

## Policy Lab Briefing: E-Taxis

### Worum geht es?

Immer mehr Unternehmen setzen gezielt auf Taxis mit elektrischem Antrieb (E-Taxis) – etwa für Dienstwege oder Flughafentransfers. Der ökologische Nutzen liegt auf der Hand: weniger CO<sub>2</sub>, moderne Fahrzeugflotten, sichtbares Klimabewusstsein.

Damit solche Maßnahmen auch intern Wirkung zeigen, braucht es mehr als nur ein gutes Angebot: Entscheidend ist, wie darüber gesprochen wird. Werden E-Taxis verständlich, praxisnah und im richtigen Kontext kommuniziert, steigt die Chance, dass sie nicht nur als ökologische Maßnahme erkannt, sondern aktiv genutzt und mitgetragen werden.

### Wie funktioniert die Umsetzung in der Praxis?

Viele Taxiunternehmen und Fahrdienstleister bieten bereits heute die Möglichkeit, gezielt E-Taxis oder Hybridfahrzeuge per App oder telefonisch zu bestellen. In den meisten Fällen entstehen keine Preisunterschiede im Vergleich zu herkömmlichen Fahrzeugen.

Für Unternehmen gibt es mehrere einfache Wege zur Umsetzung:

- Bei der Bestellung in der Zentrale oder per App gezielt den Wunsch nach einem E-Taxi äußern (App: ggf. Filterfunktion nutzen).
- Dauerhafte Lösung: Bei bestehenden Rahmenverträgen mit Taxiunternehmen kann festgelegt werden, dass bevorzugt oder ausschließlich E-Taxis eingesetzt werden.
- Zusätzliche Informationen über verfügbare Anbieter erhalten Sie z. B. über den Fachverband Personenbeförderungsgewerbe mit Pkw (WKW) oder direkt beim Taxiunternehmen Ihres Vertrauens.

### Was sind wesentliche Vorteile für Unternehmen?

- Positives Unternehmensimage: Die Nutzung von E-Taxis zeigt, dass Unternehmen nachhaltig handeln und den CO<sub>2</sub>-Abdruck verringern. Zudem suggeriert die Nutzung von E-Taxis Fortschritt und das Interesse an **zukunftsorientierten Lösungen** gegenüber Kund:innen, Partnern & Mitarbeiter:innen. Sozusagen als fahrende „Visitenkarte“.
- **Benutzerfreundlich** und einfache Integration: E-Taxis lassen sich einfach über App-basierte Systeme buchen und in bestehende Mobilitätslösungen integrieren, wodurch auch CO<sub>2</sub>-Daten bequem erfasst und ausgewertet werden können.

- Die Nutzung verursacht in der Regel **keine Mehrkosten** und erfordert lediglich die klare Kommunikation des E-Taxi-Wunsches bei Buchung oder im Rahmenvertrag.
- Auch wenn die Emissionseinsparung pro Fahrt gering ist, setzen Unternehmen damit ein gut **sichtbares Zeichen für Klimaschutz** und erreichen schnell erste Effekte.

Was können mögliche kommunikative Maßnahmen sein?

Allgemeine **Informationskampagnen** können über die Nutzung von E-Taxis – weg von herkömmlichen fossilen angetriebenen Taxis – aufklären. Hier können alle verfügbaren Kanäle innerhalb des eigenen Unternehmens genutzt werden: Intranet, Newsletter, Webseite, Social Media, Schwarze Bretter, Aushänge oder Broschüren. Das vorrangige Ziel dieser Kampagne ist es, über Bewusstseinsbildung einen Handlungsimpuls zu setzen, um so eine Sensibilisierung für die eigene Mobilität der Mitarbeiter:innen zu schaffen und aber auch, nach außen hin Bekennung zur Nutzung von E-Taxis zu zeigen. Es handelt sich dabei um eine kleine Maßnahme mit einfacher Umsetzung, die keine zusätzlichen Kosten verursacht.