdiensten sollten Anreize geschaffen werden, z.B. durch damit verbundene Vergünstigungen im Café des Dorfladens.

**2.3.6** Kopplungsfahrten mit dem Hol-/Bringdienst (z.B. Verbindung von Einkauf mit Behördengang, Besuch von Frisör oder Poststelle) sollten beworben werden.

**2.3.7** Als Anreiz zur Gewinnung Ehrenamtlicher können Freifahrten vergeben werden.

**2.3.8** Das Verschenken von Fahrtgutscheinen kann als weitere Maßnahme zur Bekanntmachung und Förderung der Auslastung angeboten und beworben werden (s. [www.wir-verbinden-boxberg.de/fahrdienst/geschenkkarten](http://www.wir-verbinden-boxberg.de/fahrdienst/geschenkkarten)).

## **3. Spezifische Aspekte für den Einsatzzweck Leihnutzung („nice to haves“)**

### **3.1 Strategische Ausrichtung**

**3.1.1** Die Nutzungsmöglichkeit des Leihautos für einen möglichst großen Personenkreis sollte überprüft und geschaffen werden, um eine bessere Auslastung zu erreichen (z.B. auch Einwohner benachbarter Dörfer, keine Beschränkung auf Mitglieder eines Vereins).

**3.1.2** Ein E-Fahrzeug kann für Dienstfahrten der Verwaltung im Gemeindegebiet in „Leerlaufzeiten“ genutzt werden, wenn keine andere Nutzung vorgesehen ist.

### **3.2 Organisation und Betrieb**

**3.2.1** Für die Leihe sollten eindeutige Nutzungsbedingungen (Rechte und Pflichten, Bezahlung, Versicherungsschutz etc.) festgelegt werden. Ein Nutzungsvertrag dient als rechtliche Grundlage zur Absicherung der Nutzungsbedingungen (→ s. *Erläuterung im Anhang*).

**3.2.2** Nutzerentgelte zur Deckung der Betriebskosten (z.B. km-/zeitabhängiger Preis) sollten kalkuliert und Transparenz über die Preisgestaltung hergestellt werden.

**3.2.3** Es sollten einfache und verlässliche Möglichkeiten zur Reservierung von Ausleihen (persönlich, per Telefon, Internet, email) sichergestellt werden.

**3.2.4** Eine hilfreiche Möglichkeit zur Prüfung der Fahrzeugverfügbarkeit ist die Einrichtung eines online-Buchungskalenders o.ä..

**3.2.5** Eine zentrale und gut erreichbare Zugangsmöglichkeit zum Leihauto für alle Einwohner einer Gemeinde und potenzielle Nutzer sollte sichergestellt werden (→ s. *Erläuterung im Anhang*).

**3.2.6** Ein Leihautosystem mit festem Abhol-/Rückgabeort ist besonders für Gemeinden mit kompakter, weniger für solche mit disperser Siedlungsstruktur geeignet.



### 3.3 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

**3.3.1** Nutzungshemmnisse, Bedenken und „mentalen Barrieren“ gegenüber Elektromobilität sollten bei potenziellen Leihnutzern durch verschiedene Maßnahmen verringert und abgebaut werden (→ s. *Erläuterung im Anhang*):

- o Transparente „Aufklärung“ hinsichtlich Reichweite, Reisegeschwindigkeit, Handling und weiteren besonderen Aspekte eines E-Fahrzeugs
- o Ermöglichung begleiteter Probefahrt (spätestens bei der Ersteinweisung vor einer Leihe)
- o Durchführung von Aktionstagen, um Interessenten und neue Nutzer zu gewinnen und Angebote direkt und praktisch erfahrbar zu machen, in Ergänzung zu theoretischen Hinweisen auf Besonderheiten, Vorzüge etc.
- o Kurzanleitung mit Nutzungshinweisen und Ansprechpartnern im Fahrzeug

**3.3.2** Als zusätzliche Nutzungsoptionen sollten „Spezial-“ oder Freizeitzwecke beworben werden (bei entsprechendem Fahrzeug z.B. Durchführung eines Großeinkaufs, Transport größerer Gegenstände, Ausflüge etc.).

**3.3.3** Zur Sicherung der Auslastung und zur Förderung eines positiven Images sollte eine Direktansprache lokaler Vereine, Feuerwehr etc. erfolgen und ein E-Fahrzeug gelegentlich gratis für soziale Zwecke in der Gemeinde (Dorffeste, Kindergarten, Seniorentreffen...) verliehen werden.

## **Anhang - Erläuterungen zu einzelnen Aspekten des Handlungsleitfadens**

Zu 1.1.1 Je nachdem, aus welchen Kreisen/von wem (Verwaltung, Bürgerschaft, Vereine...) die Initiative zur Schaffung eines E-Dorfauto-Angebotes und dessen Anschaffung ausgeht, ist ganz zu Beginn unbedingt zu klären, ob überhaupt ein ausreichender Bedarf besteht, der auch in mittel-/längerfristiger Perspektive die Auslastung sicherstellt. Zudem sollte bereits bei der Planung an die Vereinbarkeit der Interessen unterschiedlicher potentieller Nutzer gedacht werden, die Anspruch auf die Nutzung eines „Gemeinschaftsautos“ erheben können.

Zu 1.1.3 Während im Modellprojekt in Werther keine Zielgrößen für Nutzerzahlen bzw. Fahrten/Zeiteinheit als Erfolgsindikator vorgegeben wurden, zeigen Erfahrungen anderer Projekte, dass im Durchschnitt eine tägliche Nutzung mit 3-5 Fahrten erreicht werden sollte, um eine zufriedenstellende Auslastung zu erreichen.

Zu 1.1.4 Die im Modellprojekt Werther angebotenen Fahrdienste haben zu einer Stärkung der Lebensqualität und Unabhängigkeit einer Reihe älterer, teils alleinstehender und zunehmend immobilerer Einwohner der Gemeinde geführt, die dadurch wieder selbstbestimmt Besorgungen erledigen und Unternehmungen durchführen können. Dies ist durch die Kombination aus bequemer Beförderung mit dem E-Fahrzeug WertherMobil und persönlichem Einsatz der Fahrerin möglich, was eine an den Bedürfnissen der Fahrgäste orientierte, stressfreie Nutzung erlaubt.

Zu 1.1.7 In partnerschaftlicher Ergänzung zu den lokalen/regionalen ÖPNV-Anbietern kann evtl. die Integration eines Dorfautos als „Rufbus“ zur Verstärkung entlang bestehender Buslinien zu Stoßzeiten oder als Zubringer aus weniger gut erschlossenen Teilbereichen zu Verknüpfungspunkten überlegt werden. Die Schaffung einer Konkurrenz, auch zu Taxiunternehmen, muss unbedingt vermieden werden. Ebenso sind soziale Tätigkeiten im Zusammenhang mit einem Dorfauto-Projekt, welches womöglich öffentlich gefördert wurde, von den Angeboten professioneller Pflege- oder Fahrdienste abzugrenzen. Der Aspekt eines Beitrages zur alltäglichen Nahverkehrs- und -versorgungssituation der Einwohner sollte immer hervorgehoben werden.

Zu 1.1.9 Die Zufriedenheit der Nutzer der Dorfauto-Angebote bzw. auch Gründe für deren Ablehnung/Nicht-Inanspruchnahme durch Nicht-Nutzer sollte hinsichtlich der Akzeptanz von Aspekten wie Preisgestaltung, Modalitäten zur Fahrzeugreservierung, zeitlicher Verfügbarkeit des Fahrzeuges oder sonstiger, die Nutzung möglicherweise beeinflussender Faktoren regelmäßig überprüft werden. In Werther wurde bspw. nach einer längeren Phase, in der keine Leihe stattfand, unter Berücksichtigung der anderen Einsatzzwecke die Leihnutzung an mehr Tagen als zuvor ermöglicht.

Zu 1.2.1 Je nach vorgesehener Nutzung sind die Vor- und Nachteile verschiedener Fahrzeuggrößen und -typen zu berücksichtigen. Bspw. bietet sich bei der vorwiegenden Nutzung in einem Hol- und Bringdienst für weniger mobile Personen, bei dem die Fahrten jeweils mit einem ehrenamtlichen Fahrer durchgeführt werden, ein möglichst barrierearmes Fahrzeug mit einer günstigen Einstiegshöhe und Stauraum für einen bzw. mehrere Rollatoren oder Sportausrüstung an. Mit einem kleineren Fahrzeug hingegen, welches evtl. einfacher zu handhaben ist und welches vornehmlich durch private Selbstfahrer in einem Leihsystem zur Verfügung steht, lassen sich eher von vornherein „mentale“ Zugangshemmnisse bei Nutzern, die es wenig gewohnt sind, ein fremdes Fahrzeug zu fahren, verringern.

Zu 1.2.4 Dieser Aspekt bezieht sich insbesondere auf die Gestaltung der Nutzerentgelte, wobei diese auch davon beeinflusst wird, ob zusätzlich zu den Gebühren für Fahrdienste oder Leihnutzung auch finanzielle Mittel aus externen Quellen wie Fördergeldern oder Sponsorengeldern zur Finanzierung des Dorfautobetriebs beitragen und dadurch beispielsweise eine Rücklagenbildung aus Nutzerentgelten vereinfacht wird (s.a. 1.2.5).

Zu 1.2.6 So wurde z.B. im Bürgerautoprojekt der Kleinstadt Boxberg ausgehend von einer Bürgerinitiative über einen „Ideenwettbewerb Elektromobilität Ländlicher Raum“ des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg ein eigener Verein gegründet (s. [www.wirverbinden-boxberg.de](http://www.wirverbinden-boxberg.de)). Neben Eigenmitteln der Stadt im Rahmen der Projektkoordination und Zuschüssen aus dem Ideenwettbewerb wird das Projekt durch Mitgliedsbeiträge und Sponsoring einer Reihe lokaler Firmen und Unternehmen finanziert, wobei die projektbezogenen Aktivitäten, organisatorischen Abläufe und die Durchführung der Fahrdienste ausschließlich durch eine große Anzahl freiwilliger Unterstützer im Ehrenamt durchgeführt werden.

Zu 1.3.1 Diesbezüglich wurde bspw. in Werther im Rahmen der Vorbereitungsphase in Werther ein Gemeinderatsbeschluss herbeigeführt, um den Einsatz des WertherMobils in einem gemeindebasierten Leihautosystem in rechtlich abgesicherter Form realisieren zu können. Der Gemeinderat hat darin beschlossen, das Leihautosystem eigenständig und nach den Vorgaben der Durchführungsbestimmungen im festgelegten Projektzeitraum einzuführen und zu erproben. Insbesondere wurden auch die tariflichen Modalitäten der Ausleihmöglichkeit geregelt.

Zu 1.4.3 Ein solches Vorgehen hat bspw. in Boxberg dazu geführt, dass ein ständiger Fahrer-Pool von ca. 30 Personen zur Verfügung steht, wovon je nach zeitlicher Verfügbarkeit jeder einzelne nur einmal im Monat „Dienst“ hat.

Zu 2.1.8 In einigen Projekten wird der Nutzerkreis über die Einwohner der Gemeinde bspw. auch auf Besucher/Touristen ausgeweitet und so die Auslastung gestärkt.

Zu 2.3.2 Auch hierbei spielt die mündliche Weitergabe guter Erfahrungen eine wichtige Rolle (s. 1.3.5), deshalb sollten zufriedene Nutzer und „Stammkunden“ durchaus ermutigt werden, in ihrem sozialen Umfeld positiv zu berichten.

Zu 3.2.1 Beim Leihautosystem in Werther ist bei der erstmaligen Anmeldung ein ausführlicher Nutzungsvertrag mit einer detaillierten Auflistung der Nutzungsbedingungen zu unterzeichnen, bei jedem einzelnen Leihvorgang wird dann nur noch die Annahme und Rückgabe des Fahrzeugs protokolliert.

Zu 3.2.5 Dieser Aspekt ist insbesondere zu berücksichtigen, wenn ein Leihautosystem in einem Raum mit disperser Siedlungsstruktur realisiert werden soll und wo bspw. die Ortsteile in einiger räumlicher Distanz zueinander liegen. Hierbei ist die Frage zu klären, wie eine gleichberechtigte Zugangsmöglichkeit zum Dorfauto für alle Einwohner geschaffen werden kann.

Zu 3.3.1 Vielfach bestehen bei potenziellen Nutzern, die noch keine Erfahrungen mit einem E-Fahrzeug gemacht haben Vorbehalte oder Unsicherheiten hinsichtlich der möglichen Reisegeschwindigkeit, der Zuverlässigkeit des Akkus oder der Möglichkeit, das Fahrzeug bei längeren Fahrten zwischendurch wieder aufladen zu können. Diese Bedenken sollten ernst genommen werden und ihnen durch die Vermittlung theoretischer Informationen und einer praktischen Einführung, z.B. im Rahmen einer Probefahrt, begegnet werden.