

e'mobile: neutraler Dreh- und Angelpunkt der effizienten Mobilität

Interview mit Dino Graf, dem neuen Präsidenten von e'mobile, der sich über die Rolle der Fachgesellschaft und die Erfolgsfaktoren für Eco-Mobile äussert.

Dino Graf, als Leiter Corporate Communication von AMAG können Sie immer wieder neue Autos testen. Hand aufs Herz: Wie oft wählen Sie ein Auto mit alternativem Antrieb?

Dino Graf: Wenn sich die Gelegenheit ergibt, fahre ich gerne eines unserer Modelle mit neuem Antrieb. Ein regelmässiger Einsatz scheitert momentan allerdings noch an meiner privaten Infrastruktur. Ich habe aktuell keine Möglichkeit, eine geeignete Ladeinfrastruktur zu installieren. So bin ich mit meinem Fahrzyklus aktuell noch am besten mit einem effizienten Dieselfahrzeug unterwegs. Mit den neuen Plug-in-Hybrid-Modellen gibt es aber neue Möglichkeiten.

Die Zuwachsraten bei solchen Eco-Mobilen können sich zwar sehen lassen. Doch ihr Marktanteil beträgt noch nicht einmal fünf Prozent. Was muss sich ändern, damit Herr und Frau Schweizer auf Elektro-, Hybrid- und Erdgasautos umsteigen?

Da gibt es – je nachdem, wen Sie fragen – verschiedenste «Rezepte»: So ist etwa von Lenkung und Anreizen die Rede. Doch am Schluss muss der Kunde einen für sich wahrnehmbaren Mehrwert bei der Wahl seines Autos spüren. Sei dies ökonomisch, emotional oder pragmatisch. Lohnt sich die Wahl fürs Portemonnaie und für die eigenen Fahrbedürfnisse? Der Kunde will möglichst keine Einschränkungen in Kauf nehmen – weder beim Tanken oder Laden und schon gar nicht bei der Reichweite, dem Preis oder der allgemeinen Nutzbarkeit. Wenn seine Bedürfnisse befriedigt sind und er sich seiner Wahl sicher ist, wird er sich möglicherweise für ein Fahrzeug mit neuer Antriebstechnologie entscheiden.

AMAG ist seit mehreren Jahren Mitglied von e'mobile. Wie profitiert Ihr Unternehmen konkret davon?

Einerseits ist es der Austausch mit den branchenfremden Playern im Umfeld von e'mobile. Andererseits profitieren wir davon, dass e'mobile eine unabhängige Fachstelle ist, die Interessenten politisch ungefärbte Informationen zur Verfügung stellt und allgemeine Fragen zur «alternativen Mobilität» beantwortet. Natürlich kommen uns auch die Erfahrungen zugute, die e'mobile im Laufe der letzten Jahre gesammelt hat.

Ihre Agenda dürfte immer gut gefüllt sein. Warum haben Sie sich trotzdem dafür entschieden, die Fachgesellschaft e'mobile zu präsidieren?

Innerhalb der Autobranche haben wir wohl alle ähnliche Vorstellungen, wie sich die Mobilität der Zukunft entwickeln wird. Was es braucht, damit neue Technologien Erfolg haben werden, auch wenn es da vielleicht gewisse Unterschiede in den Details gibt. Auch die Strombranche ist am Thema interessiert. Doch zeigt es sich, dass viele andere Gruppierungen noch nicht soweit sind. Ein Beispiel: Es gibt noch keine Verordnung, die Bauherren vorschreibt, ihre Liegenschaften für Elektrofahrzeuge vorzubereiten, also zum Beispiel in Tiefgaragen zumindest Leerrohre für eine spätere Elektrifizierung vorzusehen. Wird dann doch mal eine Installation zum Thema, dann sind die Kosten unnötig hoch, weil man nochmals vorne beginnen muss. Was nützt das Ei, wenn es daraus kein Huhn gibt...?

Damit neue Antriebe eine reelle Chance haben, braucht es den Austausch und die Information zu diesen Themen über die eigenen Grenzen hinaus. Wir bei AMAG haben den Fokus auf neue Technologien gelegt. Wir haben die Organisation entsprechend aufgebaut. Neue Produkte sind zu erwarten. Ähnliches passiert auch bei anderen Autoimporteuren. Also müssen wir uns dafür einsetzen, dass die Rahmenbedingungen stimmen.

Inzwischen haben sich mehrere Organisationen und Kampagnen in der Schweiz vorgenommen, die effizienten Fahrzeuge auf die Überholspur zu bringen. Welche Schwerpunkte sollte e'mobile setzen, um Doppelspurigkeiten zu vermeiden und weiterhin eine starke Rolle zu spielen?

Es gibt keinen Erfolg ohne Infrastruktur. Aber die Infrastruktur ist nicht per se Sache der Autohersteller. Es geht darum, für das Thema zu sensibilisieren, zu informieren und interessierten Kreisen eine sachbezogene Anlaufstelle zu bieten. Hier sehe ich die Aufgabe von e'mobile: als Dreh- und Angelpunkt für Information und zwar ohne politische Brille. Habe ich eine Frage zu den neuen Antrieben, dann sollte e'mobile branchenübergreifend meine Anlaufstelle sein – egal, ob ich von einer Behörde, ein Bauunternehmer, Stromanbieter, Autohersteller, Flottenbetreiber oder ein Interessent bin. «Politik zu machen», ist nett. Hilfe und Fakten zu bieten und die verschiedenen Player konstruktiv zusammenzuführen, bringt aber der Sache schlussendlich mehr.

Als Präsident vertreten Sie e'mobile auch innerhalb der Autobranche und können dafür Ihre zahlreichen Kontakte bestens nutzen. Welche Hauptbotschaft über die Fachgesellschaft e'mobile möchten Sie in den Köpfen Ihrer Branchenkollegen verankern?

e'mobile ist unser Dreh- und Angelpunkt, wenn es um markenübergreifende Themen und Informationen geht: die neutrale Anlaufstelle für alle, die Fach- und Sachfragen zu neuen Antrieben haben – ohne PR-Färbung und ohne Markenblick.

Kontakt:

Philipp Walser
Leiter Fachgesellschaft e'mobile
www.e-mobile.ch