

Neue Mobilität im ländlichen Raum: Angewandte Elektromobilität – Technologiekonzepte – Mobilitätseffekt: MR Bremen-Oldenburg – Schlussbericht

- Dienstleistungsmarkt • Elektroauto • Elektromobilität • Geschäftsmodell • ländliches Gebiet • Markttrend
- Regionalförderung • Trendanalyse • Wettbewerb • zukünftiger Bedarf

Abstract

Das Vorhaben „Neue Mobilität im ländlichen Raum: Elektromobilität - Technologieeffekte – Mobilitätseffekte“ wurde vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) im Rahmen des Bundesprogramms Modellregionen Elektromobilität gefördert. Ein Anwendungsbereich lag im Feld der Nutzung von Elektromobilität im ländlichen Raum, weil bisher vorwiegend nur Städte für die Umsetzung elektromobiler Konzepte betrachtet wurden und die ländliche Region ein besonderes Profil der Modellregion Bremen/Oldenburg darstellt.



Das Projekt verfolgte das Gesamtziel, die wirtschaftlichen Grundlagen für eine erfolgreiche unternehmerische Umsetzung zur Elektromobilität zu analysieren. Das Vorhaben wurde in die drei Arbeitspakete Marktstrukturen (Analyse), Geschäftsmodelle (Analyse und Konzeption) und Dienstleistungsmarketing (Konzeption) gegliedert.

Das Ziel des Arbeitspaketes "Marktstrukturen" bestand darin, im Rahmen einer Umweltanalyse Einflüsse auf die Entwicklung der Elektromobilität zu untersuchen. Dazu erfolgten die Identifikation und Analyse von Elektromobilitätsmärkten, von strategischen Faktoren (z.B. Kundensegmente und Faktoren der PESTEL-Analyse) und zu erwartender Dynamiken sowie von relevanten Wettbewerbskräften.

Das Arbeitspaket Geschäftsmodelle hatte zum Ziel die Identifikation und Analyse von bereits bestehenden Kundennutzen und Produktdefinitionen, von potentiellen Wertschöpfungsarchitekturen, von Ertragsmodellen sowie von bereits bestehenden und noch zu erstellenden Geschäftsmodellen.

Das Arbeitspaket Dienstleistungsmarketing betraf die Identifikation und Analyse von Dienstleistungsinnovationen der Elektromobilität sowie von Positionierungs- und Marketing-Mix-Strategien. Das Ziel bestand letzt-

lich darin, sowohl die weitere Verbreitung von Technologien zur Elektromobilität zu unterstützen als auch das Risiko eines Marktversagens zu reduzieren.

Im Arbeitspaket Customer Value-basiertes Bewertungsmodell erfolgten die Integration der Teilergebnisse zu einem ganzheitlichen Bild, die Systematisierung der generierten Strategieoptionen und die Überführung in generalisierte Aussagen für eine Kundenwert-orientierte Bewertung.

Autoren und Institution

Jacobs University Bremen, DE

Link zum vollständigen Abschlussbericht

<http://edok01.tib.uni-hannover.de/edoks/e01fb15/828688559.pdf>

Förderkennzeichen

03EM0400F

Partner	Laufzeitbeginn	Laufzeitende	Projektbudget	Fördersumme
Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung e.V.	01.10.2011	30.06.2014	1.353.300 €	1.217.971 €
OFFIS e.V.	01.10.2011	31.03.2014	290.184 €	261.166 €
Verein zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung in der Freien Hansestadt Bremen e.V. (VFWF)	01.10.2011	31.03.2014	200.835 €	180.752 €
H2O e-mobile GmbH	01.10.2011	30.06.2014	635.906 €	381.544 €
Jacobs University Bremen gGmbH	01.10.2011	30.06.2014	315.080 €	283.572 €
Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz GmbH	01.10.2011	30.06.2014	2.294.508 €	2.065.056 €
Universität Bremen	01.10.2011	31.03.2014	588.137 €	588.137 €
T-Systems International GmbH	01.10.2011	31.03.2014	0 €	0 €
AGT Group (R&D) GmbH	01.10.2011	30.06.2012	163.351 €	81.675 €
B2M Software GmbH	01.09.2012	30.06.2014	922.718 €	645.903 €
Gesamt			6.764.019 €	5.705.775 €



Dieser Steckbrief wurde mit Unterstützung der WTI-Frankfurt eG nach wissenschaftlichen Richtlinien zur Dokumentation von Fachinformationen erstellt.