

Liberalisierung des Designs der elektronischen Parkscheibe

Bestehende Regulierung erschwert Verbreitung der elektronischen Parkscheibe und innereuropäischen Grenzverkehr

Die elektronische Parkscheibe übernimmt die Zeitmessung, stellt die Parkzeit beim Abstellen des Autos automatisch ein und ersetzt damit die Parkscheibe aus Plastik oder Papier. Obwohl sie seit 2005 in Deutschland zugelassen ist, verbreitet sie sich nur langsam unter den Autofahrer:innen in Deutschland. In der Folge bleiben große Potentiale, die Parkraumkontrolle und -bewirtschaftung digitaler und effizienter zu gestalten, ungenutzt. Ursache hierfür sind unter anderem die strengen Anforderungen zur Ausgestaltung der elektronischen Parkscheibe. Laut Verkehrsblattverlautbarung (VkBfI. 2013 S. 1046) vom 26. Oktober 2013 sind folgende Vorgaben zur Ausgestaltung von elektronischen Parkscheiben zu erfüllen:

5. „Die elektronische Parkscheibe trägt auf der Vorderseite die Abbildung des Verkehrszeichens 314. Über dem Display ist das Wort „Ankunftszeit“ aufzubringen.“
6. „Werbung auf der Vorderseite der elektronischen Parkscheibe ist unzulässig.“

Diese im europäischen Vergleich überdurchschnittlich strengen Vorgaben in Deutschland erschweren nicht nur die Verbreitung der elektronischen Parkscheibe, sie stellen außerdem viele Besucher:innen aus anderen europäi-

schen Staaten vor Herausforderungen und erschweren den innereuropäischen Grenzverkehr.



Für eine europäische Harmonisierung und mehr Gestaltungsfreiheit

OOONO setzt sich für eine Liberalisierung der optischen Vorgaben zur Ausgestaltung von elektronischen Parkscheiben ein. Im Hinblick auf die aktuelle Regulierung fordert OOONO daher eine Anpassung von Punkt 5 und Punkt 6 der Verkehrsblattverlautbarung.

Zu Punkt 5: OOONO fordert eine europäische Harmonisierung, die einer mehrsprachigen Wirklichkeit in Europa entspricht und nicht nur das deutsche Wort „Ankunftszeit“ akzeptiert.

Zu Punkt 6: OOONO fordert eine Liberalisierung des Designs, welche die Platzierung von Werbung auf der Parkscheibe ermöglicht.



Dadurch werden zusätzliche Anreize für Automobil- und Parkscheibenhersteller gesetzt, was in einer stärkeren Marktdurchdringung der elektronischen Parkscheibe resultiert.

Die bisherigen strengen Vorgaben zur optischen Ausgestaltung der elektronischen Parkscheibe sind für eine effektive Parkraumkontrolle nicht notwendig. Das zeigt die Regulierung in anderen europäischen Ländern, wie z.B. in Dänemark, wo 2016 die Anforderungen zur Ausgestaltung der elektronischen Parkscheibe gelockert wurden. So ist dort die Anbringung des Herstellernamens oder Firmenlogos auf dem Gerät erlaubt. Dies hat zu mehr Wettbewerb unter den Parkscheibenherstellern und zur weiteren Verbreitung der elektronischen Parkscheibe geführt, sodass ein konkreter Mehrwert für die Digitalisierung der Parkraumbewirtschaftung geschaffen wurde. In der Folge haben sich technische Innovationen in Verbindung mit der Parkscheibe, wie die Möglichkeit zum automatischen Bezahlen von Parkplätzen, schnell durchsetzen können.

Über OOONO

OOONO ist ein dänisches Tech-Unternehmen, das im Jahr 2017 in Kopenhagen gegründet wurde und digitale Verkehrsinstrumente an Autofahrer:innen in Deutschland und der gesamten EU vermarktet. Mit Hilfe von innovativer Technologie wie der elektronischen Parkscheibe „PARK“ oder dem intelligenten Verkehrsassistenten „CO-DRIVER“, der in Deutschland inzwischen von über drei Millionen Menschen genutzt wird, strebt OOONO danach, den Alltag im Straßenverkehr für Fahrer:innen sicherer und effizienter zu gestalten.

Ansprechpartner

Heiko Albert Otto
Country Manager DACH
heo@ooono.de
+49 152 015 80 997

OOONO A/S
DK38863398
Gearhalsvej 1, 1.
2500, Valby