

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 CO₂, 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 CO₂-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 CO₂-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.