

Dieser Beitrag ist in ähnlicher Form erschienen in Kania, N./ Kirstges, T. (2022): E-Mobilität im Tourismus entlang der Customer Journey, Janßen, S./ Kirstges, T./ Kull, S./ Neumann, M./ Schmoll, E. (Hrsg): Jahresband 2022 des Fachbereichs Wirtschaft – Gesammelte Erkenntnisse aus Lehre und Forschung, S. 87-108, ISBN 978-3-643-15179-7.

Nicole Kania & Torsten Kirstges

E-Mobilität im Tourismus entlang der Customer Journey

1 Gegenstand und Zielsetzung

Das EU-Parlament hat Anfang Juni 2022 dafür gestimmt, dass ab 2035 in der EU nur noch solche Fahrzeuge auf den Markt gebracht werden dürfen, die keine klimaschädlichen Treibhausgase ausstoßen. Ziel ist eine Umstellung auf Elektromobilität.¹

Ob dies grundsätzlich sowie im vorgenannten Zeitrahmen sinnvoll und realistisch ist, soll hier nicht diskutiert werden. Doch zeigt diese Entscheidung der europäischen Politik, dass die E-Mobilität künftig einen weitaus höheren Stellenwert einnehmen wird, als dies heute der Fall ist. Dies betrifft auch eine der weltweit größten und wachstumsstärksten Branchen Deutschlands bzw. der Welt, nämlich den Tourismussektor.² Schon 2022 hat die E-Mobilität Einzug in diverse Bereiche des Tourismus gehalten, denn auch in der Reisebranche finden sich Bestrebungen zum vermehrten Einsatz der E-Mobilität, um beispielsweise dem Nachhaltigkeitsgedanken zu entsprechen und Natur und Umwelt in den einzelnen Destinationen³ zu schützen.⁴ Dies steht auch in Verbindung mit den Erwartungen der Touristen an eine intakte Umwelt.⁵

¹ Vgl. Europäisches Parlament, 2022.

² Vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2022.

³ Synonym: Zielgebiet, Reiseziel.

⁴ So beispielsweise in Bali. Vgl. hierzu Rizki, M. et al., 2021, S. 1.

⁵ Vgl. bspw. Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein (WTSH), 2018, S. 28.

Gegenstand und Zielsetzung des vorliegenden Beitrags ist ein Überblick zur Einbindung von E-Mobilität-Konzepten/-Angeboten in die Tourismusbranche. Veranschaulicht werden soll dies anhand der sog. Customer Journey.

2 E-Mobilität

Zur Einordnung in den Kontext dieser Arbeit sollen einige Grundlagen zur E-Mobilität vorangestellt werden.

„**Electro mobility (or e-Mobility)** represents the concept of using electric powertrain technologies, in-vehicle information, and communication technologies and connected infrastructures to enable the electric propulsion of vehicles and fleets.”⁶ „Electromobility (e-mobility) is applicable to issues from sustainable transportation to revolutionary driving behaviour.”⁷

Diese Definition erscheint wichtig, da Konzepte zur E-Mobilität auch im Tourismus über das Nutzen von E-Autos hinausgehen. Dies soll in Kapitel 3 thematisiert werden. Steht allerdings der PKW im Fokus – da es sich hierbei um das beliebteste Verkehrsmittel der Deutschen handelt⁸ – sollen die folgenden Ausführungen einen groben Rahmen schaffen.

⁶ Gartner, 2022.

⁷ Zhao, Q., 2018, S. 473.

⁸ Vgl. Bundesamt für Güterverkehr (BAG), 2022.

2.1 Stand der Technik

Tabelle 1 zeigt ausgewählte **Antriebsformen**, die derzeit im Bereich der PKW vorhanden sind.

Internal Combustion Engine (ICE) ⁹	Hybrid Electric Vehicle (HEV)	Elektrische Antriebe			
		Battery Electric Vehicle (BEV)	Range Extended Electric Vehicle (REEV) ¹⁰	Plug-In-Hybrid Electric Vehicle (PHEV)	Fuel Cell Electric Vehicle (FCEV)
<i>z. B. Diesel- oder Benzinmotor</i>	<i>Elektro- und Verbrennungsmotor</i>	<i>Elektromotor</i>	<i>Reichweitenverlängerungssystem</i>	<i>Elektro- und Verbrennungsmotor</i>	<i>Brennstoffzellenfahrzeug (mit Ethanol oder Wasserstoff als Energieträger)</i>

Tab. 1: Übersicht: PKW-Antriebsformen (Quelle: modifiziert entnommen von Smatrics, 2017 sowie Infineon Technologies AG, 2021)

Im Unterschied zu einem HEV, bei welchem der Motor und die rückgewonnene Bremsenergie für die Aufladung sorgt, kann der Elektromotor eines PHEV auch über das Stromnetz (z. B. Haushaltssteckdose oder sog. Wallbox) aufgeladen werden.¹¹ Die Batterie eines REEV hingegen kann über das Stromnetz oder von einem Generator über den Verbrennungsmotor aufgeladen werden.¹² Dieser wird nur dann aktiv, wenn die Batterie leer ist. Ein Antrieb der Räder erfolgt ausschließlich über den Elektromotor, während dies bei einem HEV auch/oder über den Verbrennungsmotor geschieht.¹³

⁹ Verbrennungsmotor.

¹⁰ Auch: Range Extender Electric Vehicle (REX). Vgl. Smatrics, 2017.

¹¹ Vgl. Smatrics, 2017 sowie Infineon Technologies AG, 2021.

¹² Vgl. ebd.

¹³ Vgl. ebd.

Relevant für diese Fahrzeuge sind die **Batterien**. Die Reichweite einzelner E-Auto-Modelle variiert stark – unter anderem je nach der eingebauten Batterie.¹⁴

In naher Zukunft seien bereits Reichweiten von um die 1.000 km mehr als realistisch, so Fichtner¹⁵ in einem Interview mit dem Volkswagen (VW) Newsroom.¹⁶ Begründet sieht er dies in den energieaufnehmenden Speichermaterialien der Batterien sowie der Größe selbiger.¹⁷ In diesem Zusammenhang sei auf die **Ladeanschlüsse** von E-Autos hingewiesen. Neben dem in Deutschland an Ladesäulen üblichen Typ-2-Stecker für Alternating Current (AC)- und Direct Current (DC)-Ladevorgänge sowie dem Combo-2-Stecker für Combined Charging System (CCS) – ausschließlich für die schnelle Ladung über DC – gibt es den Charge de Move (CHAdeMO)-Stecker, welcher in Deutschland nur selten in den hiesigen Ladesäulen verbaut ist.¹⁸

¹⁴ Weitere Aspekte wie Größe und Gewicht der Fahrzeuge, Fahrtgeschwindigkeit, Witterung etc. sind als weitere Parameter zu berücksichtigen. Vgl. Wieler, J., 2021.

¹⁵ „Prof. Maximilian Fichtner ist ein international renommierter Experte für Batterietechnologie. Er lehrt Festkörperchemie an der Universität Ulm und leitet die Abteilung für Energiespeichersysteme am KIT (Karlsruher Institut für Technologie).“ Volkswagen, 2022.

¹⁶ Vgl. Volkswagen, 2022.

¹⁷ Vgl. ebd.

¹⁸ Vgl. WTSH, 2018, S. 15.



(Foto: Kirstges)

2.2 Verbreitung der E-Mobilität

In Deutschland wurden in 2021 fast doppelt so viele BEV wie noch im Jahr davor neu zugelassen.¹⁹ In den vorherigen Jahren lagen die Zahlen noch im fünfstelligen Bereich.²⁰ Den größten Anteil dieser Neuzulassungen machte das Tesla Model 3 aus, gefolgt vom VW Up und dem VW ID.3 sowie der Renault Zoe.²¹ Tabelle 2 stellt die PKW-Neuzulassungen in Deutschland der letzten drei Jahre vergleichend dar.

¹⁹ Vgl. Kraftfahrt-Bundesamt (KBA), 2022a sowie 2022b.

²⁰ Vgl. KBA, 2022c.

²¹ Vgl. KBA, 2022d.

Jahr	PKW insgesamt	PKW mit Verbrennungsmotor (Benzin + Diesel)	BEV	PHEV
2019	3.607.258	3.289.820 ²² (91,2 %)	64.931 (1,8 %)	46.895 (1,3 %)
2020	2.917.678	2.182.424 (74,8 %)	195.485 (6,7 %)	201.320 (6,9 %)
2021	2.622.132	1.497.238 (57,1 %)	356.610 (13,6 %)	325.145 (12,4 %)

Tab. 2: PKW-Neuzulassungen in Deutschland (Quelle: Zahlen und eigene Berechnungen auf Basis von KBA, 2022a; KBA, 2022b; KBA, 2022c)

²² Die Werte der Tabelle 2 wurden auf Basis der PKW-Gesamtzulassungen und der Anteile laut KBA teilweise selbst berechnet und gerundet.

3 Customer Journey

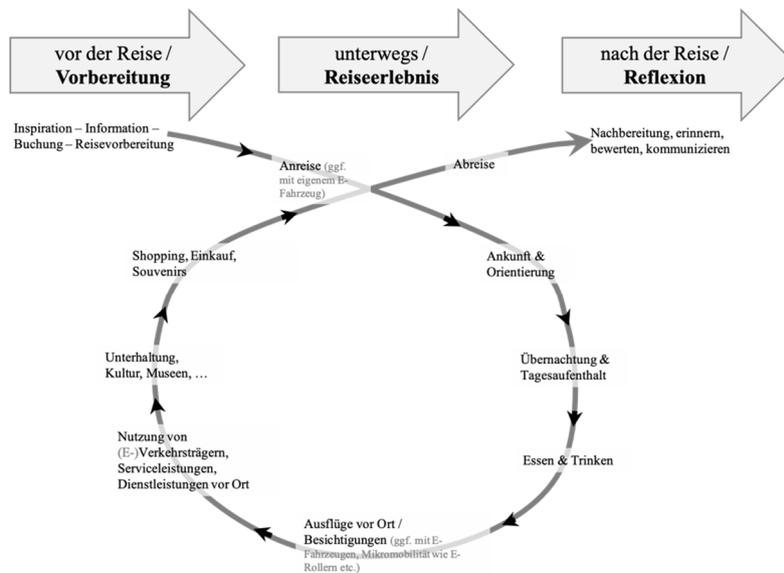


Abb. 1: Customer Journey im Tourismus (Quelle: eigene Darstellung)

Für die touristischen Akteure entlang der Wertschöpfungskette stellt sich die Frage, wie die E-Mobilität Einbindung in das touristische Angebot finden kann. Dies soll im Folgenden entlang der Customer Journey (vgl. Abbildung 1) beispielhaft dargestellt werden.

3.1 Vor der Reise

In den Phasen der Inspiration, Informationssuche sowie anschließenden Buchung von Urlaubsreisen stellt sich für touristische Unternehmen die Frage, wie ihre (potenziellen) Gäste bevorzugt in die Destination reisen.

Der PKW ist nicht nur allgemein im deutschen Personenverkehr der beliebteste Verkehrsträger.²³ Auch aus den Daten der F.U.R. lässt sich die Beliebtheit des PKW bei der Wahl des Verkehrsmittels für Urlaubsreisen ablesen. Hierzu wurden im Rahmen einer eigenen empirischen Erhebung Urlaube in 60 Ländern zwischen 2002 und 2019²⁴ verglichen und jeweils der Anteil an Reisen mit PKW + PKW mit Wohnwagen pro Reisejahr berechnet und tabellarisch zusammengetragen.²⁵ Im Ergebnis lässt sich folgendes festhalten: *Je näher das Ziel am eigenen Wohnort in Deutschland liegt, desto eher wird der PKW gewählt.* Darüber hinaus lässt sich die Überlegung anstellen, inwiefern der konkrete Wohnort in Deutschland ausschlaggebend für die Wahl des Verkehrsmittels ist. Hierzu wurden für die in die obigen Tabellen einbezogenen Länder – sofern im vorliegenden SPSS-Datensatz als Einzelvariable aufzufinden – Entscheidungsbäume generiert mit der Variable „Verkehrsmittel“ als abhängige und das jeweilige Reiseziel sowie die Postleitzahlzone als unabhängige Variablen.²⁶

So zeigt sich zusammenfassend, dass Personen, deren Wohnort insbesondere in den Bundesländern, die eine Ländergrenze mit einem benachbarten Staat haben, eher dazu tendieren mit dem PKW in diese Länder zu reisen.

²³ Vgl. BAG, 2022.

²⁴ Im Jahr 2020 stieg der Anteil an PKW-Reisen z. B. beim Zielgebiet Deutschland an. Da hier ein pandemiebedingter Effekt nicht ausgeschlossen werden kann, wurden diese Jahre nicht in die Untersuchungen einbezogen. Berechnungen auf Basis von Daten der F.U.R. Reiseanalyse 2021.

²⁵ Die Tabelle findet sich in Kania, N., 2022, S. 117.

²⁶ Auf eine ausführliche Darstellung dieser Entscheidungsbäume wird hier aus Platzgründen verzichtet.

Diese Überlegungen könnten insbesondere vor dem Hintergrund der Reichweiten von E-Autos relevant für die Reisenden sein.

Grundsätzlich gilt im Reiseentscheidungsprozess, dass die Wahl des Verkehrsträgers eine eher untergeordnete Rolle einnimmt und vom Reiseziel abhängt.²⁷ Die hier betrachteten Ergebnisse zeigen, dass der Lage Deutschlands „geschuldet“ (sowie zusätzlich der Wohnort innerhalb Deutschlands) mit der Wahl des Reiseziels meist die Wahl auf den PKW fällt.

So fällt innerhalb Europas (insbesondere aufgrund des hohen Aufkommens an angrenzenden Ländern, die Deutschland zu verzeichnen hat), die Wahl deutlich stärker auf den PKW, je näher die Reisenden an diesem Land wohnen.

Aus einer eigenen quantitativen Datenerhebung geht zunächst hervor, dass der Großteil der Probanden den PKW mit Verbrennungsmotor als Verkehrsmittel für die letzten Urlaubsreisen bis 2019 gewählt hat – 62,5 % gaben an, dies häufig getan zu haben, 28,1 % selten. Es zeichnet sich das Bild der Reiseanalyse ab. Ein BEV hingegen wurde nur zu 7 % selten oder häufig genutzt. Das Flugzeug liegt mit 30,2 % (häufig) bzw. 77,8 % (selten + häufig) auf Platz 2 gefolgt von der Bahn mit 26,2 % (häufig) bzw. 70,2 % (selten + häufig).²⁸

²⁷ Vgl. hierzu ausführlich Kirstges, T. H., 2010, Kapitel 6.1.2.2.

²⁸ Vgl. Abbildung 2. Zur Vereinfachung der Darstellung wurden in allen Tabellen und Grafiken zur Umfrage Missings teilweise entfernt, weshalb die Prozentwerte nicht immer zu 100 % kumuliert werden können.

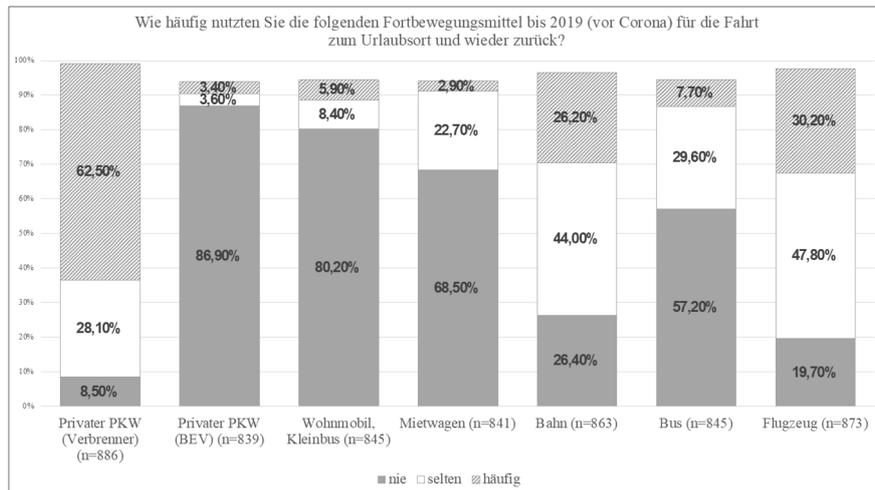


Abb. 2: Verkehrsträger für die Urlaubsreise (Quelle: eigene Darstellung)

Interessant scheint auch, dass trotz des Besitzes eines BEV, dennoch der Verbrenner häufig (47,1 %) genutzt wird.²⁹ Möglicherweise sind dies Personen, die mehrere Fahrzeuge mit verschiedenen Antriebsstoffen besitzen/fahren und (noch) bevorzugt mit dem Verbrenner fahren.

Im Rahmen der empirischen Studie wurde auch detailliert untersucht, wie viele Urlaubsreisen laut F.U.R. in 2019 mit dem PKW in die genannten Länder unternommen wurden und wie viele Probanden gemäß Umfrage sich vorstellen könnten, diese auch mit dem E-Auto zu bereisen. Hier zeigt sich, dass auch Personen ohne E-Auto sich durchaus vorstellen könnten, mit einem solchen insbesondere die an Deutschland angrenzenden Länder sowie Italien zu bereisen. E-Mobilisten haben diese Ziele oftmals schon bereist oder könnten es sich vorstellen. Bei weiter entfernten Zielgebieten, insbesondere Mallorca sowie außereuropäische Länder, ist es für den Großteil der Befragten eher nicht vorstellbar, eine Reise mit E-Auto anzutreten. Tesla-Fahrer können sich dies etwas besser vorstellen.

Diese scheinen sich über alle Länder hinweg eher Reisen in diese vorstellen zu können. Grund hierfür könnte das durch Tesla zur Verfügung gestellte Ladenetz sein. Dies wiederum würde erneut dafürsprechen, dass

²⁹ Vgl. Kania, N., 2022, S. 124.

eine gut ausgebaute und verlässige Ladeinfrastruktur elementar für die Zukunft sein wird.

Aus diesen Daten lässt sich folgern, welche Länder insbesondere relevant für Urlaubsreisen mit dem E-Auto sein könnten/werden.

Dies wiederum kann für die touristischen Akteure in dieser ersten Phase der Customer Journey von Relevanz sein. Abbildung 3 fasst diese Ergebnisse zusammen.

Abb. 3: Relevanz verschiedener Länder für Urlaubsreisen mit dem E-Auto (Quelle: eigene Darstellung)



Aus Tabelle 2 konnte bereits ein Trend zu mehr E-Autos in deutschen Haushalten abgelesen werden. Unter Beachtung einiger Aspekte (wie die der noch bestehenden Hemmfaktoren für den Kauf/Besitz eines E-Autos) ist künftig vorstellbar, dass der PKW weiterhin das beliebteste Verkehrsmittel der Deutschen (auf Reisen) ist, der Verbrenner allerdings vom E-Auto abgelöst wird.³⁰ Dies macht es für die Akteure im Tourismus unabdingbar ihre Angebote dahingehend anzupassen, als dass sie auf diese sich wandelnden Rahmenbedingungen reagieren.

3.2 Während der Reise

An diesem Punkt der Customer Journey ist es für die touristischen Akteure interessant und relevant zu wissen, wie ihre Gäste vor Ort in den Destinationen mobil sein möchten/sind bzw. welche Anreize die Unternehmen/Organisationen selbst setzen können, um bspw. örtliche Mobilitätsangebote (wie z. B. Carsharing o. Ä.) attraktiv zu machen. Eine Betrachtung nach verschiedenen Leistungsträgern mit einer Auswahl an bereits vorhandenen Angeboten soll die Vielfalt der Möglichkeiten darstellen und aufzeigen, dass bereits an Produkten zur Integration der E-Mobilität gearbeitet wird.

Unterkunft: Werden Hotels und entsprechende Buchungsseiten betrachtet, finden sich bereits zahlreiche Beispiele, in denen die E-Mobilität Berücksichtigung findet. So lässt sich bei Buchungsportalen wie Booking.com bereits in der Kategorie „Ausstattung“ nach „Aufladestation für Elektro-Autos“ filtern.³¹ Auch Airbnb bietet in der Kategorie „Zusätzlicher Zugang“ die Möglichkeit nach „Ladestation für Elektrofahrzeuge“ zu filtern.³² Die bereits angesprochenen Tesla Destination-Charger befinden sich zu einem großen Teil ebenfalls in Hotels. Tesla kooperiert hier mit Hotelketten wie Meliá³³ oder den Romantik Hotels³⁴, um dieses Angebot weiter auszubauen. Eine weitere Plattform im Bereich der Hotellerie findet sich mit EmobilHotels, die ausschließlich Hotels mit Lademöglichkeiten

³⁰ Vgl. hierzu ausführlich Kania, N., 2022, S. 47–51.

³¹ Vgl. Webauftritt von Booking.com B.V., 2022.

³² Vgl. Webauftritt von Airbnb Ireland UC, 2022.

³³ Vgl. fvw | TravelTalk, 2018.

³⁴ Vgl. Romantik Hotels & Restaurants AG, 2022.

in Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien integriert.³⁵ Auch für die Gastronomie kann ein entsprechendes Angebot vorteilhaft sein.³⁶

Mietwagen & E-Carsharing: Im Bereich der Mietwagen lässt sich bei bestehenden Anbietern ein Flottenausbau feststellen. So beispielsweise das Unternehmen Hertz, welches mit einer Bestellung von Tesla-Fahrzeugen die Elektrifizierung der Flotte vorangetrieben hat. Auch weitere Anbieter in der Mietwagenbranche wie Sixt³⁷ und Europcar³⁸ verfügen über ein Angebot an E-Autos.

In Verbindung mit der Arbeit von Destination Management Organisationen (DMO) lassen sich bereits viele E-Carsharing Konzepte in den Zielgebieten finden. Beispielfhaft genannt sei hier der Nordsee-Flitzer.³⁹ Derartige Angebote könnten Anreize schaffen, mit dem Zug/Bus anzureisen und dennoch flexibel und unabhängig in der Destination unterwegs sein zu können. Zielgruppe wären hier folglich primär Reisende, die nicht mit dem eigenen PKW anreisen, was für 28,1 % der Reisenden in 2019 für das Reiseland Deutschland galt⁴⁰. Geworben wird mit Stichworten wie „Nachhaltigkeit“ und „Flexibilität“ im Urlaub.⁴¹ So können auch insbesondere ländliche Destinationen gefördert werden⁴² und möglicherweise in ihrer Attraktivität steigen.

Weitere ähnliche Konzepte lassen sich in anderen Destinationen Deutschlands finden. So gibt es neben der Möglichkeit ein E-Auto zu leihen, auch

³⁵ Vgl. TOC Agentur für Kommunikation GmbH & Co. KG, 2022.

³⁶ Vgl. ElektroMobilität NRW, 2019, S. 4 f.

³⁷ Vgl. Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG, 2022.

³⁸ Vgl. EMobG Services Germany GmbH, 2022.

³⁹ Vgl. Die Nordsee GmbH, 2022.

⁴⁰ Eigene Berechnung auf Basis von Daten der F.U.R. Reiseanalyse 2020. Die 28,1 % teilten sich wie folgt auf: 0,4 % Flugzeug, 2,7 % Wohnmobil, 14,6 % Bahn, 8,5 % Bus und 0,8 % Schiff sowie 1,1 % Sonstiges.

⁴¹ Vgl. Die Nordsee GmbH, 2022.

⁴² Vgl. deer GmbH, 2022.

z. B. Bikesharing-Angebote bzw. allgemein Angebote im Rahmen der sogenannten Micromobility.⁴³ SHARE NOW (früher: DriveNow)⁴⁴ zeigte bereits in 2017, dass derartige Angebote einen Treiber für die Elektromobilität darstellen können.⁴⁵ So könnten Personen im Urlaub zunächst auf die E-Mobilität aufmerksam gemacht werden und im Zuge einer positiven Erfahrung, einen E-Auto-Kauf möglicherweise eher in Erwägung ziehen.⁴⁶

Destinationen: Auch in den Zielgebieten selbst werden Anstrengungen für eine stärkere E-Mobilisierung unternommen. Neben den bereits angesprochenen Sharing-Konzepten, kann sich eine Destination künftig zur sogenannten E-Destination entwickeln: „a destination where tourism mobility is based on e-mobility.“⁴⁷ Hier sind zwei Zielgruppen zu betrachten: einerseits Personen, die nicht über ein E-Auto verfügen und über die bereits genannten Anreize der E-Mobilität zugewandter werden und andererseits Personen, die bereits über ein E-Auto verfügen und für die die benötigte Infrastruktur zur Verfügung gestellt werden muss. Hierzu zählen bspw. die bereits genannten Unterkünfte.

Für Destinationen kann das Angebot an Dienstleistungen für E-Mobilisten positive Effekte auf die Wahrnehmung derselben ausüben und eine tendenziell finanzstärkere Kundengruppe anziehen⁴⁸ – ein Stichwort wäre hier „Look & Feel“⁴⁹.

Für E-Mobilisten kann die zur Verfügung stehende Infrastruktur ausschlaggebend für die Wahl der Destination und/oder der Unterkunft sein.⁵⁰

⁴³ Zur Micromobility zählen neben Fahrrädern z. B. auch E-Fahrräder und E-Scooter. Weiterführend zur Bedeutung der Micromobility im Tourismus siehe bspw. Davies, N. et al., 2020.

⁴⁴ Beim Anbieter SHARE NOW handelt es sich um eine Fusion von car2go und dem Joint Venture Drive Now. Vgl. SHARE NOW GmbH, 2022.

⁴⁵ Vgl. fvw | TravelTalk, 2017.

⁴⁶ Vgl. Jin, L./Slowik, P., 2017, S. 8, 15.

⁴⁷ Thimm, T., 2022, S. 25.

⁴⁸ Vgl. TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, 2022.

⁴⁹ Ausführlich hierzu siehe Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI), 2021.

⁵⁰ Vgl. Weißmann, G./Knauf, A., 2022 sowie WTSH, 2018, S. 33.

So geben 85,8 % aller Befragten der bereits zuvor erwähnten, nicht repräsentativen Untersuchung⁵¹ an, Lademöglichkeiten direkt bei der Unterkunft seien (besonders) wichtig, 87,6 % gaben dies für derartige Möglichkeiten im Ort der Unterkunft an und auf der Route gelegene Lademöglichkeiten mit gastronomischen Einrichtungen sehen 85,4 % als (besonders) wichtig an. Abbildung 4 veranschaulicht dies.

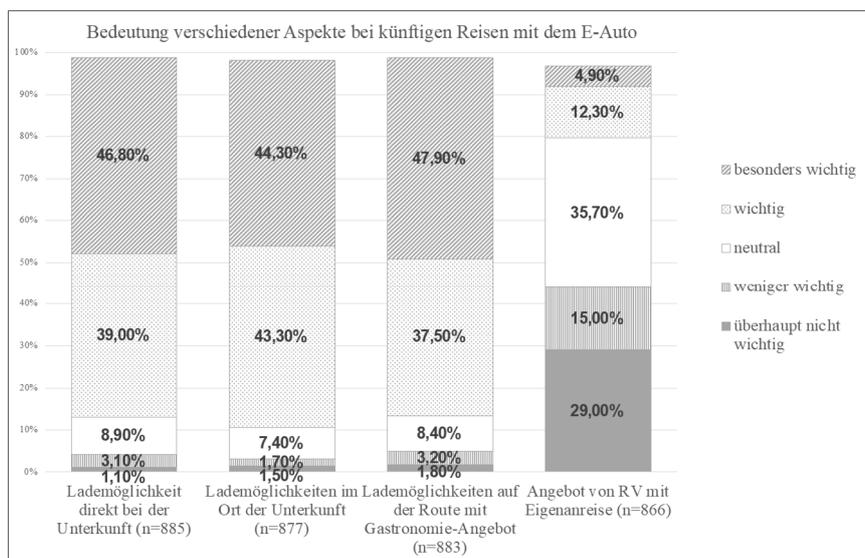


Abb. 4: Bedeutung verschiedener Aspekte bei künftigen Reisen mit dem E-Auto (Quelle: eigene Darstellung)

Dies bestätigt die Notwendigkeit des Ausbaus an Ladesäuleninfrastruktur in den Destinationen und auf dem Weg zu eben diesen. Interessant erscheint, dass ein größerer Anteil an E-Auto-Besitzern neutral ist, wenn es um die Lademöglichkeiten bei der Unterkunft geht.⁵² Dies kann darin begründet liegen, dass diese Fahrer sich auch mit Lademöglichkeiten im Ort begnügen bzw. dies als Mindestanforderung und keinen zwingenden Bedarf bei der Unterkunft sehen.

⁵¹ Ausführlich hierzu siehe Kania, N., 2022, S. 27–29.

⁵² Vgl. Kania, N., 2022, S. 138.

Auch in Bezug auf Besucherlenkung und -beschränkungen in einzelnen Zielgebieten, kann das Fahren/der Besitz eines E-Autos von Vorteil sein, wie es das Beispiel formentera.eco zeigt: eine Fahrzeug-Begrenzung in der Hauptsaison gilt auf der Insel zwar für alle Fahrzeugtypen (gewisse Ausnahmen ausgeschlossen), allerdings werden für Fahrer von E-Fahrzeugen keine Gebühren erhoben.⁵³ Gleichwohl dieses Reiseziel für den deutschen PKW-Urlaub weniger von Bedeutung ist⁵⁴, könnte eine solche Regulierung künftig auch andere Zielgebiete betreffen.

Künftig könnte sich in den Destinationen eine „intermodale und multioptionale [...] Mobilität“⁵⁵ entwickeln, die im Sinne einer E-Destination verschiedene Formen der E-Mobilität und Möglichkeiten durch Digitalisierung (wie künstliche Intelligenz) kombiniert und effizient gestaltet.⁵⁶

Reiseveranstalter: Aus der zuvor zitierten Umfrage geht hervor, dass den Lademöglichkeiten direkt bei der Unterkunft und im Ort der Unterkunft sowie auf der Reiseroute eine größere Bedeutung zugeschrieben wird als einem Angebot von Reiseveranstaltern.⁵⁷

Dem Angebot von Reiseveranstaltern bei künftigen Reisen mit dem E-Auto lassen die Probanden eine – im Vergleich zu den restlichen abgefragten Aspekten – geringere Bedeutung zukommen. Für 44 % der Befragten ist ein solches Angebot aktuell „weniger wichtig“ bis „überhaupt nicht wichtig“, 35,7 % stehen diesem Aspekt eher neutral gegenüber (weil sie vielleicht grundsätzlich keinen Reiseveranstalter in ihre Reiseplanung einbeziehen) und 17,2 % räumen der Thematik eine größere Bedeutung ein, wie Abbildung 4 veranschaulicht.

Diesen Erkenntnissen gegenüber stehen Beispiele aus der Reiseveranstaltung und -vermittlung, die sich mit Selbstfahrerreisen mit Schwerpunkt E-Auto – insbesondere im Sinne einer nachhaltigen Reise – befassen und den Reisenden nahebringen möchten, dass auch längere Urlaubsreisen mit dem

⁵³ Vgl. Consell Insular de Formentera, 2022.

⁵⁴ Vgl. Kania, N., 2022, Kapitel 4.4.

⁵⁵ WTSH, 2018, S. 34.

⁵⁶ Ausführlich hierzu siehe WTSH, 2018, S. 34 f.

⁵⁷ Vgl. Abbildung 4.

E-Auto sehr gut möglich sind: so zum Beispiel WIR.Reisen e.G. mit dem Online-Portal skandinavientrips.de.⁵⁸

3.3 Nach der Reise

In der Phase der Reflexion kann es für die Unternehmen/Destinationen etc. künftig noch relevanter sein, die Gästezufriedenheit auch hinsichtlich der Mobilitätsangebote zu erfragen. Vor dem Hintergrund der Eigenanreise kann dies die Zufriedenheit mit dem Angebot einer ausreichenden Ladeinfrastruktur bedeuten, aber auch hinsichtlich der Annahme von örtlichen E-Mobilitätskonzepten.

4 Zusammenfassung

Die E-Mobilität und damit einhergehend verschiedene Konzepte, Anpassung/Erweiterung von Angeboten usw. haben auch bereits in der Tourismusbranche Einzug gefunden. Künftig werden diese eines weiteren Ausbaus bedürfen, um als Teil der Mobilitätswende einerseits, aber auch in Reaktion zu den (damit zusammenhängenden) sich wandelnden Gästebedürfnissen andererseits den verschiedenen Anforderungen gerecht werden zu können. Gleichzeitig kann die Touristik selbst ein Treiber für einen Wandel in dieser Mobilitätswende darstellen.

Es handelt sich um ein vielschichtiges Thema, in das sehr viele Akteure aus der (Tourismus-)Wirtschaft, aber auch die E-Auto-Branche und Politik involviert sein müssen, um einerseits die von der Politik angestrebten Ziele der E-Mobilisierung zu erreichen und andererseits die Akzeptanz in der Bevölkerung zu erhöhen.

⁵⁸ Vgl. skandinavientrips WIR.Reisen eG, 2022.

Quellenverzeichnis

- Airbnb Ireland UC (2022):** Startseite, <https://www.airbnb.de>, Zugriff: 27.06.2022.
- BAG (2022):** Entwicklung des Modal Split im Personenverkehr in Deutschland in den Jahren 2013 bis 2024 (Anteil der Verkehrsträger), in: Statista, 03.05.2022, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/168397/umfrage/modal-split-im-personenverkehr-in-deutschland/>, Zugriff: 27.06.2022.
- BMVI (Hrsg.) (2021):** AG 2 – Ergebnisbericht, Kundenakzeptanz als Schlüssel für den Markthochlauf der Elektromobilität, Verfasser: NPM, Oktober 2021, Download unter: https://www.plattform-zukunft-mobilitaet.de/wp-content/uploads/2021/10/NPM_AG2_Kundenakzeptanz.pdf.
- Booking.com B.V. (2022):** Startseite, <https://www.booking.com>, Zugriff: 27.06.2022.
- Consell Insular de Formentera (2022):** formentera.eco, ohne Stand, <https://formentera.eco/de/informationen>, Zugriff: 27.06.2022.
- Davies, N./Blazejewski, L./Sherriff, G. (2020):** The rise of micromobilities at tourism destinations, in: Journal of Tourism Futures 2020, 6. Jg., Heft 3, S. 209–212, <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0113>.
- deer GmbH (2022):** Startseite, ohne Stand, <https://www.deer-carsharing.de>, Zugriff: 27.06.2022.
- Die Nordsee GmbH (2022):** Nordsee-Flitzer, ohne Stand, <https://www.die-nordsee.de/nordseeflitzer>, Zugriff: 27.06.2022.
- ElektroMobilität NRW (Hrsg.) (2019):** Ladeinfrastruktur im Gastgewerbe – kurz erklärt. Die Zeit ist reif für Elektromobilität!, Jülich, Juli 2019, Download unter: https://www.elektromobilitaet.nrw/fileadmin/Daten/Download_Dokumente/Broschüren_Flyer/Ladeinfrastruktur_im_Gastgewerbe.pdf.

- EMobG Services Germany GmbH (2022):** Warum ein Elektroauto mieten?, ohne Stand, <https://www.europcar.de/de-de/p/autovermietung/flotte/typ/elektroauto/vorteile>, Zugriff: 27.06.2022.
- Europäisches Parlament (2022):** Pressemitteilung: Fit für 55: Abgeordnete unterstützen Ziel der Emissionsneutralität für neue Autos und Lieferwagen ab 2035, 08.06.2022, REF: 20220603IPR32129.
- F.U.R. e.V. (Hrsg.) (2003–2021):** Rohdaten der Reiseanalysen (RA) 2003–2021, Kiel 2003–2021.
- fvw | TravelTalk (2017):** Treiber für die Elektromobilität, 22.02.2017, <https://www.fvw.de/touristik/verkehr/drive-now-treiber-fuer-die-elektromobilitaet-169454>, Zugriff: 27.06.2022.
- (2018): Seite „Meliá wird Tesla-Partner in Deutschland“, 31.08.2018, <https://www.fvw.de/touristik/veranstalter/elektromobilitaet-meli-wird-tesla-partner-in-deutschland-183222>, Zugriff: 27.06.2022.
- Gartner (2022):** Information Technology Glossar, Stichwort: Electro Mobility (e-Mobility), ohne Stand, <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/electro-mobility-e-mobility>, Zugriff: 27.06.2022.
- Infineon Technologies AG (2021):** Was Sie über Elektromobilität wissen sollten, 07.2021, <https://www.infineon.com/cms/de/discoveries/elektromobilitaet/>, Zugriff: 27.06.2022.
- Jin, L./Slowik, P. (2017):** Literature review of electric vehicle consumer awareness and outreach activities, Working paper 2017-03, The International Council on Clean Transportation, Download unter: https://theicct.org/wp-content/uploads/2021/06/Consumer-EV-Awareness_ICCT_Working-Paper_23032017_vF.pdf.
- Kania, N. (2022):** Veränderungen des Reiseverhaltens der Deutschen vor dem Hintergrund einer zunehmenden E-Mobilisierung von Privathaushalten, Masterarbeit, Jade Hochschule in Wilhelmshaven 2022.
- KBA (2022a):** Jahresbilanz 2021. Zahlen, Daten, Fakten, ohne Stand, https://www.kba.de/DE/Statistik/Fahrzeuge/Neuzulassungen/Jahresbilanz_Neuzulassungen/jahresbilanz_node.html, Zugriff: 27.06.2022.

- **(2022b):** Jahresbilanz 2020. Zahlen, Daten, Fakten, ohne Stand, https://www.kba.de/DE/Statistik/Fahrzeuge/Neuzulassungen/Jahresbilanz_Neuzulassungen/jahresbilanz_node.html, Zugriff: 27.06.2022.
- **(2022c):** Jahresbilanz 2019. Zahlen, Daten, Fakten, ohne Stand, https://www.kba.de/DE/Statistik/Fahrzeuge/Neuzulassungen/Jahresbilanz_Neuzulassungen/jahresbilanz_node.html, Zugriff: 27.06.2022.
- **(2022d):** Anzahl der Neuzulassungen von Personenkraftwagen mit Elektroantrieb in Deutschland nach Modell im Jahr 2021, in: Statista, 08.01.2022, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/209647/umfrage/anzahl-verkaufter-elektroautos-in-deutschland/>, Zugriff: 27.06.2022.
- Kirstges, T. H. (2010):** Expansionsstrategien im Tourismus: Marktanalyse und Strategiebausteine, unter besonderer Berücksichtigung mittelständischer Reiseveranstalter, 4. Auflage, Wilhelmshaven 2010.
- Rizki, M./Syahputri, J./Belgiawan, P. F./Irawan, M. Z. (2021):** Electrifying Tourist Mobility in Bali, Indonesia: Setting the Target and Estimating the CO2 Reduction Based on Stated Choice Experiment, in: Sustainability 2021, 13. Jg., Heft 21: 11656, DOI: 10.3390/su132111656.
- Romantik Hotels & Restaurants AG (2022):** Zusammenarbeit: Romantik Hotels und Tesla Motors laden auf, ohne Stand, <https://www.romantikhotels.com/de/presse/pressemeldungen/zusammenarbeit-romantik-hotels-und-tesla-motors-laden-auf/>, Zugriff: 27.06.2022.
- SHARE NOW GmbH (2022):** Die Geschichte von SHARE NOW, ohne Stand, <https://www.share-now.com/de/de/history/>, Zugriff: 27.06.2022.

- Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG (2022):** Watt tankt der denn? Elektroauto mieten bei Sixt, ohne Stand, <https://www.sixt.de/elektroauto-mieten/#/>, Zugriff: 27.06.2022.
- skandinavientrips WIR.Reisen eG (2022):** Elektroauto-Reisen: Mit dem E-Auto in den Urlaub fahren, ohne Stand, https://www.skandinavientrips.de/e-auto/_86, Zugriff: 27.06.2022.
- Smatrics (2017):** E-Autos: Antriebsarten und Unterschiede, 19.09.2017, <https://smatrics.com/privat/news/antriebsarten-von-elektroautos>, Zugriff: 27.06.2022.
- Thimm, T. (2022):** E-destination: the future of e-mobility in the Lake Constance region, Germany, in: Journal of Tourism Futures 2022, 8. Jg., Heft 1, S. 24–36.
- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (2022):** Warum es sich lohnen kann Ladeinfrastruktur bereitzustellen, ohne Stand, <https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/mobilitaet-im-brandenburg-tourismus-haeufige-fragen-und-ansprechpartner/e-fahrzeugeladestation-co-antworten-rund-um-die-e-mobilitaet-im-tourismus/>, Zugriff: 27.06.2022.
- TOC Agentur für Kommunikation GmbH & Co. KG (2022):** Starseite, ohne Stand, <https://www.emobilhotels.com>, Zugriff: 27.06.2022.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2022):** Tourism in the 2030 agenda, ohne Stand, <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>, Zugriff: 27.06.2022.
- Volkswagen (2022):** Interview mit Prof. Maximilian Fichtner, ohne Stand, <https://www.volkswagen-newsroom.com/de/interview-mit-prof-maximilian-fichtner-7232>, Zugriff: 27.06.2022.
- Weißmann, G./Knauf, A. (2022):** E-Mobilität im Tourismus: Urlaub unter Strom, ohne Stand, <https://www.bayern-innovativ.de/seite/elektromobilitaet-fuer-tourismusregionen>, Zugriff: 27.06.2022.
- Wieler, J. (2021):** Elektroautos im Test: So hoch ist der Stromverbrauch, 22.03.2022, <https://www.adac.de/rund-ums-fahrzeug/tests/elektromobilitaet/stromverbrauch-elektroautos-adac-test/>, Zugriff: 27.06.2022.

WTSH (2018): Elektromobilität und Tourismus in Schleswig-Holstein, Chance für Tourismusbetriebe und Regionen, Kiel 2018, Download unter: <https://cluster-sh.de/de/elektromobilitaet-im-schleswig-holstein-tourismus>.

Zhao, Q. (2018): Electromobility research in Germany and China: structural differences, in: *Scientometrics* 2018, 117. Jg., Ausgabe 1, Heft 26, S. 473–493, <https://doi.org/10.1007/s11192-018-2873-9>.