

Zeitschrift: Energieia : Newsletter des Bundesamtes für Energie
Band: - (2017)
Heft: 6

Artikel: "Wir werden umdenken"
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-730857>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«WIR WERDEN UMDENKEN»

Er gilt als Carsharing-Pionier: 1987 hat Conrad Wagner die ATG AutoTeilet Genossenschaft gegründet, die zehn Jahre später mit ShareCom im Unternehmen Mobility aufging. Heute ist er überzeugt denn je von der Carsharing-Idee und denkt, dass das Privatauto langfristig verschwindet.

«Wir waren eine nachbarschaftliche Gruppe, alle unter 30 Jahre und mitten in der aufkommenden Ökologie-Bewegung», erklärt Conrad Wagner die Umstände, die zur Gründung der ATG AutoTeilet Genossenschaft führten. Mit der Idee von mehr Ressourceneffizienz im Kopf startete er in Stans (NW) das Projekt, das heute unter dem Namen Mobility der Inbegriff für Carsharing in der Schweiz ist. Neben der Kosteneffizienz stand die effiziente Nutzung des Raums im Zentrum der ATG. «Ein Auto, das nicht steht, braucht keinen Raum zum Parkieren, der viel kostet», erklärt Wagner.

Mehr Mobilität, weniger Verkehr

Wagner ist nach wie vor begeistert von der Carsharing-Idee, auch wenn es heute auf 4,6 Millionen Fahrzeuge in der Schweiz lediglich 3000 Carsharing-Autos gibt. «Wir werden umdenken», ist Wagner überzeugt. «Die Infrastruktur von Privat- und Kollektivverkehr platzt in den Hauptverkehrszeiten aus allen Nähten. Ausserhalb dieser Zeiten hingegen sind Strassen und Züge halb leer. Trotzdem wird weiter ausgebaut, was sehr hohe Kosten mit sich bringt und noch mehr Verkehr generiert.»

Wagner plädiert darum für neue Konzepte, die die Effizienz der bestehenden Infrastruktur erhöhen und mehr Mobilität ermöglichen. «Ein Erfolgsrezept sehe ich darin, das Privatauto öffentlich zugänglich zu machen und die Auslastung dadurch zu erhöhen (siehe Kasten). In der Schweiz sind Ansätze dazu vorhanden – weltweit hat Uber vorgemacht, wie das geht – andere wie Google und Amazon werden nachziehen.» Wagner geht soweit, dass er das Verschwinden des Privatautos prognostiziert. «Internet und Smartphones haben die Entwicklung in diese Richtung erst



Quelle: Ruedi Steiner

möglich gemacht», so Wagner. Aber auch in finanzieller Hinsicht wird die effiziente Nutzung der Fahrzeuge zentral werden: «Durchschnittlich wird das Privatauto eine Stunde pro Tag gebraucht – das ist pure Geldverschwendung.»

«Durchschnittlich wird das Privatauto eine Stunde pro Tag gebraucht – das ist pure Geldverschwendung.»

Conrad Wagner, Carsharing-Pionier

Der E-Mobilität gehört die Zukunft

Aus diesem Grund sieht Wagner auch grosses Potenzial für Elektroautos.

«E-Fahrzeuge können als Speicher von erneuerbarem Strom, z.B. von der PV-Anlage auf dem Dach, ins Gebäudesystem integriert werden – das ist für Elektrizitätswerke (EW) sehr interessant, und ich gehe davon aus, dass immer mehr EWs in Zukunft darauf setzen werden.» Die Nutzungszeit des Autos als Speicher und als Fahrzeug erhöht sich damit auf bis 24 Stunden am Tag. «Die Ideen für eine viel effizientere und kostengünstigere Mobilität sind vorhanden», ist Wagner überzeugt. Allerdings sei es schwierig, abzuschätzen, ob diese überhaupt bis zu den Konsumenten durchdringen würden und wie lange dies dauere. (his)