

Elektromobilität

Mehr Chancen als Risiken für Unternehmen

Die Elektromobilität schreitet voran. Dies zeigt sich an der Anzahl verkaufter Elektrofahrzeuge und am Stellenwert des Trends in den Medien. Um den Anschluss nicht zu verpassen, sind Unternehmen gut beraten, sich frühzeitig mit diesem Trend auseinanderzusetzen.

› Silvan Häfliger, Björn Hensler

In der Gesellschaft geniesst die Mobilität einen hohen Stellenwert: Man fährt mit dem Auto, dem Velo oder dem öffentlichen Verkehr zur Arbeit oder zum Ausflugsziel, lässt seine Online-Bestellung nach Hause liefern oder verreist mit dem Flugzeug in die Ferien. Die Tendenz, künftig noch mehr unterwegs zu sein, hält an.

Die Corona-Pandemie verpasste dieser Dynamik während des Lockdowns im Frühling 2020 einen abrupten Unterbruch, indem weniger Fahrzeuge auf den Strassen verkehrten und Züge sowie Busse praktisch leer herumfuhren. Mit der warmen Jahreszeit, den sinkenden Fallzahlen und der steigenden Impfquote ist das Leben mittlerweile zurückgekehrt und mit ihm das Mobilitätsgeschehen.

Umdenken durch Klimawandel

Der Klimawandel als globales Thema beschäftigt die Wissenschaft und die politischen Akteure bereits seit mehreren Jahrzehnten. So beabsichtigte der Bundesrat schon 2019, die Treibhausgas-Emissionen bis 2030 um die Hälfte zu reduzieren und die Schweiz bis 2050 klimaneutral zu machen. Doch erst mit der Fridays-for-Future-Bewegung und

der im Vorfeld zur letzten Abstimmung erfolgten Diskussion über das CO₂-Gesetz erhielt diese Thematik dank umfassender Medienpräsenz Aufschwung und wurde von der breiten Gesellschaft richtig wahrgenommen. Dank dem erhöhten Bewusstsein für die Umwelt und der veränderten Produktnachfrage wendet sich die Industrie seither vermehrt der E-Mobilität zu.

Ein ebenfalls wichtiger, aber noch nicht so bekannter Pfeiler des E-Mobilität-Trends ist die technologische Komponente. Ein



kurz & bündig

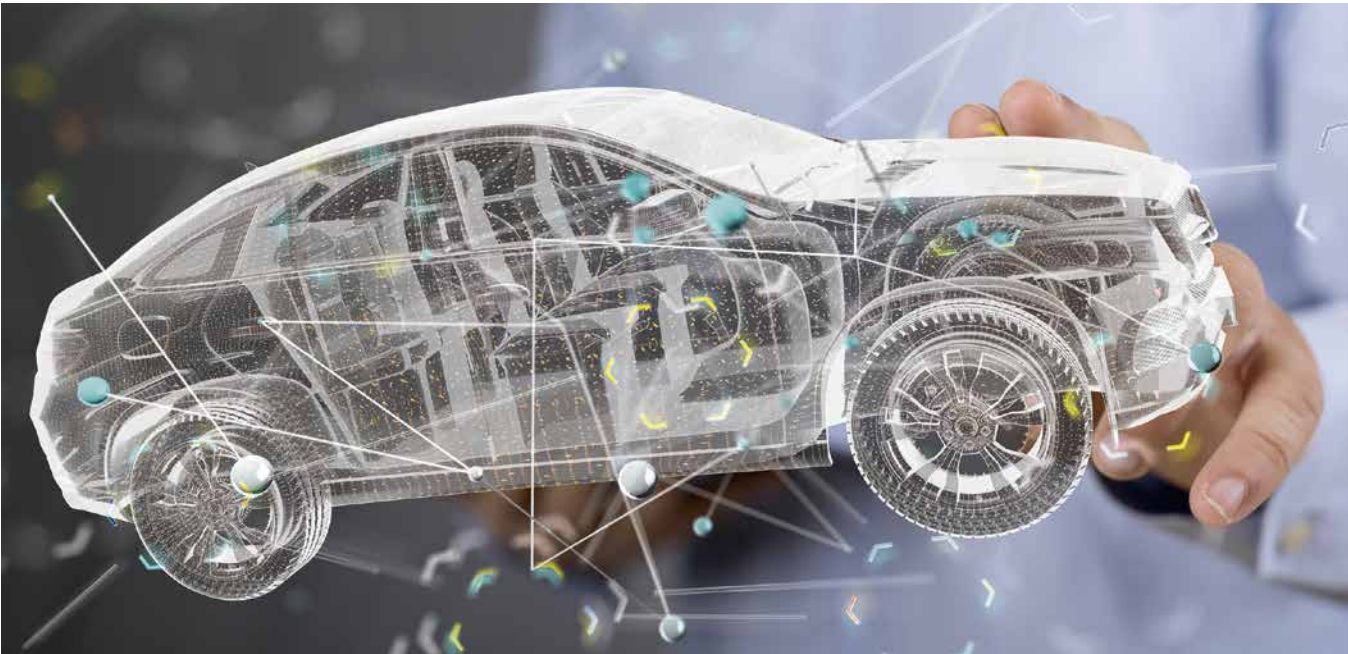
- › Der Trend E-Mobilität betrifft die ganze Gesellschaft – Privatpersonen und Unternehmen gleichermaßen.
- › Elektrische Antriebssysteme werden sich in den nächsten Jahren durchsetzen und den klassischen Verbrennungsmotor vom Markt verdrängen.
- › Unternehmen sind angehalten, sich aktiv mit der E-Mobilität zu beschäftigen, um daraus Chancen und Risiken abzuleiten.

Elektroantrieb besteht aus wesentlich weniger Bestandteilen als ein klassischer Verbrennungsmotor mit Getriebe. Gemäss Dr. Peter de Haan, Experte für Energie und Mobilität bei der EBP Schweiz AG, vereinfacht dies nicht nur die Herstellung, sondern reduziert auch den Wartungsaufwand um bis zu 60 Prozent. Weiter kommt er zum Schluss, dass aus technologischer Sicht für die meisten Antriebszwecke bereits heute der Elektromotor dem Verbrennungsmotor überlegen sei.

Ein für das Kaufverhalten entscheidendes Pro-Argument, damit sich der Elektromotor mittelfristig durchsetzen wird, ist die stetige Weiterentwicklung der Batterie. Je länger die Reichweite, je tiefer das Eigengewicht und je günstiger die Herstellung einer Batterie ist, desto rascher steigen Konsumenten auf Fahrzeuge mit Elektroantrieb um.

Auseinandersetzung ist Pflicht

Die E-Mobilität ist präsent und wird sich in vielen Lebensbereichen weiter ausbreiten. Dies zeigt sich beispielweise bei der hohen Nachfrage an E-Bikes und dem seit Jahren anhaltenden, markanten Anstieg an Neuzulassungen von Personenwagen



mit Elektroantrieb. Eine kurze Internetrecherche genügt, um zu erkennen, dass sich diese Entwicklung nicht nur auf Fahrzeuge an Land beschränkt. Vielmehr sollen elektrische Antriebe in den nächsten Jahren ebenso zu Wasser (Motorboote, Fahrgast- und Frachtschiffe) und langfristig in der Luft (Kleinflugzeuge, Verkehrsflugzeuge) möglich sein. Sei es als Privatperson oder als Unternehmung, es ist nicht (mehr) die Frage, ob man sich mit der E-Mobilität auseinandersetzen will, sondern vielmehr, wie man diesem Trend begegnet. Für Unternehmen ist eine differenzierte Evaluation besonders wichtig. Denn bei jedem Trend gibt es eine Gewinner- und eine Verliererseite. Nicht anders sieht es bei der E-Mobilität aus: Je nach Branche schafft sie neue Möglichkeiten oder birgt die Gefahr, einen Geschäftsbereich gar zu verlieren.

Chancen

Diversifikation

Dass die E-Mobilität zu neuen Geschäftsfeldern verhelfen kann, zeigt ein Blick in die Tourismusbranche. So werden vermehrt Stadtführungen mit E-Scootern angeboten oder Schnitzeljagden mit Segways ergänzt. Ein anderes Beispiel findet

man beim Velohandel. Neben den klassischen Modellen führen mittlerweile die meisten Betriebe E-Bikes in ihrem Sortiment. Manche Anbieter gehen einen Schritt weiter und entwickeln aus dem Kerngeschäft heraus neue Dienstleistungen. Zum Beispiel bieten sie den Kunden zum Erlangen der Fahrkompetenz Einführungs- und Wiederholungskurse an oder organisieren geführte E-Bike-Touren in den Bergen.

Marketing

Wer möchte nicht gerne von sich behaupten, modern und innovativ zu sein? Gerade ein Trend wie die E-Mobilität scheint für Unternehmen eine ideale Plattform zu sein, sich besonders in Szene zu setzen. Denn die E-Mobilität lädt dazu ein, verschiedene gesellschaftliche Themenfelder gewinnbringend mit dem eigenen Unternehmen in Verbindung zu bringen. So kann grundsätzlich jedes Unternehmen unabhängig der Branche mit dem Kauf eines effizienten Elektroautos auf Nachhaltigkeitsbestrebungen im Betrieb hinweisen. Zudem würde je nach Branche auch der Gesundheitsschutz im Marketing punkten, da elektrisch betriebene Fahrzeuge emissionsarm unterwegs sind und somit weniger Lärm und keine Abgase verursachen.

Personalgewinnung

In den nächsten Jahren wird ein weiterer Teil der Babyboomer-Generation in den Ruhestand treten. Der sonst schon anhaltende Fachkräftemangel intensiviert sich dadurch. Umso wichtiger ist es für Betriebe, um die Gunst gut ausgebildeter Mitarbeiter zu werben. Gerade bei der jüngeren Generation, die umweltaffiner ist, erfreuen sich Sharing-Angebote mit Elektroautos zunehmender Beliebtheit. Ebenso die Möglichkeit, kostenlose E-Bikes zu nutzen oder eine Ladeinfrastruktur für private Fahrzeuge vorzufinden, können Anreize für künftige Mitarbeitende sein.

Risiken

Wegfallende Geschäftsbereiche

Da ein Elektromotor im Vergleich zum Verbrenner einfacher gebaut ist, fällt der Wartungsaufwand deutlich tiefer aus. Spüren werden dies vor allem Garagenbetriebe und ihre Zulieferer. Denn mit dem Wegfall beispielsweise des Öl-Wechsels und des klassischen Schaltgetriebes reduziert sich ein wesentlicher Teil der Basis-Serviceleistungen. Damit ein solcher wichtiger Geschäftszweig nicht ersatzlos wegbricht, ist es essenziell, neue Dienst-

leistungen zu entwickeln. Ein gutes Beispiel dafür sind Tankstellenbetriebe. Der Rückgang an Verbrennungsmotoren führt unweigerlich zur Abnahme des Treibstoffbedarfs. Folglich suchen weniger Kunden Tankstellen auf, was auch Umsatzeinbussen bei den Shops zur Folge hätte. Viele Betriebe haben die Situation erkannt und als Gegenmassnahme diverse Kompensationsangebote wie das Einrichten von Schnellladestationen oder das Anbieten von kurzen Fahrzeugchecks geschaffen.

Fehlende Ladeinfrastruktur

Auch wenn die E-Mobilität von der Gesellschaft immer stärker wahrgenommen wird, macht sie im Verhältnis zu Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor erst einen Bruchteil aus. Dies zeigt sich am aktuell noch lückenhaften Ladeinfrastrukturnetz. Gerade in Tiefgaragen, an öffentlichen Parkplätzen und in ländlichen Gegenden sind Ladestationen oftmals noch Mangelware. Als Unternehmen gilt es deshalb, vor der Anschaffung genau zu definieren, welche Zwecke ein Fahrzeug zu erfüllen hat. Hier spielen Komponenten wie die tägliche Reichweite und das Einsatzgebiet eine zentrale Rolle. Ansonsten läuft man Gefahr, zeitliche Verzögerungen in Kauf zu nehmen, die sich negativ auf die Geschäftstätigkeit auswirken.

Fazit

Die E-Mobilität wird sich mittelfristig durchsetzen. Betroffen ist die ganze Gesellschaft. Während Privatpersonen noch genügend Zeit haben, sich auf diesen Trend einzustimmen, sieht es bei Unternehmen anders aus. Um den Anschluss nicht zu verpassen, sind Unternehmen gut beraten, sich rechtzeitig mit dieser Thematik auseinanderzusetzen. Denn derjenige Betrieb, der dem Ansatz «agieren statt reagieren» folgt, schafft gute Argumente, die E-Mobilität erfolgreich in die Geschäftsprozesse zu integrieren, und letztlich daraus mehr Chancen wahrzunehmen als Risiken zu entwickeln. «



Quellenhinweise

ADAC e.V. (2017). Die Evolution der Mobilität. Abgerufen am 1.6.2021 von https://assets.adac.de/image/upload/v1606826089/ADAC-eV/KOR/Text/PDF/ADAC_Studie_Evolution_der_Mobilitaet_deutsch_ik128f.pdf

de Haan, P. (Interview, 28. Mai 2021, Zeilen 11–12 und 167–168). Megatrend-Report zum Thema E-Mobility (Elektromobilität).

Energiezukunft (2021, 10. März). Verkehrswende. Neuzulassungen von E-Autos steigen rasant. Abgerufen am 1.6.2021 von www.energiezukunft.eu/mobilitaet/neuzulassungen-von-e-autos-steigen-rasant/

Hensler, B. & Häfliger, S. (2021). Megatrend-Report. E-Mobility. [Unveröff. Bericht].

Internationale Bodensee-Konferenz (ohne Datum). Elektromobilität zu Wasser im Aufwind. Zweites Trägertreffen zur E-Charta Bodensee. Abgerufen am 4.6.2021 von www.bodenseekonferenz.org/de/home/elektromobilitaet/-zu-wasser

Schweizerische Eidgenossenschaft (2019, 28. August). Bundesrat will bis 2050 eine klimaneutrale Schweiz. Abgerufen am 3.6.2021 von www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-76206.html

SRF (2020, 27. Oktober). So rege ist die Bevölkerung aktuell unterwegs. Abgerufen am 2.6.2021 von www.srf.ch/news/schweiz/mobilitaet-trotz-coronavirus-so-rege-ist-die-bevoelkerung-aktuell-unterwegs

ZDF-heute (2020, 15. Dezember). Zukunft der Luftfahrt. Die E-Mobilität geht in die Luft. Abgerufen am 4.6.2021 von www.zdf.de/nachrichten/wirtschaft/luftfahrt-elektrisches-fliegen-e-mobilitaet-100.html



Porträt



Silvan Häfliger

Stv. Amtsleiter und Bereichsleiter Zentrale Dienste, Strassenverkehrsamt Zug.



Björn Hensler

Inhaber und Geschäftsleiter, Hensa Werft AG

Die Autoren sind Teilnehmer des Executive MBA der Hochschule Luzern – Wirtschaft.



Kontakt

silvan.haefliger@zg.ch, www.zg.ch

bjorn.hensler@hensa-werft.ch, www.hensa-werft.ch