

# Modellregion Elektromobilität 2015

## Endbericht

**Programmsteuerung:**

Klima- und Energiefonds

**Programmabwicklung:**

Kommunalkredit Public Consulting GmbH (KPC)

## 1 Projektdaten

<b>Projekttitle</b>	„elektrisches Gefühl“ der eMobility Jugendfilm für Unterricht und Bildung	
<b>Registrierungsnummer</b>	KR15EM8K12962	
<b>Programm</b>	Modellregionen Elektromobilität Ausschreibung 2015	
<b>Beauftragter</b>	tbw research GesmbH DI Angelika Rauch	
<b>Projektpartner/Subauftragnehmer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cmobility Ingenieurbüro für Verkehrstelematik e.U.</li> <li>• Spirit Design</li> <li>• WIMEN - Verein zur Vernetzung und Stärkung von weiblicher Expertise in den Bereichen Mobilität, Umwelt, Energie und Öffentlicher Raum</li> <li>• ORF</li> <li>• BieM, Bundesinitiative eMobility Austria</li> </ul> <p>LOC: BMVIT, EVN Kooperationspartner: BMBF, BMLFUW</p>	
<b>gewähltes Themenfeld entsprechend Ausschreibungsleitfaden:</b>	3.2	
<b>Projektstart und Dauer</b>	Projektstart: 01.01.2016	Dauer: bis 31. August 2017
<b>Synopsis:</b>		
 <p><b>der Bildungs- und Informationsfilm zur eMobility für Jugendliche, BieM 2017</b></p> <p>Informationsbeschaffung und Informationsaufbereitung sind wesentliche Instrumente um zu Lernen und sich eine Meinung zu bilden. Klima und Mobilität als generationsübergreifende Themen verlangen umfassende und zielgruppenspezifische Informationsoffensiven, um aufzuklären und möglichst breite Bevölkerungsschichten</p>		

auf die Herausforderungen und Optionen der nächsten Jahre vorzubereiten. Einerseits gibt es eine Fülle an Informationen zu den unterschiedlichsten Spezialgebieten, die mit Elektromobilität zu tun haben, andererseits fehlen aber umfassende und verständlich aufbereitete Informationsmöglichkeiten für Erwachsene. Selbst das Internet, als einer der wichtigsten Träger in der Informationsbereitstellung, bietet zum Thema Elektromobilität noch keine ganzheitlich strukturierten Informationen.

Kinder werden heutzutage von Informationen geradezu überschwemmt. Selbst für Erwachsene, im besten Fall schon mit Hintergrundwissen ausgestattet, ist es vielfach auch heute noch eine Herausforderung sich umfassend zum Themenbereich eMobility zu Informieren.

Die Zielgruppe der 14-16jährigen befindet sich in einer Lebensphase, wo oftmals völlig andere Interessen als Lehrinhalte ihr Leben beherrschen. Informationsaufbereitung für Kinder- und Jugendliche muss dies berücksichtigen, um einen Zugang zu Ihnen zu finden. Gerade in dieser Lebensphase wo mobil sprich unabhängig sein einen besonderen Stellenwert hat, werden wichtige Weichen für das spätere Leben gestellt. Die Jugendlichen müssen auch in ihrer Diversität verstanden und abgeholt werden. Das Thema muss für Mädchen und Jungen aus unterschiedlichen sozialen und wirtschaftlichen Verhältnissen gleichermaßen spannend aufbereitet und Inhalte fast nebenbei vermittelt werden.

Die BieM hat 2016 in Kooperation mit dem BMBF und mit Unterstützungspartnern aus der Wirtschaft mit dem Projekt „elektrisches Gefühl“ ein Filmprojekt umgesetzt, welches direkt die Zielgruppe der 14 – 16 Jährigen bedient und als Informations- und Bildungsinstrument eingesetzt werden soll. Neben dem Informationsgehalt und dem Ziel der Bewusstseinsbildung soll der Film auch bei zukünftigen Entscheidungen zur Wahl der Mobilität einen Beitrag leisten. Begleitend wurde zum Film ein „Lehrmittel“ (unterrichtsbegleitendes Material) erarbeitet, welches den Lehrern und Lehrerinnen die Möglichkeit gibt, die Inhalte und die Schlüsse, die der Film vermittelt, im Unterricht zu reflektieren.

Das Projekt zur „Entwicklung eines zielgruppengerechten Filmformats zum Thema eMobility“, das die Erwartungshaltung und Bedürfnisse von LehrerInnen und SchülerInnen gleichermaßen miteinbezieht, beinhaltet auch die Identifikation und Bearbeitung akzeptanzkritischer Faktoren und deren Thematisierung.

### **Ergebnisse / Erkenntnisse:**

„move – strom bewegt“ - ist ein gelungenes Projekt zur Information von SchülerInnen und Jugendlichen im Allgemeinen. Mit diesem 34 Minuten langen Bildungsfilm wurden die grundlegenden Informationen und die Zusammenhänge von Mobilität, Klima und Energie in einer spannenden und verständlichen Form aufbereitet. Damit ist ein wichtiger Meilenstein in der Informationspflicht für SchülerInnen gelungen. Die Unterteilung des Films in drei thematische Module erlaubt es den Unterrichtenden, die Hauptthemenbereiche auch separat im Unterricht zu verwenden. Noch im Zuge der Produktion wurde festgestellt, dass die Entwicklungen rund um den Bereich eMobility jedoch einer hohen Dynamik unterliegen. Aus diesem Grund ist es notwendig, für das Jahr 2020 eine Aktualisierung einiger Inhalte vorzunehmen.

### **Schlussbemerkung: H.K. Schimany, Vorstandsvorsitzender BieM:**

Für das Projektteam war es einerseits eine große Freude an diesem Projekt zu arbeiten, andererseits aber auch eine große Herausforderung. Als Träger des Films konnten engagierte Jugendliche gewonnen werden und für die Fachinformationen ausgezeichnete ExpertInnen. Die Herausforderung bestand darin, eine Brücke zwischen Information und „Unterhaltung“ zu gestalten um die Jugendlichen, neben den vielen Informationen, nicht zu „verlieren“. Die BieM möchte sich an dieser Stelle bei allen PartnerInnen, dem Klima & Energiefonds, allen ExpertInnen und vor allen bei den Jugendlichen und dem Produktionsteam bedanken. Es war ein tolles Projekt und wir freuen uns die Aktualisierung 2020!

## 2 Inhaltliche Beschreibung des Projektes

### 2.1 Kurzfassung

#### 2.1.1 Kurzbeschreibung des Projektes (Ausgangssituation, Ziele, Methoden, Tätigkeiten)

##### **Ausgangssituation:**

Beginnend mit 2008 ist das Thema Elektromobilität bisher eine der nachhaltigsten Initiativen der österreichischen Bundesregierung. Die BiEM (Bundesinitiative eMobility Austria) hat sich dieser Zielsetzung ebenso verpflichtet und unterstützt seit 2013 eine Vielzahl von Projekten und Initiativen zur Bewusstseinsbildung.

Speziell das Informationsangebot für Kinder und Jugendliche steht derzeit jedoch nur unzureichend zur Verfügung. Aus diesem Grund hat sich die BiEM zum Ziel gesetzt, im Speziellen für die Zielgruppe der 14-16-Jährigen, das Thema Elektromobilität in einem neuen Format aufzubereiten.

Die gezielte Information und Ansprache dieser Zielgruppe, über das Medium Film, eingesetzt über den Unterricht, bei Veranstaltungen, soll eine neue Qualitätsstufe in der Bewusstseinsbildung und der kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Mobilität und im Speziellen der Elektromobilität erlauben. Im Zuge des Projekts wurde die „Altersspreizung“ von den ExpertInnen als zu groß eingestuft. Aus diesem Grund wurde für die Kernzielgruppe das Alter von 14 – 16 Jahren festgelegt. Die potentielle „Reichweite“ für den Film in Österreich liegt bei allen Jugendlichen im Pflichtschulalter und im Speziellen in die Altersgruppe 14-16 bei bis zu 250.000 Personen. Über das BMBWF soll dieser Film auch als Lehr- und Informationsfilm an den Schulen gezeigt werden. Entsprechende Unterrichtshilfen (Lehrmittel) werden begleitend erstellt.

##### **Ziel:**

Mit dem Projekt „elektrisches Gefühl“ wurde für SchülerInnen und Jugendliche (14 – 16 Jahre) das Thema „eMobility“ im Format „Doku- und Bildungsfilm“ aufbereitet. Die Herausforderung bestand darin, das Thema trotz hohem Anspruch durch die Technik und der sekundär verbundenen Themen, in einem spannenden und „hyped“ Format zu bringen.

##### **Das Team:**

Das Kernteam des Projektes wurde sehr interdisziplinär zusammengestellt. Neben einem nationalen Verband (BiEM), konnte mit Herrn Hans Hrabal vom ORF unter der Produktionsleitung von Spirit Design, ein anerkannter Spezialist aus dem Bereich Regie und Film verpflichtet werden. Tbw research und Expertinnen des Vereins Wimen brachten die Expertise zu den Themenbereichen Verkehrssicherheit und Gender ein.

Durch die Kooperation des Projektteams mit den Ministerien und der Einbindung von ExpertInnen verschiedener Fachrichtungen konnte ein, auf wissenschaftlicher Basis und den bisherigen aktuellen Erfahrungen aufbauendes, Projekt realisiert werden.



## Keine wirtschaftlichen Ziele:

Analog dem Film „HOME“ von Yann Arthus –Bertrand (2009), wird der Film **kostenlos** an die Distributoren weitergegeben, um ihn auch in Kinos und im Fernsehen zu zeigen. Die Nutzung des Films ist in seiner Originalfassung absolut kostenlos.

## Methode:

Das Projekt wurde grundsätzlich auf Basis eines „klassischen“ Projektmanagements durchgeführt. Daneben wurde auf die künstlerischen und die fachlichen Inhalte sowie die besonderen Anforderungen der Produktion und filmischen Gestaltung Rücksicht genommen. Die definierten Arbeitspakete werden in 2.2 noch genauer dargestellt.

## 2.1.2 Resultate und Schlussfolgerungen

Im vorliegenden Projekt konnte der Anspruch des Projektteams einen Bildungsfilm mit einem „modernen“ Ansatz der Kommunikation realisiert werden. Der Einsatz von Kindern & Jugendlichen, welche einen Großteil der Themen Freude, Spaß, Umwelt und Verantwortung transportieren und die gezielte Einbindung von ExpertInnen machen den Film lebhaft und authentisch. Dem Team kam es in besonderer Weise darauf an, den Kontakt zwischen dem Thema und den Jugendlichen nicht zu verlieren.

- Mit diesem Projekt kann für Kinder & Jugendliche ein wichtiger Beitrag zur Informationsvermittlung geleistet werden.
- Nichtsdestotrotz ist sich das Projektteam aber auch bewusst, dass durch die Herausforderung, einerseits die Jugendlichen nicht zu „verlieren“ und andererseits auch Wissen und Information zugänglich zu machen, ein Mittelweg gegangen wurde.
- Auch das unterrichtsbegleitende Material wird einen wichtigen Beitrag zur detaillierteren Diskussion in der Schule oder in Gruppen leisten.
- Aufgrund der sich abzeichnenden schnellen Entwicklung in der eMobility ist eine Überarbeitung / Aktualisierung des Films für 2020 geplant.



## 2.1.3 Ausblick und Zusammenfassung

Das Projekt ElGef mit dem Endprodukt „move-strom bewegt“ leistet einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung von Schülern und Jugendlichen. Mit „move – strom bewegt“ ist damit ein wichtiger Meilenstein in der Information und Meinungsbildung in dieser Zielgruppe gelungen. Mit der Zielgruppe der 14-16 Jährigen können über 250.000 Personen (SchülerInnen und Jugendliche) angesprochen werden.

Trotz der aufgetretenen Probleme und Verzögerungen durch das krankheitsbedingte Ausscheiden von Herrn Eder konnte ein Wechsel des Produktionsteams durchgeführt und das Projekt erfolgreich zum Abschluss gebracht werden.

Die BieM wird ihrer Aufgabe zur Bewusstseinsbildung auch weiterhin nachkommen. Eine Aktualisierung des Projektes ist aufgrund der fortschreitenden Entwicklungen rund um die eMobility für 2020 geplant.

Auch das damit verbundene unterrichtsbegleitende Material wird 2020 aktualisiert.

Die BieM ist stolz, dieses Projekt im Rahmen der Modellregionsinitiative des Klima & Energiefonds und mit Unterstützung der Partner realisiert zu haben. Wir freuen uns auf die schon angeführte Fortsetzung.

## 2.2 Projektinhalte und Resultate

### 2.2.1 Ausgangssituation / Motivation

Heute, 2017, ist Elektromobilität über die Phase der „Garagenbastler“ und winzigen Kleinwägen aus Skandinavien hinaus. Mittlerweile ist schon eine deutlich wahrnehmbare Anzahl an Modellen auf dem Markt. Mit über 3900 zugelassenen mehrspurigen eFahrzeugen ist zwar noch kein wirklicher Durchbruch erreicht, aber in Zeiten des Verbrauchsbetruges in der Automobilbranche und der deutlich werdenden Klimaveränderung beginnt ein Umdenken in der Bevölkerung. Doch der Weg war kein einfacher. Beginnend mit 2008 wurde die eMobilität zu einem Leitthema der österreichischen Bundesregierung. Für die anwendungsnahe Umsetzung wurde vom Ministerium für ein lebenswertes Österreich und dem Klima- und Energiefonds das Instrument „E-Mobilitätsmodellregionen“ entwickelt und umgesetzt. Über die Leuchttürme der Elektromobilität wurden über das BMVIT eines der wirkungsvollsten nationalen Forschungsinstrumente entwickelt und umgesetzt. Beide Initiativen haben dazu beigetragen, dass Österreich im Bereich der Umsetzung und der F&E einen Spitzenplatz im zentraleuropäischen Vergleich eingenommen hat. Mit den bestehenden 7 Modellregionen Elektromobilität ist es gelungen, dieses Thema für eine breite Bevölkerungsschicht „erfahrbar“ zu machen.

Die BiEM (Bundesinitiative eMobility Austria) hat sich dieser Zielsetzung ebenso verpflichtet und unterstützt seit 2013 eine Vielzahl von technischen Projekten und eine Reihe von Initiativen zur Bewusstseinsbildung.

#### Die Motivation

Neben dem „erfahren“ von eFahrzeugen für Erwachsene und dem Testen von eBikes und eScootern für Jugendliche ist es nun an der Zeit, für SchülerInnen und Jugendliche, im Speziellen für die Zielgruppe der **14-16 Jährigen**, das Thema Elektromobilität in einem neuen Format aufzubereiten. Mit über **250.000 Jugendlichen** in diese Altersgruppe (knapp 3% der österreichischen Bevölkerung) bespielt das Projekt eine Zielgruppe, welche in den nächsten Jahren grundlegende Entscheidungen zu ihrer persönlichen Mobilität treffen wird. In der heutigen Zeit ist auch der Einfluss dieser Zielgruppe auf die Kaufentscheidungen der Eltern nicht mehr zu unterschätzen.

#### Das eingesetzte Instrument

Die gezielte Information und Ansprache dieser Zielgruppe, über das **Medium Film**, eingesetzt bei Veranstaltungen und im Unterricht, soll eine neue Qualitätsstufe in der Bewusstseinsbildung und der kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Mobilität und im Speziellen der Elektromobilität erlauben. Die potentielle „Reichweite“ für den Film in Österreich liegt bei über 420.000 Kindern und Jugendlichen, in der Altersstufe 14-16. Durch die Kooperation mit dem ORF wird diesem Film auch die Möglichkeit der Verbreitung über das Fernsehen eingeräumt. Über das BMBF soll dieser Film auch als Lehr- und Informationsfilm an den Schulen angeboten werden. Entsprechende Unterrichtshilfen (Lehrmittel) wurden begleitend erstellt.



## Der Sekundäreffekt

Heute sind Kinder viel mehr an Kaufprozessen beteiligt als dieses noch in den 80er oder 90er Jahren der Fall gewesen ist. Auch dieses Potential der Meinungsbildung und der Einflussnahme an den Kaufentscheidungen der Eltern ist von prioritärem Interesse. „Als ich ein Kind war, durfte ich nicht mal bei der Farbe des Autos mitreden - die Kids von heute haben da schon einen ganz anderen Einfluss.“ (Quelle: Studie KidsVerbraucherAnalyse 2014 / KidsVA).

## 2.2.2 Projektziele

Mit dem Projekt „elektrisches Gefühl“ soll für Kinder und Jugendliche (12 – 16 Jahre) das Thema „eMobility“ im Format „Doku- und Bildungsfilm“ aufbereitet werden. Die Herausforderung bestand darin, das Thema trotz hohem Anspruch durch die Technik und der sekundär verbundenen Themen, in einem spannenden und „hype“ Format zu bringen.

### Die Kernthemen & der Themenbogen:



Abbildung 1 Themenbogen

Rund um das Kernthema „Elektromobilität“ stellen die Themen Energie und Klima sowie neue Mobilität und „Generationenverantwortung“ das inhaltliche „Gerüst“ der Story dar. Verwoben mit den bisherigen Erkenntnissen der Modellregionen, den Best Practice Beispielen aus Österreich und wichtigen internationalen wissenschaftlichen Informationen, wurde ein dynamisches Informationsprojekt für die anzusprechende Zielgruppe entwickelt.

### Wirtschaftliche Ziele:

Der Film wird kostenlos an die Distributoren weitergegeben. Er ist verfügbar für Schulen, Gemeinden und für NGOs. Damit soll ein möglichst breites Publikum in der Zielgruppe 12-16 Jahre, ohne finanzielle Barriere, erreicht werden.

## Setting:

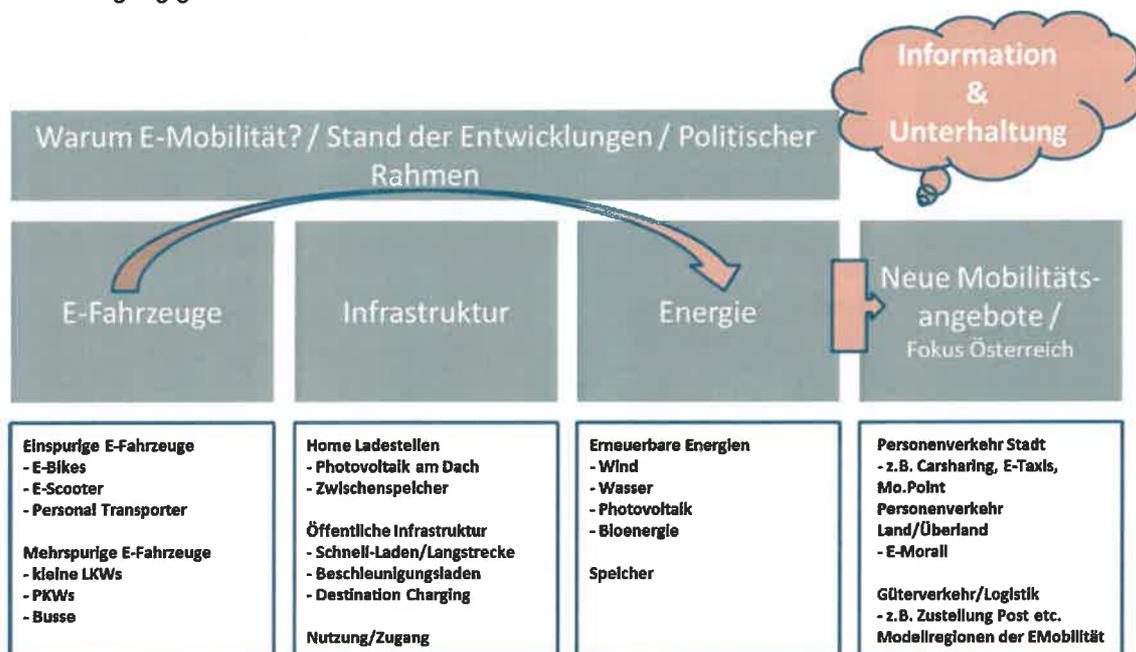
- Zum Einsatz im Unterricht und bei Veranstaltungen
- Altersstufe: zwischen 14 und 16 Jahren
- Fächer: Physik, Biologie und Umweltkunde, Geographie und Wirtschaftskunde, Bildnerische Erziehung, Ethik und Religion, Politische Bildung
- Themen: Elektromobilität, Energie, Generationenverantwortung, Globalisierung, Natur, Knappheit von Rohstoffen und Ressourcen
- Hype und Informativ

Neben der professionellen Recherche und Aufbereitung zum Thema standen auch drei besondere

## Schwerpunkte in der Aufbereitung im Vordergrund:

- gendersensible Aufbereitung des Technologiethemas
- Verkehrssicherheit
- Diversity gerechter Anspruch

Neben dem Filmprojekt an sich wird auch ein begleitender Lehrbehelf für LehrerInnen erarbeitet und zur Verfügung gestellt.



## Das Team:

**Die BieM**, gegründet 2013, engagiert sich in Projekten und Öffentlichkeitsarbeit rund um das Kernthema eMobility.

Die BieM wirkt in unterschiedlichen derzeit laufenden Projekten mit (Auszug):

- Modellregionsprojekt B2B eSharinglösung für Bürokomplexe
- Erstellung eines Leitfadens für das Laden im Gebäudeverbund
- Symposien zum Thema eMobility und Gemeinden in NÖ und der Steiermark
- Testfahrten mit eFahrzeugen in Wien
- Symposien und Informationsabende zum Thema Implementierungshilfen für die eMobility
- Projekte zum Thema eMobility und der Einsatz in der Logistik
- Inhaltliche und fachliche Unterstützung des Leitkongresses EI Motion

- Modellregionsprojekt zur Entwicklung und Erprobung einer Notladeeinheit für den Pannendienst

Die **tbw research** ist seit 2009 maßgeblich an wichtigen intermodalen eMobilityprojekten in Österreich beteiligt:

- eMORAIL I & II
- SMILE
- emobil bringt's
- e4share
- eTaxi Wien

## **Spirit Design**

Die Spirit Design - Innovation and Brand GmbH (kurz Spirit Design) ist ein österreichisches Designunternehmen. Zu den Kunden zählen renommierte Marken und Unternehmen, unter anderem die Deutsche Telekom, der Flughafen Wien, die Mobilkom Austria, die Österreichische Mineralölverwaltung (OMV), die Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB), Red Bull, Siemens sowie die Telekom Austria. Für seine Leistungen hat Spirit Design zahlreiche in- und ausländische Auszeichnungen für Product Design und Corporate Design erhalten.

Im Projekt verantwortlich für:

- Erstellung Grobkonzept
- Ausarbeitung Treatment
- Produktion

Spirit Design unterstützt Unternehmen auf drei Ebenen: bei der Innovation des Geschäftsmodells, bei der Umsetzung von Innovationen und Marken – von der Idee bis zum Marktlaunch und bei den begleitenden Prozessen.

## **cmobility, Ingenieurbüro für Verkehrstelematik e.U.**

cmobility wurde 2012 als Ingenieurbüro für Verkehrstelematik gegründet.

Der Kundenkreis von Center-Mobility setzt sich aus öffentlichen und privaten Auftraggebern in den Bereichen eMobility, Infrastruktur, Mobilität, Verkehrstechnik, Finanzierung, Energie, und dem Sektor Forschung zusammen.

Projektauszug:

- I2-ÖPNV
- eMORAIL (Startphase)
- ROLOP
- ZEUS 2020
- B2B eSharinglösung Rivergate

## WIMEN - Verein zur Vernetzung und Stärkung von weiblicher Expertise in den Bereichen Mobilität, Umwelt, Energie und Öffentlicher Raum

Das WIMEN Netzwerk und der WIMEN Verein besteht aus Fachfrauen, die sich mit ihrer beruflichen Expertise vernetzen und austauschen. WIMEN ermöglicht und bietet einen Freiraum, um Positionen zu erarbeiten, zu reflektieren und weiterzuentwickeln. WIMEN ist thematisch fokussiert auf die Bereiche:

- Energie
- Mobilität
- Öffentlicher Raum
- Umwelt
- Gender

### Die Kooperationen

Durch die Kooperation des Projektteams mit den Ministerien und der Einbindung von ExpertInnen verschiedener Fachrichtungen wird eine hohe Qualität in der Umsetzung und eine breite Distribution der Produktion ermöglicht. Auch die bisherigen Erkenntnisse und Best Practice Erfahrungen der laufenden Modellregionen werden im Projekt berücksichtigt und finden Eingang.



### 2.2.3 Tätigkeiten im Rahmen des Projektes inklusive methodischem Zugang

#### Aufbau & Methode:

Grundsätzlich wurde das Projekt auf der Basis eines linearen Projektmanagements mit Iterationsschleifen (Abnahmeprozess) aufgesetzt und durchgeführt.

Ein weiterer wichtiger Baustein im Projekt war das Themensetting. Dieses Setting spannt den Bogen über die eMobility und die Kontextinformationen:



Um aus den vielen visuellen Zugangswegen bereits im Vorfeld den Effizientesten herauszufinden ist, war bei dieser Aufgabenstellung auch im Hinblick auf Kosteneffizienz die Erstellung eines exakten Drehbuchs unabdingbar. Daher gliedert sich die Umsetzung des Filmprojekts über eMobility in diese 4 Phasen:

## 2.2.3.1 eMobility Phase 1 – Projektmanagement

### Projektinformation

- Kommunikation zur Förderstelle (Erstellung Abrechnung und Berichte)

### Projektkoordination

- Koordination des Konsortiums über alle Phasen
- Koordination von Terminen und Aktivitäten
- Kontrolle des Projektzeitplans (Regelmäßige Aufbereitung und Überprüfung der Projektfortschritte im Projektteam) Projektadministration
- Anwendung geeigneter Projektmanagementtools (MS-Project)
- Erstellung, Vorbereitung und Kontrolle des Berichtswesens und Projektkostenrechnung
- Dokumentation der Ergebnisse / Schlussbericht

## 2.2.3.2 eMobility Phase 2 - Festlegung der Parameter zur Drehbucherstellung

- Workshopreihe mit den Partnern und Expertzur Festlegung der charakteristischen Spezifika & No Go's
- Abklärung und Optimierung der Vermittlungsabsicht mit einem Medienpsychologen
- Festlegung der filmischen Erzählstruktur in verknüpften Einzelmodulen oder als durchgängige Filmrezeption
- Festlegung der filmischen Bildsprache da die Form über den Inhalt bestimmt Clipcharakteristik von Popvideos mit autodidaktischen Zwischenteilen oder ModeratorInnen mit Einzelbeiträgen
- Erstellung der Leitcharakteristik des eMobility Projekts: Mottos einer Generalüberschrift

## 2.2.3.3 eMobility Phase 3 - Ausarbeitung des Drehbuchs mit Abnahme und Korrektur der Storyline

- Erstellung eines finalen Rohdrehbuchs für die Rohkalkulation mit der Festlegung aller produktionstechnisch relevanter Bestandteile, wie Locations Grafik Animationen und Special Effects
- Vonseiten der beauftragten Filmproduktion erfolgten anschließend Meetings zur Festlegung der Qualitätsstandards von Film und Grafik bzw. Vorgabe von Set Design grafischen Layout und Musik
- Präsentation und Abnahme der Storyline des Rohdrehbuchs unter allen Partnern
- Einleitung von notwendigen Adaptionen und Korrekturen zur Erstellung des Drehbuchs
- Endabnahme des Drehbuchs und Ende der Kreativphase

## 2.2.3.4 eMobility Phase 4 - Umsetzung, Ausspielung und Nachbearbeitung

- Anlaufen von entsprechender Pressearbeit
- Realisation des eMobility Projekts von der beauftragten Filmproduktion laut den Drehbuchvorgabenv

- Abnahme des Rohschnitts in der 80% Fassung mit Freigabe der Partner und ExpertInnen zur Finalisierung
- Einarbeitung der Korrekturwünsche
- Postproduction und Sprachaufnahme mit anschließender Endabnahme der Partner
- Gesamtfertigstellung des eMobility Projekts

## 2.2.4 Resultate & Meilensteine

Das fertige Projekt entspricht den gesetzten Zielsetzungen in Bezug auf Wissensvermittlung und „hyper“ Darstellungsform. Es ist gelungen, die Anforderungen an Bildung, Unterhaltung und Spannung im Film zu vereinen. Ebenso wurden im Film die Gleichstellung zwischen Frauen und Männern besondere Beachtung geschenkt. In allen Planungs- und Entscheidungsprozessen wurden von vornherein Gleichstellungsaspekte beachtet und in der Umsetzung wurde diese Verantwortung nachhaltig wahrgenommen.

Im Film wird eine Reihe an Botschaften von den Jugendlichen direkt transportiert. Die Bereitschaft, die Freude und die Authentizität der Jugendlichen haben sehr viel zum Gelingen des Projektes beigetragen. Überhaupt ist der Ansatz, Jugendliche für Jugendliche erzählen zu lassen, von besonderer Bedeutung für die Kommunikation in dieser Zielgruppe. Die Auswahl und die Betreuung der Jugendlichen wurden durch tbwr durchgeführt.

### Als besonderer Meilensteine darf angeführt werden:

- Restart des Projektes nach dem krankheitsbedingten Ausfall von Herrn Eder mit Spirit Design
- Erstes Zusammentreffen der Jugendlichen im Rahmen der eMobility Tage in NÖ
- Freigabe Setting und Drehbuch
- Freigabe Rohschnitt

## 2.2.5 Schwierigkeiten bei der Zielerreichung

Die größte Schwierigkeit im Projekt bestand im großen Zeitverzug. Ausgelöst durch die Erkrankung von Herrn Eder und das krankheitsbedingte Ausscheiden aus dem Projektteam, musste ein Ersatz für den gesamten Bereich der Produktion gefunden werden.

Mit der Verpflichtung der Spirit Design konnte ein kompetenter Partner gefunden werden und das gesamte Projekt neu aufgesetzt und gestartet werden.

## 2.2.6 Projekt- „Highlights“

Als besonderes „Highlight“ muss hier die Arbeit mit den Jugendlichen angeführt werden. Alle beteiligten Mädchen und Jungs haben mit viel Eifer und viel Freude das Projekt unterstützt! Sie sind maßgeblich am Gelingen des Projektes beteiligt und ihre Authentizität trägt die Information und den Spaß an der Sache.

Besonderer Dank gebührt aber auch unserer Unterstützungspartner und den ExpertInnen – ohne diese Unterstützung wäre das Projekt nicht realisierbar gewesen.

Ein weiteres Highlight war die Verpflichtung von Spirit Design, welche den „restart“ ermöglichte. Spirit Design paarte Kreativität mit professioneller Produktion und trug mit hoher Kompetenz und Einsatz diese Herausforderung.

## 2.2.7 Begründung von Abweichungen zum Antrag

Durch das krankheitsbedingte Ausscheiden von Herrn Eder war das Projekt in höchstem Maß gefährdet. Diese Änderung traf das Projekt genau im Übergang zwischen AP2 & AP3. Die Suche nach einem neuen Kreativpartner, welcher auch die Produktion managen konnte war für das Projektteam nicht einfach. Mit Spirit Design konnte jedoch ein kompetenter Partner gefunden werden. Diese neue Konstellation hat auch den „restart“ des Projektes ermöglicht. Dadurch kam es zu einer Verzögerung von 8 Monaten.

AP 1 PL & Projektmanagement			
<b>Start / Ende:</b>	01/2016 – 12/2016	<b>Aufwand / Kosten:</b>	12.212 Euro ohne Reisekosten Netto (ohne USt.)
<b>Lead:</b>	cmobility		
AP 2 Festlegung der Parameter zur Drehbucherstellung			
<b>Start / Ende:</b>	01/2016 – 04/2016	<b>Aufwand / Kosten:</b>	10.747 Euro ohne Reisekosten Netto (ohne USt.)
<b>Lead:</b>	Nikolaus Eder		
<b>Mitarbeit:</b>	Wimen, tbw, BMLFUW, Klimafonds, BiEM, Psychologe		
<b>Krankheitsbedingter Ausfall von Herrn Eder</b>			
<b>Suche nach neuen Kreativ- und Produktionspartner</b>	Verpflichtung von Spirit Design als neuen Partner		
AP 3 Ausarbeitung des Drehbuchs mit Abnahme und Korrektur der Storyline			
<b>Start / Ende:</b>	04/2016 – 07/2016	<b>Aufwand / Kosten:</b>	17.867 Euro ohne Reisekosten Netto (ohne USt.)
<b>Neu:</b>	- 04/2017		
<b>Lead:</b>	<del>Nikolaus Eder</del>		
<b>Zu Spirit Design</b>	Mitarbeit: BiEM, Wimen, tbw, Experten (Ministerien), Psychologe		
AP 4 Umsetzung, Auspielung und Nachbearbeitung			
<b>Start / Ende:</b>	07/2016 – 12/2016	<b>Aufwand / Kosten:</b>	41.328 Euro ohne Reisekosten Netto (ohne USt.)
<b>Neu:</b>	- 08/2017		
<b>Lead:</b>	<del>Nikolaus Eder</del>		
<b>Zu Spirit Design</b>	Mitarbeit: BiEM, Experten, Ministerien, Klimafonds, Wimen, tbw		

## 2.3 Schlussfolgerungen und Empfehlungen aus den Resultaten

Trotz der Verzögerungen ist es dem Team gelungen, das Projekt erfolgreich abzuschließen. Nach dem Projektende und der Abschlussbesprechung des Projektteams kann festgehalten werden:

- Auch bei Erschütterungen im Projekt ist das Vertrauen und die Bereitschaft der Projektpartner ausschlaggebend ob ein Projekt noch weitergeführt werden kann.
- Das war im vorliegenden Projekt gegeben.
- Diese verursachten Mehrleistungen kann kein Geld der Welt ausgleichen – das bedeutet auch, dass die Partner mit viel persönlicher Überzeugung an das Projekt geglaubt haben und auch bereit waren, viele eigene Ressourcen und unentgeltliche „Runden“ zu drehen.
- Diese „Emotion“ kann das fertige Produkt nur zum Teil widerspiegeln – ist klingt aber sachte zwischen den Einstellungen, im Treatment und im Einvernehmen der Crew durch.

## **Fachliche Empfehlungen:**

- Eine wichtige Empfehlung liegt im Ansatz Jugendliche für Jugendliche! Schüler und Jugendliche erzählen anderen Schülern und Jugendlichen.
- ExpertInnen sind nur so gut, wie sie authentisch und frei über das Themengebiet erzählen können. Das wirkt zwar nicht immer wie im „Kino“ ist aber viel glaubwürdiger.
- Nicht zuletzt bestand eine wichtige Herausforderung im Bau einer Brücke zwischen Information und Spannung.

## **Empfehlung für ähnliche Projekte:**

- Explizites Timemanagement und nicht mit Themen/Sprecher/ Beispielen überlasten!
- Fokussieren auf die wichtigen Inhalte die vermittelt werden sollen!
- Kürzen, kürzen, kürzen – ein solches Filmprojekt DARF NICHT zu lange sein (30 Min.)!
- Zielgruppe erklärt Zielgruppe!
- Unterrichtsbegleitendes Material darf nicht fachlich überlastet sein – Spielraum für die Lehrer lassen!
- Vertrauen und Kompetenz als Voraussetzung für eine erfolgreiche Realisierung!

## **2.4 Ausblick**

Aufgrund der „rasanten“ Entwicklungen im Bereich der eMobility und aller damit verbunden Branchen und Bereiche ist eine Aktualisierung einzelner Segmente im Film für 2020 geplant.

Betroffen sind davon die Themenbereiche:

- Reichweite
- Ladeleistungen / Ladenetze
- Neue Mobilitätskonzepte
- Recycling

Der Film wird über alle Kanäle der BiEM und der Partner für den Download frei zur Verfügung gestellt. Ebenso wird der Film ab Ende September am Medienserver des Unterrichtsministeriums als Lehrbehelf für alle Schulen aufliegen.

Die BiEM und das Projektteam freuen sich über das gelungene Werk und auf die Aktualisierung 2020.

Mein Dank gilt abschließend dem Klima & Energiefonds für das Vertrauen in das Projekt, den Unterstützungspartner die die vorliegende Umsetzung erst möglich gemacht haben und der tbwr sowie dem Produktionsteam rund um die Spirit Design. Besonderer Dank gebührt den Schülern und Jugendlichen für ihre Freude und ihren Einsatz!

Helmut-Klaus Schimany, MAS,MSc  
Vorstandsvorsitzender der BiEM  
Bundesinitiative eMobility Austria

## Auswertung

### Publikationen:

Die erste Veröffentlichung des Films wird im Rahmen der PRÄSENTATION des FAKTENCHECK E-MOBILITÄT, am Donnerstag, 7. September 2017, 16:30 bis 18:30 Uhr in den Räumen des Klima- und Energiefonds, Gumpendorfer Straße 5/22, 1060 Wien erfolgen.

In der Folge wird der Film am Medienserver des Unterrichtsministeriums allen Schulen / Lehrer zur Verfügung gestellt.

Ebenso ist der Film als Download auf der Homepage der BieM und auf den Homepages und YouTube Kanälen aller Partner ab diesem Datum (07. September 2017) verfügbar.

**Der Film wird völlig kostenfrei – in seiner Originalfassung – überall und für jede Person, Organisation oder Unternehmen zur Verfügung gestellt!**

### Weitere Dokumente:

- Lehrbehelf (Unterrichtsbegleitendes Material)
- Drehbuch
- Der Film:
  - Trailer
  - Ganzer Film
  - 3 separate Kernmodule

## 3 Unterschrift

Hiermit wird bestätigt, dass der Endbericht vollständig ist und von den Projektpartnern freigegeben wurde sowie vom Auftraggeber veröffentlicht werden kann.

Wien, 20.09.2017

Ort, Datum

  
tbw  
RESEARCH  
tbw research GmbH  
Schönbrunner Str. 27  
1120 Wien  
www.tbwresearch.org

Unterschrift und Stempel des Beauftragten

DI ANGELIKA RAUCH

