



Veni, vidi, vici..

Editorial von Christian Heep, Vorstand Marketing im Bundesverband eMobilität und Chefredakteur der NEUEN MOBILITÄT

Weitere Informationen, Fachartikel und Statements zum Thema strategisches Marketing für eine Neue Mobilität finden Sie im Themenschwerpunkt »Marketing und Medien« ab Seite 61. Lesenswert..!

Die Herausforderung einer realistischen Mobilitäts-Umstellung auf elektrische Antriebsarten auf Basis Erneuerbarer Energien und ein generelles Umdenken in Bezug auf unsere Individualmobilität stellt uns vor komplexe Aufgaben, die nur gemeinsam mit allen relevanten Branchenteilnehmern, Wirtschaft, Politik, Verbänden, Medien und insbesondere dem Votum der Öffentlichkeit eine zeitnahe Umsetzung erfährt.

Hier gilt es, möglichst große Schnittmengen zu bilden und diese mit weiteren, begleitenden Aspekten perspektivisch und nachhaltig in Einklang zu bringen: Klima- und Umweltschutz, Ressourcenschonung und weniger Abhängigkeit insbesondere vom knapper und immer teurer werdenden Öl, saubere Luft und leisere Städte vor allem in den Ballungsräumen. Gleichzeitig geht es mit einem besonderen Augenmerk auf einem globalen Marktplatz aber auch um wirtschaftliche Aspekte in Bezug auf unsere Wertschöpfung - und die verhält sich direkt proportional zum Wohlstand in Deutschland und Europa. Somit reden wir am Ende nicht nur von einer nachhaltigen Neuen Mobilität, sondern über den Erhalt und die Schaffung neuer, zukunftsfähiger Arbeitsplätze.

Wir haben also zwei übergeordnete Ziele: Elektromobilität und eine möglichst hohe Beteiligung heimischer Unternehmen. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern zeigen wir ein umsetzungsfähiges und nachhaltiges Konzept für eine Neue

Mobilität auf und wirken entsprechend an der Umsetzung dieser Zielformulierung mit.

Dazu benötigen wir eine starke politische und mediale Sichtbarkeit. Aus diesem Grund richten wir unsere Aktivitäten ständig an diesem strategischen Fokus aus. So sind zum Beispiel der Aufbau des parlamentarischen und wissenschaftlichen Beirats, die Aktion »Wir elektromobilisieren den Bundestag« oder »Frühstück bei Tiefensee«, die Europa-Sektion mit Dr. Ingo Friedrich als Repräsentant in Brüssel, die Beschäftigung mit den Schaufensterbewerbungen, unsere Roundtable, die Stammtische, politische Hintergrundgespräche und Teilnahme an Lenkungsreisen wichtige Bausteine, die in der Kommunikation dazu beitragen, uns politisch zu verzahnen und unsere Sichtbarkeit in diesem Bereich erhöhen.

So kommt es, dass auch Landtage unsere emobilen Aktionen einsetzen und wir uns mit den Landesvertretungen regional besser verorten können, unser Präsident im Rahmen einer Delegationsreise mit Dr. Ramsauer nach Japan flog, wir mit einigen Mitgliedern beim Deutschen Botschafter und beim Minister auf Malta waren oder auf der Automechanika in Shanghai. Wir erfahren verstärkt Aufmerksamkeit von unseren europäischen Nachbarn und den Botschaften, Gespräche auf ministerialer Ebene und Einladungen zu Vorträgen nehmen deutlich zu und in Summe werden wir inzwischen

als respektierter Verband von Politik und Medien anerkannt, zitiert und bei Fachfragen und Statements angefragt.

Sonderbeilagen und Medienkooperationen im Handelsblatt, der FAZ, der Zeit oder der Financial Times mit 6-stelligen Auflagen schaffen eine mediale Wahrnehmungsebene. Unsere Neue Mobilität informiert 4 mal im Jahr mit insgesamt bereits über 700 Seiten redaktioneller Fachbeiträge und Interviews zumeist aus den Reihen unserer Mitglieder. Fast täglich kommen neue Abonnenten hinzu. Unsere XING-Gruppe zählt inzwischen über 2.000 interessierte Mitglieder, wir haben eine App und einen Newsbereich, der tagesaktuell gepflegt wird, wir sind auf Facebook, haben einen eigenen YouTube-Kanal, Google+ und natürlich twittern wir. 2 mal im Monat erscheint unser Newsletter für über 6.000 Empfänger, unser PageRank liegt bei 5 und unsere Webseite ist bis dato 157.490 Mal besucht worden - weit über 500.000 Seitenaufrufe..

Im Rahmen unserer Gemeinschaftsstände auf der eCarTec, E-world, Clean Tech World, Michelin Challenge Bibendum, CEP, Lebenswelt Elektromobilität sowie unserer Präsenz und Medienpartnerschaften auf vielen Kongressen, Symposien, Fachveranstaltungen und anderen Events haben wir einige hundert Gespräche geführt, aus denen sich bereits viele neue Kontakte und Projekte ergeben haben. In der Folge führen all diese Aktionen, Social Media Aktivitäten und Cluster-Effekte

zu weiteren Unterstützern, größerer Aufmerksamkeit und einem ständig wachsenden Netzwerk, dass wir brauchen, um die Neue Mobilität in der Gesellschaft zu verankern und unsere Mitglieder erfolgreich untereinander zu vernetzen.

Diese eigendynamischen Prozesse sind der Grund unserer strategischen Marketingbemühungen mit dem Ziel, uns den notwendigen Einfluss zu verschaffen, um mit der Gemeinschaft einer ganz neuen Branche unsere Zukunft nachhaltig zu verändern und dabei Wirtschaftlichkeit und Umwelt gleichermaßen zu berücksichtigen.

Wenn wir unsere Netzwerke sinnvoll einsetzen und weiter ausbauen, wenn sich alle aktiv einbringen, können wir in Kooperation und Synergie viel bewegen. Und dann ist auch unsere Zielvorgabe von 4,5 Millionen Elektrofahrzeugen bis 2020 durchaus realistisch. Aber nur, wenn wir das auch wirklich wollen, uns unserer Verantwortung bewusst werden und unsere Einflussmöglichkeiten auf allen Ebenen nutzen.

Lasst uns Tatsachen schaffen und im Sinne einer vielversprechenden Neuen Mobilität siegreich sein. Vielen Dank für Ihre Unterstützung und viel Spaß beim Lesen..

Christian Heep
christian.heep@bem-ev.de