

Kommunikationsoptionen vorhanden – Marktpotenzial beschränkt



Schlussbericht

Planungsstudie E-Mobilität EBL

Studie im Auftrag der Genossenschaft Elektra
Baselland EBL, Oktober/November 2014

Projektteam

Lukas Golder Politik- und Medienwissenschaftler

Jonas Ph. Kocher Politikwissenschaftler

Stephan Tschöpe Politikwissenschaftler

Meike Müller Soziologin und Medienwissenschaftlerin

Philippe Rochat Politikwissenschaftler

Cloé Jans Politikwissenschaftlerin

Johanna Schwab Sekretariat und Administration

Inhaltsverzeichnis

1	WICHTIGSTES IN KÜRZE.....	3
1.1	Thesen	6
1.2	Datenbasis.....	7
2	EINLEITUNG.....	8
2.1	Mandat und Fragestellung.....	8
2.2	Konzept und Fragebogen	8
2.3	Befragung und Stichprobe.....	9
2.4	Datenanalyse	11
2.5	Grafische Aufbereitung	12
3	BEFUNDE	13
3.1	Nutzungsverhalten	14
3.1.1	Zwischenbilanz.....	17
3.2	Information und generelle Einstellung	18
3.2.1	Zwischenbilanz.....	23
3.3	Kaufentscheid	23
3.3.1	Zwischenbilanz.....	27
3.4	Argumente.....	28
3.4.1	Zwischenbilanz.....	35
3.5	Dienstleistungen.....	36
3.5.1	Zwischenbilanz.....	38
4	SYNTHESE	39
5	ANHANG	42
5.1	gfs.bern-Team	42

Bern, 6. November 2014
Copyright by gfs.bern
Publikation am 11. März 2015

1 Wichtigstes in Kürze

EBL prüft eigene Aktivitäten im Bereich Elektromobilität in der Nordwestschweiz. Sie will dafür eine Auslegeordnung bei der eigenen potenziellen Kundschaft machen. Mit dieser repräsentativen Planungsstudie sollen quantitativ erhärtete Aussagen zur heutigen Wahrnehmung und zum Potenzial verschiedener solcher Aktivitäten im Bereich E-Mobilität eingeschätzt werden.

Mehr als die Hälfte der Befragten verfügt über genau ein Auto, ein gutes Drittel sogar über zwei oder mehr Autos im Haushalt. Nur in den seltensten Fällen handelt es sich dabei um Hybrid- oder Elektroautos. 92 Prozent verfügen über einen Fahrausweis.

Aufgrund der hohen Verfügbarkeit wird das Auto ähnlich häufig für den Arbeitsweg benutzt wie die anderen Verkehrsmittel zusammen. Am zweithäufigsten sind die öffentlichen Verkehrsmittel, gefolgt vom Langsamverkehr.

Trotz ihrer sehr geringen Verbreitung kennt über ein Viertel jemanden mit einem Elektroauto. Die relative Mehrheit würden sich im Internet über Elektromobilität und Elektroautos schlau machen wollen. Fast ein Drittel würde sich an eine Auto-Garage, jedoch nur jede und jeder Fünzigste an ein Elektrizitätsunternehmen wenden.

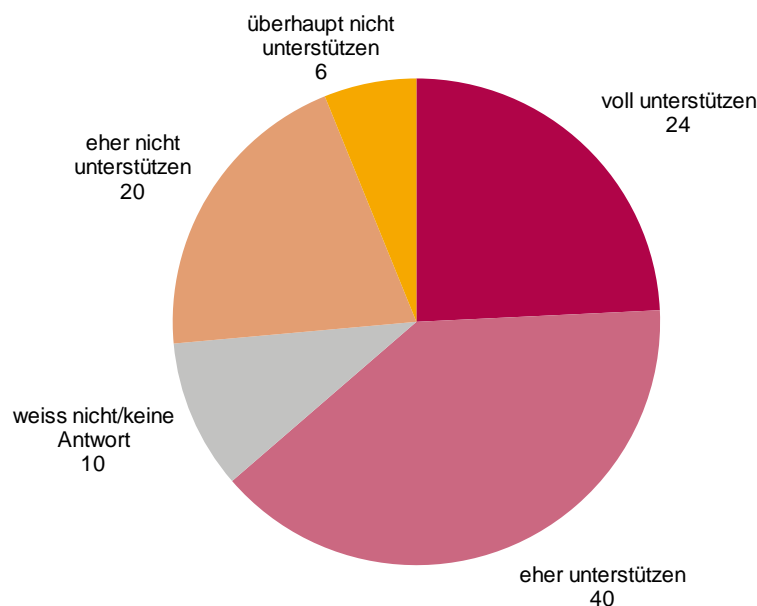
Nicht ganz zwei Drittel unterstützen die Idee vollständig oder eher, dass ihr Stromanbieter in Elektromobilität investieren würde. Gut ein Viertel ist mehr oder weniger dezidiert anderer Meinung. Überdurchschnittlich für eine solche Investition sind Personen, die kein Auto besitzen, die über ein hohes Einkommen und Wohneigentum verfügen und im mittleren Alter sind.

Grafik 1

Unterstützung Investition Elektromobilität

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



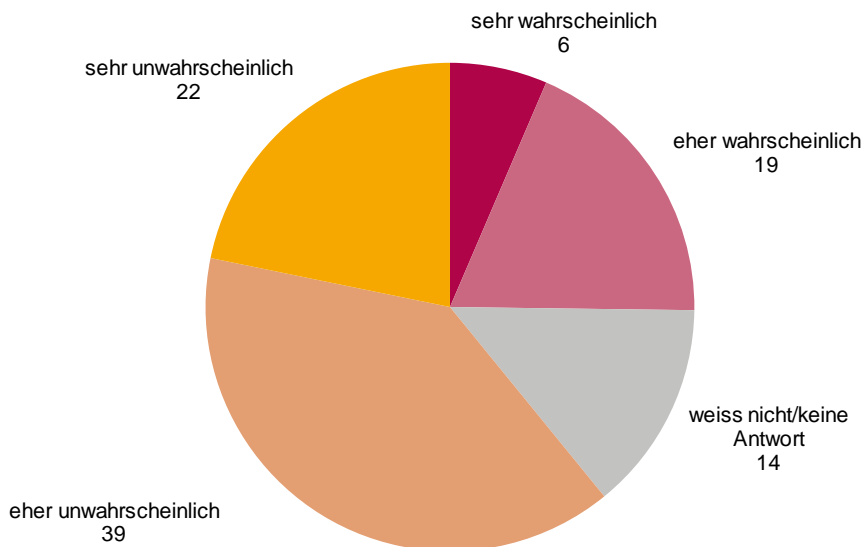
© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Das generelle Wohlwollen ist nicht gleichbedeutend mit einer Kaufabsicht eines Elektroautos: 61 Prozent halten den Kauf eines Elektroautos für sehr oder eher unwahrscheinlich, immerhin ein Viertel für sehr oder eher wahrscheinlich.

Entscheid für Elektroauto

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Realistisch eingeschätzt liegt das langfristige Kernpotenzial für Elektroautos bei gleichbleibender Bedürfnisstruktur bei rund 4 Prozent. Zusätzlich kann ein Ausbaupotenzial von 19 Prozent geschätzt werden.

Vor allem Personen ohne Auto haben einen Hang zu Elektromobilität, machen aber nur einen kleinen Teil der Grundgesamtheit aus. Elektromobilität im Individualverkehr bleibt auf absehbare Zeit ein Nischenmarkt, der vor allem für Gutverdienende im mittleren Alter mit Wohneigentum attraktiv ist, während Mieterinnen und Mieter sowie die junge Alterskohorte überdurchschnittlich unschlüssig sind.

Der Entscheid zugunsten eines Elektroautos wird primär mit Umweltaspekten begründet. Gegen Elektroautos wird mit finanziellen Gründen, der geringen Reichweite und der geringen Dichte an Stromtankstellen argumentiert.

Das Bild wird durch den Argumententest bestätigt: Elektroautos gelten als umweltschonend, passend zu einem modernen Lebensstil und eine geringere Lärmquelle als Verbrennungsmotoren. Umstritten ist, ob sie bezüglich Leistung mit Verbrennungsmotoren mithalten können. Zudem hält nur eine Minderheit das heutige Angebot für genügend breit.

Klare Mehrheiten halten das Elektro-Tankstellennetz für zu wenig dicht und die Reichweite der Batterien für zu gering. Zudem sind fast zwei Drittel der Meinung, dass Elektroautos teurer sind als Autos mit Verbrennungsmotor. Knapp absolute Mehrheiten hegen Zweifel, dass Elektroautos mit Strom aus nicht-erneuerbaren Quellen umweltschonender sein sollen und bemängeln die lange Ladezeit der Batterien. Dass Elektroautos weniger sicher als herkömmliche Autos sein sollen, wird nur von 12 Prozent bestätigt.

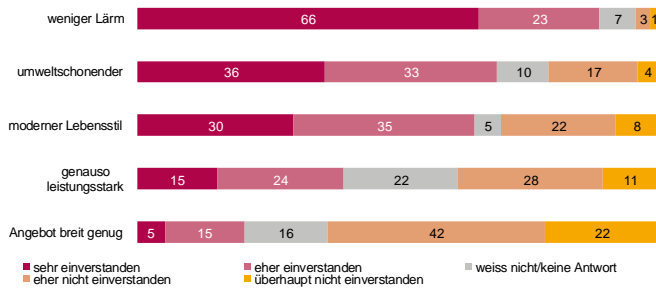
Grafik 3

Pro-Argumente Elektromobilität

"Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen, die man zu Elektroautos immer wieder hören kann. Sagen Sie mir jeweils, ob Sie damit sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

weniger Lärm "Elektroautos machen weniger Lärm als Autos mit Verbrennungsmotoren."
umweltschonender "Elektroautos sind umweltschonender als Autos mit Verbrennungsmotoren."
moderner Lebensstil "Elektroautos passen zu einem modernen Lebensstil."
genauso leistungsstark "Heutige Elektroautos sind genauso leistungsstark wie Autos mit Verbrennungsmotor."
Angebot breit genug "Das Angebot an Elektroautos ist breit genug, damit jeder ein Elektroauto für seine Bedürfnisse finden kann."

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



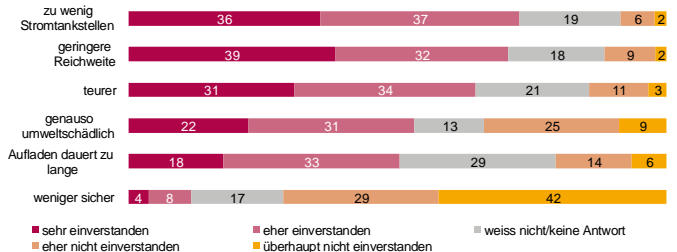
© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Contra-Argumente Elektromobilität

"Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen, die man zu Elektroautos immer wieder hören kann. Sagen Sie mir jeweils, ob Sie damit sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."

zu wenig Stromtankstellen "Das Netz an Stromtankstellen, an denen man ein Elektroauto aufladen könnte, ist zu wenig dicht."
geringere Reichweite "Mit einem Elektroauto mit vollen Batterien kommt man weniger weit als mit einem voll aufgeladenen Auto mit Verbrennungsmotor."
teurer "Elektroautos sind in der Anschaffung und in der Nutzung teurer als Autos mit Verbrennungsmotoren."
genauso umweltschädlich "Elektroautos sind genauso umweltschädlich wie Autos mit Verbrennungsmotor, wenn der Strom nicht aus erneuerbaren Energien stammt."
Aufladen dauert zu lange "Es dauert viel zu lange, die Batterie eines Elektroautos voll aufzuladen."
weniger sicher "Elektroautos sind weniger sicher als herkömmliche Autos."

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Die stärkste, positive Wirkung auf den individuellen Kaufentscheid weist der moderne Lebensstil auf: Wer Elektroautos passend für einen modernen Lebensstil hält, würde sich mit höherer Wahrscheinlichkeit ein Elektroauto kaufen. Ebenfalls spricht für den Kauf, dass Elektroautos umweltschonender als Autos mit Verbrennungsmotor sind. Zu einem Elektroauto neigt zudem, wer Elektroautos für gleich leistungsfähig hält. Hauptkritikpunkt, der gegen den Kaufentscheid wirkt, ist die lange Ladezeit.

Mit den Argumenten kann auch die Unterstützung der Investition durch den Stromanbieter erklärt werden, wobei die Umweltaspekte eine stärkere Rolle spielen.

Grafik 4

Nützlichkeit Dienstleistungen Elektromobilität

"Ich nenne Ihnen nun einige Dienstleistungen rund um Elektromobilität. Sagen Sie mir jeweils, ob Sie diese Dienstleistung sehr nützlich, eher nützlich, eher nicht nützlich oder überhaupt nicht nützlich finden, wenn es sie in Ihrer Nähe gäbe."

Ladestation beim eigenen Parkplatz "eine Ladestation beim eigenen Parkplatz"

Elektro-Tankstellen "ein dichtes Netz von Elektro-Tankstellen"

Schnellladestationen "Schnellladestationen"

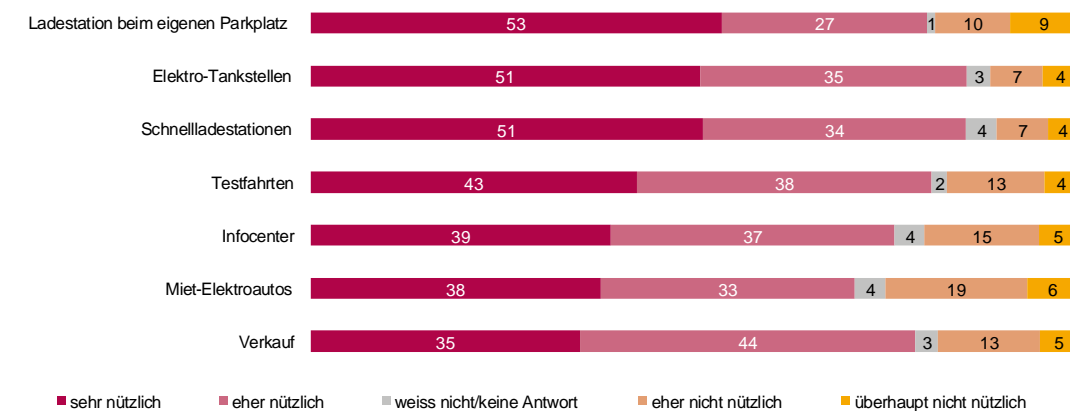
Testfahrten "ein Angebot für Testfahrten mit Elektroautos"

Infocenter "ein Infocenter, an dem man verschiedene E-Mobile ausprobieren kann, Informationen erhält und das gewünschte Fahrzeug gleich bestellen kann"

Miet-Elektroautos "ein Angebot mit Elektroautos zum Mieten"

Verkauf "eine Auto-Garage, die Elektroautos verkauft"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Grundsätzlich halten klare Mehrheiten alle abgefragten Dienstleistungen für nützlich: Knapp absolut mehrheitlich werden Ladestationen beim eigenen Parkplatz, ein dichtes Netz von Elektro-Tankstellen und Schnellladestationen als sehr nützlich empfunden. Alle drei Dienstleistungen drehen sich direkt um das Auf-

laden der Batterie, was ein mehrheitlich wahrgenommenes und wirksames Problem ist.

Weniger dezidierte Unterstützung erhalten Angebote für Testfahrten mit Elektroautos, ein Infocenter, Elektroautos zum Mieten und eine Auto-Garage, die Elektroautos verkauft.

1.1 Thesen

These 1

Elektromobilität im Individualverkehr wird auf absehbare Zeit bei gleichbleibender Bedürfnisstruktur ein Nischenmarkt bleiben.

These 2

Gutverdienende mittleren Alters mit Wohneigentum sind Elektromobilität am stärksten zugeneigt.

These 3

Elektroautos sind Lifestyle-Produkte.

These 4

Investitionen von Elektrizitätsunternehmen in Elektromobilität sind akzeptiert und bergen Imagepotenziale.

These 5

Nach Informationen zu Elektromobilität wird im Internet gesucht, jedoch nicht bei Elektrizitätsunternehmen. Elektromobilität wird stärker mit "Mobilität" als mit "Elektro" in Verbindung gebracht.

These 6

Ein kritischer Punkt der Elektromobilität ist der Ladeprozess. Hier könnte ein Elektrizitätsunternehmen sinnvolle Dienstleistungen anbieten.

1.2 Datenbasis

Die Ergebnisse der Planungsstudie E-Mobilität EBL basieren auf einer repräsentativen Befragung von 806 Einwohnerinnen und Einwohnern der Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Aargau zwischen 18 und 75 Jahren. Die Befragung wurde dabei zwischen dem 21. und dem 28. Oktober 2014 von gfs.bern durchgeführt. Der statistische Fehler bei der Stichprobengrösse für die jeweiligen befragten Gruppen beträgt:

Tabelle 1

Stichprobenfehler

Ausgewählte statistische Stichprobenfehler nach Stichprobengrösse und Basisverteilung

Stichprobengrösse	Fehlerquote Basisverteilung	
	50% zu 50%	20% zu 80%
N = 800	± 3.5 Prozentpunkte	± 2.8 Prozentpunkte
N = 400	± 5.0 Prozentpunkte	± 4.0 Prozentpunkte
N = 100	± 10.0 Prozentpunkte	± 8.1 Prozentpunkte
N = 50	± 14.0 Prozentpunkte	± 11.5 Prozentpunkte

Lesebeispiel: Bei rund 1000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert zwischen 50 Prozent ± 3.2 Prozentpunkte, bei einem Basiswert von 20 Prozent zwischen 20 Prozent ± 2.5 Prozentpunkte. Dabei setzt man in der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Bevölkerung nicht vorhanden ist.

© gfs.bern

2 Einleitung

2.1 Mandat und Fragestellung

EBL prüft eigene Aktivitäten im Bereich Elektromobilität (E-Mobilität) in der Nordwestschweiz. Sie will dafür eine Auslegeordnung bei der eigenen potenziellen Kundschaft machen. Sie ist in der Ausrichtung der künftigen Bedürfnisse sehr offen und als eher kleiner Akteur sehr agil in der Entfaltung spezifischer Aktivitäten.

Mit dieser repräsentativen Planungsstudie sollen quantitativ erhärtete Aussagen zur heutigen Wahrnehmung und zum Potenzial verschiedener solcher Aktivitäten im Bereich E-Mobilität eingeschätzt werden.

Die Fragestellung umfasst das heutige Nutzungsverhalten von Mobilität, die Informationsbeschaffung zu Elektromobilität, die generelle Einstellung zu einer Investition in Elektromobilität seitens des eigenen Stromanbieters, den hypothetischen Kaufentscheid für oder gegen Elektroautos sowie die (gestützte und ungestützte) Motivlage dazu. Zudem sollen verschiedene Unterstützungen und Services in diesem Umfeld auf ihre Wünschbarkeit geprüft werden. Die Befragung soll dabei helfen, typische Zielgruppen zu unterscheiden.

Der hier vorliegende Schlussbericht umfasst alle Erkenntnisse der Studie und schliesst zusammen mit einer Präsentation die Projektberichterstattung ab.

2.2 Konzept und Fragebogen

Bei Planungsstudien auf Befragungsbasis orientieren wir uns an der Sozialpsychologie. Verhaltensabsichten oder Verhaltensänderungen basieren stets auch auf langfristigen Werten und Einstellungen, die sich aus dem Alltagsbezug und Grundorientierungen ergeben. Die Kommunikation, Kampagnen und geplanten Services können nur unter Berücksichtigung dieser bekannten Bezüge wirken, womit sich auch Präferenzen und das Verhalten ändern können.

Im Bereich von E-Lösungen ist zudem der perzipierte relative Vorteil als primäre Nutzenerwartung für einen Wechsel entscheidend. Wird dieser bei der Erstnutzung erfüllt, können rasch zusätzliche Bedürfnisse mit der elektronischen Lösung entstehen. Wird die primäre Nutzenerwartung beispielsweise wegen zu komplexer Lösungen nicht erfüllt, erfolgt kein Wechsel.

Angesichts der Vielschichtigkeit des Themas einerseits und der zur Verfügung stehenden Fragebogenlänge andererseits wurde der Fragebogen mit einem gewissen "Mut zur Lücke" erstellt. Aus Basis der Fragestellungen und auf den Ebenen Wissen, Einstellung, Bedürfnisse sowie Verhalten wurden folgende Elemente berücksichtigt:

- **Wissensebene:** Wo würde ein vorhandenes Informationsbedürfnis befriedigt werden? Kennt man jemanden, der ein Elektroauto fährt oder besitzt man selber ein Elektroauto?
- **Einstellungsebene:** Wie steht man zu einer Investition in Elektromobilität seitens des Stromanbieters generell?
- **Verhaltensebene/Verhaltensabsichtsebene:** Wie hoch ist die individuelle Wahrscheinlichkeit eines (hypothetischen) Kaufentscheids für ein Elektroauto? Was sind die Motive und Erwägungen dahinter? Wie zentral sind die Kosten, die Umweltbelastung und andere Komponenten?
- **Bedürfnisse und Haltungsebene:** Was für Unterstützungen und Services wünscht man sich im Bereich E-Mobilität?

Auf Fragen zum Image der EBL wurde verzichtet. Neben den vorgängig angeführten Elementen wurde der Fragebogen um ein Einleitungsgespräch, Fragen zum Mobilitätsverhalten sowie die für die Beantwortung der Fragen relevanten soziodemographischen Kontrollvariablen ergänzt.

Der Fragebogen baut auf der so genannten "Trichtertechnik" auf. Dabei entwickelt sich ein Thema mit fortlaufender Befragung von eher generellen Fragen hin zu spezifischeren. Eine solche Vorgehensweise ermöglicht es, auch komplexere Themen in einer Befragungssituation nah an einem realen Meinungsbildungsprozess gemeinsam mit den Befragten zu entwickeln.

Der Fragebogen wurde in einem ersten Schritt von gfs.bern erarbeitet und in einem zweiten Schritt gemeinsam mit der Auftraggeberin austariert. gfs.bern stützte sich in der Fragebogenerstellung auf alle vorhandenen zweckdienlichen Unterlagen der Auftraggeberin und eigenes Erfahrungswissen. In der Fragebogenkonstruktion hatte die Auftraggeberin das inhaltliche, gfs.bern das methodische Letztentscheidungsrecht.

2.3 Befragung und Stichprobe

Die Ergebnisse der Planungsstudie E-Mobilität EBL basieren auf einer repräsentativen Befragung von 806 Einwohnerinnen und Einwohnern der Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Aargau zwischen 18 und 75 Jahren. Die drei Kantone wurden proportional berücksichtigt.

Die Befragung wurde dabei zwischen dem 21. und dem 28. Oktober 2014 von gfs.bern mittels computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Dies erlaubt die bestmögliche Kontrolle und Supervision der Befragten und Befrager. Über die technischen Eckwerte dieser Umfrage orientiert die nachstehende Übersicht:

Tabelle 2

Technischer Kurzbericht Planungsstudie E-Mobilität EBL

Auftraggeber	Genossenschaft Elektra Baselland EBL
Grundgesamtheit	EinwohnerInnen zwischen 18 und 75 Jahren, die deutsch sprechen können
Befragungsgebiet	Kantone Basel-Landschaft, Basel-Stadt und Aargau
Herkunft der Adressen	Telefonverzeichnisse (gepoolt, mehrere Jahrgänge), Verwendung der Swiss-Interview-Liste
Datenerhebung	telefonisch, computergestützt (CATI)
Art der Stichprobenziehung	Random-Quota; Geburtstagsmethode im Haushalt
Befragungszeitraum	21. bis 28. Oktober 2014
mittlerer Befragungstag	23. Oktober 2014
Stichprobengrösse	minimal 800, effektiv 806
pro Kanton	n BS: 139, n BL: 200, n AG 467
Fehlerbereich	± 3.5 Prozentpunkte bei 50/50 (und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit)
Quotenmerkmale	Alter/Geschlecht interlocked pro Kanton
Schichtung nach	Kanton
Gewichtung nach	Wohnsituation und Alter/Geschlecht interlocked pro Kanton
Befragungsdauer	
Mittelwert	10.3 Minuten
Standardabweichung	±2.3 Minuten
Publikation	Publikation am 11. März 2015

© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014

Bei einer Stichprobe entscheiden zwei Faktoren über die Qualität der später gewonnenen Aussagen massgeblich mit: Auf der einen Seite definiert sich die Datenqualität über die Grösse des **Stichprobenfehlers**. Dieser Index weist die

Irrtumswahrscheinlichkeit und Irrtumsgrösse einer getroffenen statistischen Aussage aus. Einerseits setzt man bei der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Bevölkerung nicht vorhanden ist. Andererseits unterliegen statistische Aussagen einem Stichprobenfehler, welcher von der Grösse der Stichprobe und der Basisverteilung der Variable in der Bevölkerung abhängt, wobei der Fehler kleiner wird, je grösser die Stichprobe ist.

Tabelle 3

Stichprobenfehler

Ausgewählte statistische Stichprobenfehler nach Stichprobengrösse und Basisverteilung

Stichprobengrösse	Fehlerquote Basisverteilung	
	50% zu 50%	20% zu 80%
N = 800	± 3.5 Prozentpunkte	± 2.8 Prozentpunkte
N = 400	± 5.0 Prozentpunkte	± 4.0 Prozentpunkte
N = 100	± 10.0 Prozentpunkte	± 8.1 Prozentpunkte
N = 50	± 14.0 Prozentpunkte	± 11.5 Prozentpunkte

Lesebeispiel: Bei rund 1000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert zwischen 50 Prozent ± 3.2 Prozentpunkte, bei einem Basiswert von 20 Prozent zwischen 20 Prozent ± 2.5 Prozentpunkte. Dabei setzt man in der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Bevölkerung nicht vorhanden ist.

© gfs.bern

Gerade bei Untergruppenanalysen weist die untersuchte Gruppe schnell weniger als 50 Befragte aus, was bei einem Stichprobenfehler von ± 14 Prozentpunkten eine adäquate Interpretation nahezu verunmöglicht. Deshalb nehmen wir keine Subgruppenanalysen unter 50 Fällen vor.

Das andere Element einer qualitativ hochstehenden Analyse ist die Gewährleistung von **Repräsentativität**. Repräsentativität bedeutet nichts anderes, als dass jede Person aus der Grundgesamtheit genau die gleiche Chance haben muss, an der Befragung teilnehmen zu können. Werden bei der Stichprobenziehung systematisch Gruppen ausgeschlossen, ist eine Befragung nicht repräsentativ.

Wir gewährleisten die Repräsentativität (neben einem ganztägigen Befragungsfenster) in unseren Telefonbefragungen durch ein dreistufiges System:

- Ausgangslage bildet ein elektronisches Telefonbuch mit allen gemeldeten Telefonanschlüssen der drei Kantone (swiss directories), abzüglich der Personen, die sich in der Swiss-Interview-Liste SIL des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung vsms eingetragen haben. Aus diesen wird nach einem Zufallsprinzip eine Ausgangsstichprobe gebildet.
- Erfüllt eine Person im Haushalt die Voraussetzung, zur Grundgesamtheit zu gehören, wird die Adresse verwendet. Erfüllen mehrere Personen im Haushalt die Voraussetzung, wird die Person befragt, welche als letzte im Jahr Geburtstag hat. Durch diese zweite Stufe der Zufallsauswahl wird verhindert, dass systematische Gewohnheitseffekte im Telefonverhalten zu einer Stichprobenverzerrung führen.
- Um wegen unterschiedlicher Erreichbarkeit Verzerrungen vermeiden zu können, werden Maximalquoten für Geschlecht und Alter vorgegeben, welche nicht überschritten werden können.

Dieses dreistufige System garantiert eine systematische Zufallsauswahl und damit eine saubere Basis für statistische Auswertungen. Um mögliche Verzerrung entlang von Bevölkerungsschichten zu korrigieren, wurde der Datensatz entlang der Wohneigentumsquote sowie der Verteilung der Altersgruppen und Geschlechter (jeweils pro Kanton) gewichtet.

2.4 Datenanalyse

Die neu generierten Daten werden wie folgt analysiert: Zuerst leisten wir die beschreibende Analyse. Dabei werden vor allem Häufigkeiten in Form von Prozentwerten beschrieben.

Zusammenhänge zwischen zwei Variablen, also beispielsweise zwischen dem Besitz eines Fahrausweises und dem Wohnkanton, werden mittels Korrelationen gemessen. Das normalerweise verwendete Mass ist der Koeffizient Cramérs V. Der Vorteil dieser Masszahl ist, dass sie unabhängig vom Skalenniveau der Indikatoren verwendet werden kann. Damit bestimmen wir die Stärke des Zusammenhangs. Dieser ist umso stärker, je mehr das Cramérs V von Null differiert. Davon unterscheiden wir die Frage, ob der in der Befragung gefundene und gemessene Zusammenhang auch auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden darf. Hierfür verwendeten wir den üblichen Signifikanztest χ^2 . Damit kann man sagen, inwieweit die Untergruppen in sich selbst ein signifikantes unterschiedliches Verhalten an den Tag legen. In der Regel verwendeten wir ein Sicherheitsmass von 95 Prozent.

Gilt es, die Zusammenhänge zwischen mehr als zwei Variablen zu bestimmen, kommen multivariate Analysemethoden zum Einsatz:

Die Erklärung von Zusammenhängen zwischen mehreren unabhängigen Variablen und einer abhängigen Variable leistet die multivariate Regressionsanalyse. Diese basiert analog zu Korrelationen auf Koeffizienten, welche die Stärke des Zusammenhangs bestimmen. Der Unterschied zur Korrelationsrechnung besteht darin, dass die Regressionsanalyse nicht nur eine unabhängige Variable ausmisst, sondern eine beliebige Zahl von Variablen einbeziehen kann. Dies kommt komplexen Realitäten deutlich näher. Die Regressionsanalyse bestimmt auf diese Weise, welche der unabhängigen Variablen wie stark auf die abhängige Variable wirken, wenn man die Effekte der anderen unabhängigen Variablen mit-berücksichtigt. Dabei stellt man auf den Beta-Koeffizienten ab. Es gibt wie bei der Korrelationsrechnung ebenfalls Sicherheitsmasse, die angeben, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein in der Stichprobe gefundener Zusammenhang auch in der Grundgesamtheit gilt. Konkret handelt es sich auch hier um den Signifikanztest, der analog zur obigen Beschreibung funktioniert.

Eingesetzt wird dieses Verfahren vor allem dort, wo die Zusammenhänge zwischen der Beurteilung verschiedener Botschaften, Argumente oder Aussagen einerseits und einer Einstellung oder Handlungsbereitschaft andererseits zu bestimmen sind. Dies kann an sich auch mit der Korrelationsrechnung geleistet werden, doch hat diese Form der Analyse den Nachteil, dass man die gleiche Beziehung mit verschiedenen Argumenten immer wieder nachweist. Dies schliesst die Regressionsrechnung aus, denn sie sagt, welches Element am besten die untersuchte Einstellung erklärt, welches an zweiter Stelle steht und so weiter.

2.5 Grafische Aufbereitung

Alle im Schlussbericht enthaltenen Grafiken liegen dem gleichen Schema zugrunde, welches im Folgenden kurz erläutert wird:

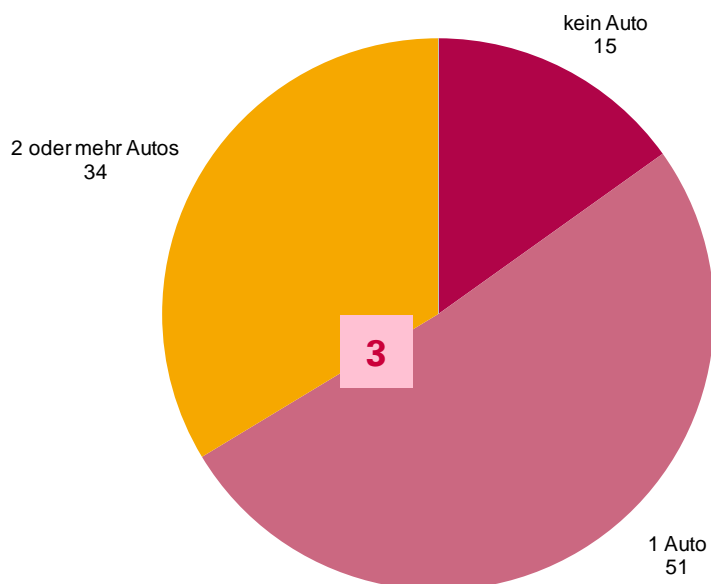
Grafik 5

Anzahl Autos im Haushalt 1

"Wie viele Autos besitzt ihr Haushalt?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren

2



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), Mittelwert = 1.3 Autos, Standardabweichung = 0.9 Autos

4

1

Im Titel lässt sich sowohl eine schlagwortartige Zusammenfassung der Frage, als auch in Anführungszeichen der genaue Fragetext ablesen. Der Fragetext selber wird von unseren Interviewenden auf Schweizerdeutsch vorgetragen.

2

Die Referenzgrösse gibt darüber Aufschluss, auf welche Gruppe sich die Auswertung in der Grafik bezieht. In den meisten Fällen sind dies die Einwohnerinnen und Einwohner der Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Aargau zwischen 18 und 75 Jahren.

3

In grafischer Form werden die Ergebnisse dargestellt. Je nach angestrebter Aussage visualisieren wir Resultate mittels Kuchen-, Balken-, Säulen- oder Liniengrafiken.

Für die Darstellung von Zusammenhängen werden Regressionsgrafiken verwendet. Ausführungen dazu finden sich bei den entsprechenden Grafiken.

4

Der Fusszeile entnimmt man sowohl den Zeitraum der Befragung (Oktober 2014) als auch die Anzahl der befragten Personen, welche für die Aussage in der entsprechenden Grafik relevant sind (N = 806).

3 Befunde

Die Befunde gliedern sich in folgende Unterkapitel:

Kapitel 3.1 Nutzungsverhalten

Im ersten Unterkapitel wird auf den Autobesitz und das Verkehrsnutzungsverhalten der Befragten eingegangen.

Kapitel 3.2 Information und generelle Einstellung

Das zweite Kapitel fragt, ob man (andere) E-Mobil-Nutzende kennt, wie man sich über E-Mobilität informieren würde und ob man eine Investition des Stromanbieters in die E-Mobilität unterstützen würde.

Kapitel 3.3 Kaufentscheid

Danach untersuchen wir den (hypothetischen) Kaufentscheid für oder gegen Elektroautos.

Kapitel 3.4 Argumente

Dazu beleuchten wir einerseits die ungestützten Begründungen für oder gegen Elektroautos, andererseits ausgewählte Argumente zu Elektroautos, die auf ihre Wirksamkeit hin untersucht werden.

Kapitel 3.5 Dienstleistungen

Das letzte Befundekapitel fragt nach der Nützlichkeit verschiedenen Dienstleistungen rund um E-Mobilität.

Kapitel 4 Synthese

Die Synthese greift die Erkenntnisse aus den Befunden auf und fasst sie zu Thesen zusammen.

3.1 Nutzungsverhalten

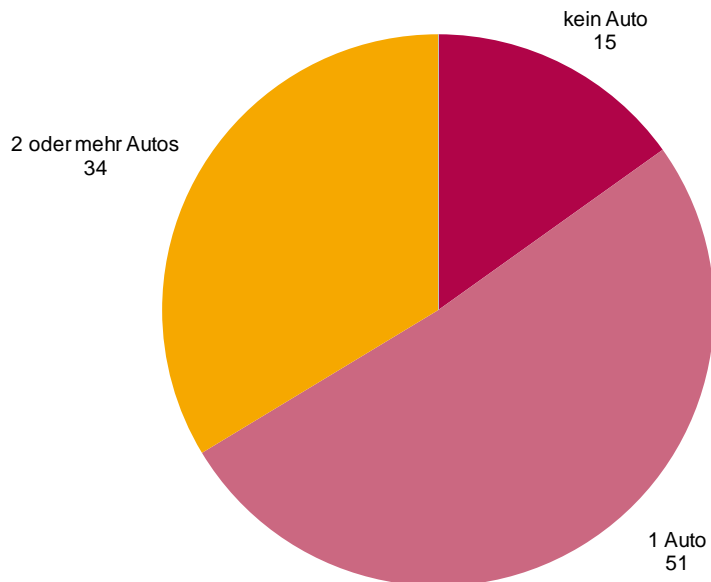
Die Haushalte der Kantone Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Aargau verfügen meist über ein Auto:

Grafik 6

Anzahl Autos im Haushalt

"Wie viele Autos besitzt ihr Haushalt?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), Mittelwert = 1.3 Autos, Standardabweichung = 0.9 Autos

Mehr als die Hälfte (51%) der Befragten Einwohnerinnen und Einwohner zwischen 18 und 75 Jahren verfügt über genau ein Auto, ein gutes Drittel (34%) sogar über zwei oder mehr Autos im Haushalt. Nur 15 Prozent haben kein Auto.

Regional zeigen sich klare Unterschiede: In Basel-Stadt haben 40 Prozent kein Auto, während dies in ländlichen Region deutlich weniger sind (9%). Häufiger über kein Auto verfügen Einpersonenhaushalte (33%), Mieterinnen und Mieter (23%) sowie Einkommensklassen unter 5000 Franken Haushaltseinkommen pro Monat (29%).

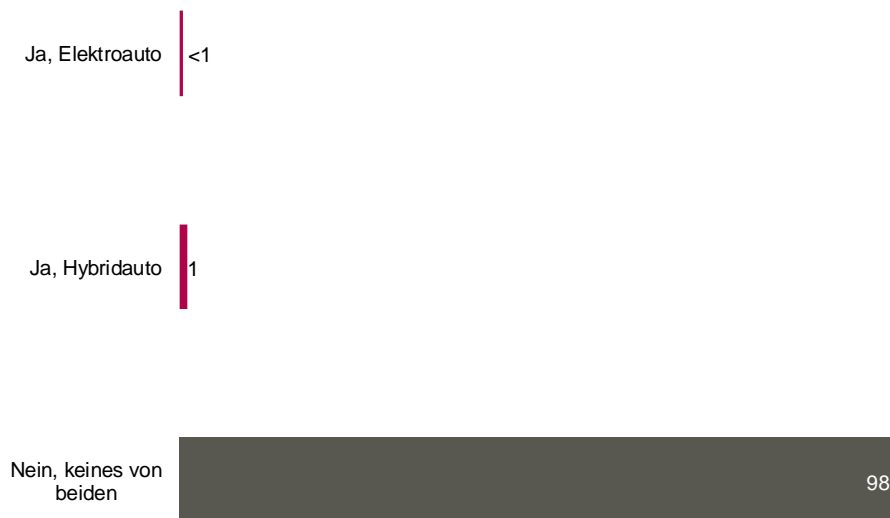
Augenscheinlich handelt es sich dabei nicht um Autos mit Hybridantrieb oder nur mit Elektromotor: In der Stichprobe befinden sich nur drei Personen, welche nach eigenen Angaben ein Elektroauto besitzen, was weniger als ein halbes Prozent der Befragten mit mindestens einem Auto sind. Immerhin acht Personen (rund 1%) geben an, dass der Haushalt über ein Hybridauto verfügt. Fast flächendeckend werden Antriebe verwendet (98%); es ist anzunehmen, dass es sich hier in der Regel um Verbrennungsmotoren mit Benzin oder Diesel als Treibstoff handelt. Von den 573'798 in den Kantonen Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Aargau zugelassenen Strassenfahrzeugen (BFS, Fahrzeugbestand 2013) entfallen 75.8% auf Benzin- und 22.9% auf Dieselmotoren (Hybrid Benzin/Diesel und elektrisch 0.9%, Gas 0.3%, rein elektrisch 0.05%, Andere 0.1%).

Grafik 7

Besitz Elektro-/Hybridauto

"Besitzt Ihr Haushalt ein Elektroauto oder ein Hybridauto?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren mit mindestens einem Auto im Haushalt, Mehrfachantworten möglich



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 699)

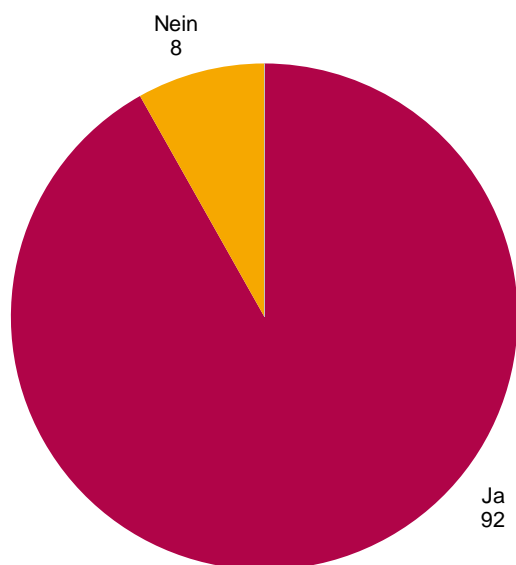
Die Fallzahlen derjenigen mit Elektro- oder Hybridauto ist zu gering, um Rückschlüsse über ihre soziodemographische Verteilung zu ziehen.

Grafik 8

Besitz Fahrausweis

"Besitzen Sie selber einen Fahrausweis, mit dem Sie ein Auto steuern dürfen?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

92 Prozent verfügen über einen Fahrausweis, 8 Prozent nicht. Damit verfügt die grosse Mehrheit sowohl über die Befähigung, ein Auto zu steuern, und über ein Auto im Haushalt. Selbst in Haushalten ohne Auto besitzt die Mehrheit der

befragten Personen (69%) über einen Fahrausweis. Damit gibt es eine kleine Minderheit (10% der Gesamtstichprobe), die zwar Auto fahren könnten, sich aber dennoch gegen den Autobesitz entschieden haben.

Unter den 65- bis 75-Jährigen (16%) und im Kanton Basel-Stadt (19%) ist der Anteil an Personen ohne Fahrausweis tendenziell höher.

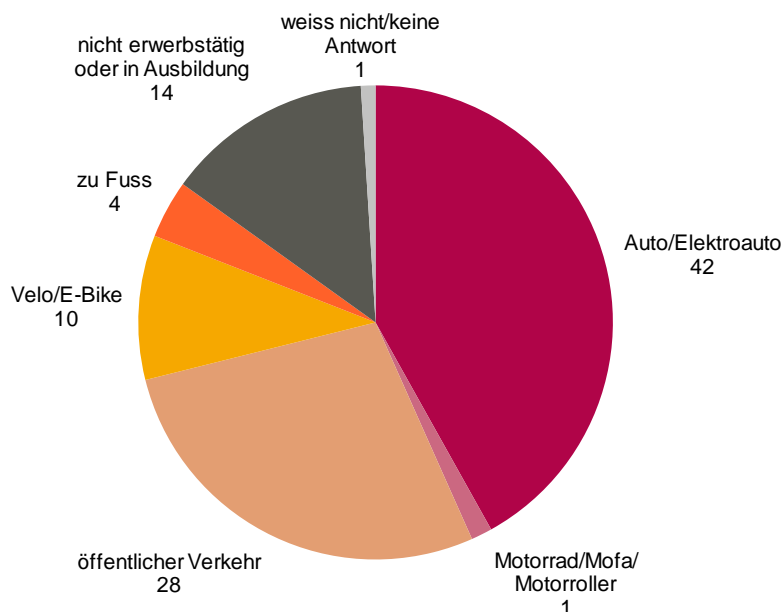
Aufgrund der hohen Verfügbarkeit wird das Auto ähnlich häufig für den Arbeitsweg benutzt wie die anderen Verkehrsmittel zusammen:

Grafik 9

Hauptsächlich benutztes Verkehrsmittel

"Welches Verkehrsmittel nutzen Sie selber hauptsächlich für Ihren Weg zu Ihrem Arbeits- oder Ausbildungsort?
Wenn Sie nicht berufstätig sind oder keine Ausbildung machen, sagen sie mir das ruhig."

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

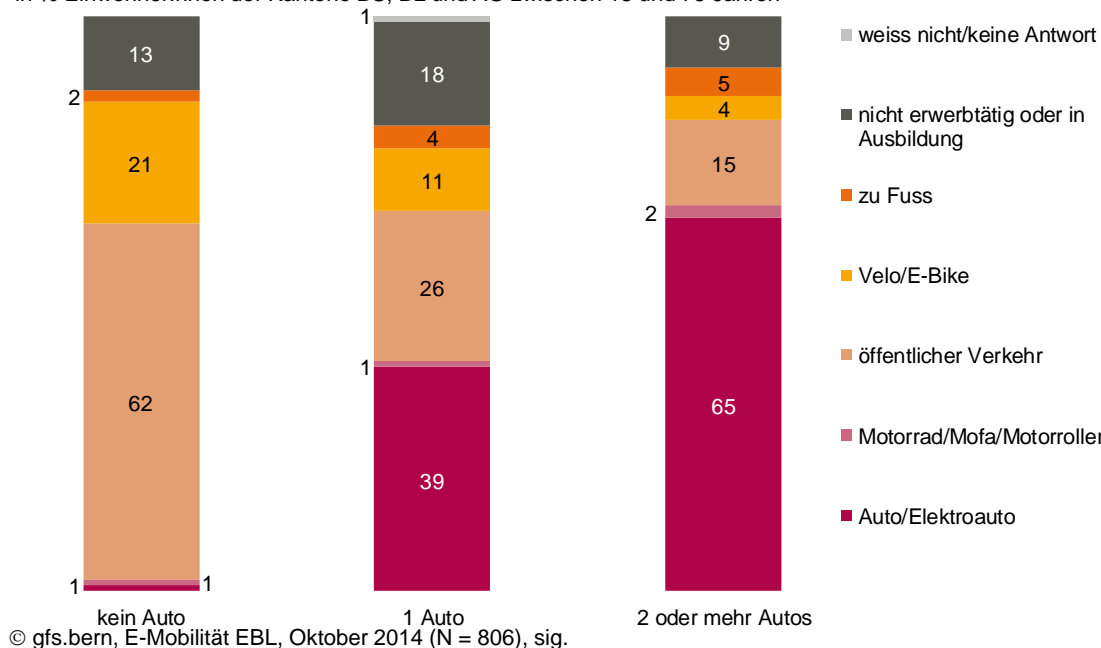
42 Prozent fahren per Auto zu ihrem Arbeits- oder Ausbildungsort. Am zweithäufigsten sind die öffentlichen Verkehrsmittel (28%), gefolgt vom Langsamverkehr (Velos 10%, zu Fuss 4%). Hinzu kommt ein Prozent, welches das Motorrad nimmt. 14 Prozent sind nicht (mehr) in Ausbildung oder erwerbstätig.

Wer über Autos verfügt, benutzt sie auch: In Haushalten mit zwei oder mehr Autos benutzen rund zwei Drittel (65%) das Auto für den Arbeitsweg, auf Kosten der anderen Verkehrsmittel. Anders in Haushalten ohne Auto, wo 62 Prozent den ÖV und weitere 21 Prozent das Velo benutzen. Der Anteil an Personen ohne Arbeitsweg ist in Haushalten ohne Auto nicht signifikant höher als in anderen Haushalten. Der Verzicht erwächst demnach nicht gehäuft dadurch, dass man nicht (mehr) arbeitet, sondern, dass man bewusst verzichtet oder der Arbeitsweg, mit öffentlichen Verkehrsmittel oder dem Langsamverkehr gut erreichbar ist.

Anzahl Autos im Haushalt nach hauptsächlich benutztes Verkehrsmittel

"Welches Verkehrsmittel nutzen Sie selber hauptsächlich für Ihren Weg zu Ihrem Arbeits- oder Ausbildungsort? Wenn Sie nicht berufstätig sind oder keine Ausbildung machen, sagen sie mir das ruhig."

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



Wiederum sind regionale Unterschiede auszumachen: In Basel-Stadt nehmen mehr Personen den öffentlichen Verkehr (41%) oder gehen zu Fuss (23%), während in ländlichen Gemeinden die überwiegende Mehrheit das Auto benutzt (63%).

Zudem ist erwartungsgemäss der Anteil der Nicht-Erwerbstätigen unter den 65- bis 75-Jährigen (54%) deutlich höher als in den jüngeren Altersgruppen.

3.1.1 Zwischenbilanz

Mehr als die Hälfte der Befragten verfügt über genau ein Auto, ein gutes Drittel sogar über zwei oder mehr Autos im Haushalt. Nur in den seltensten Fällen handelt es sich dabei um Hybrid- oder Elektroautos. 92 Prozent verfügen über einen Fahrausweis.

Aufgrund der hohen Verfügbarkeit wird das Auto ähnlich häufig für den Arbeitsweg benutzt wie die anderen Verkehrsmittel zusammen. Am zweithäufigsten sind die öffentlichen Verkehrsmittel, gefolgt vom Langsamverkehr.

3.2 Information und generelle Einstellung

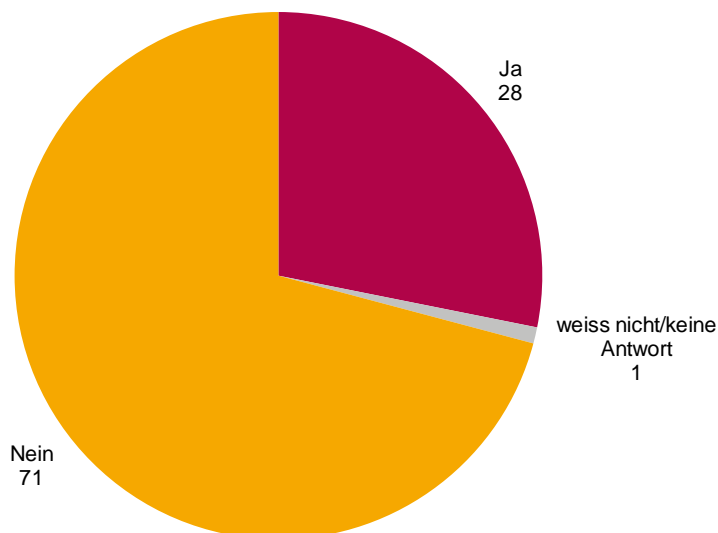
Trotz der sehr geringen Verbreitung von Elektroautos kennt über ein Viertel jemanden, der ein solches fährt:

Grafik 11

Bekannte mit Elektroautos

"Kennen Sie jemanden/jemand anderen, der ein Elektroauto fährt (auch E-Mobil genannt)?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Immerhin 28 Prozent kennen jemanden mit einem Elektroauto. 71 Prozent haben noch keine solche Bekanntschaft gemacht. In keiner der untersuchten soziodemographischen Subgruppen liegt der Anteil derjenigen, die jemanden mit Elektroauto kennen, deutlich über einem Drittel.

Entsprechend sind Freunde und Bekannte nicht die erste Anlaufstelle für die Informationsbeschaffung: 38 Prozent nennen (ungestützt) das Internet, wo sie sich über Elektromobilität und Elektroautos schlau machen würden. Fast ein Drittel (32%) würde sich an eine Auto-Garage, weitere 11 Prozent an einen Auto-Händler oder eine Auto-Händlerin wenden. 13 Prozent würden in der Familie, bei Freunden und Bekannten um Rat fragen, während nur jede und jeder Fünfte sich spontan an ein Elektrizitätsunternehmen wenden würde.

Damit zeigt sich deutlich, dass Elektrizitätsunternehmen nur am Rande mit Elektromobilität in Verbindung gebracht werden. Entsprechend kann es für die EBL schwierig sein, mit einem Informationsangebot an die Kundschaft zu gelangen, da in der Bevölkerung Elektromobilität anscheinend stärker mit dem Wortteil "Mobilität" (Auto-Garage, Auto-Handel) als mit "Elektro" (Elektrizitätsunternehmen) in Verbindung gebracht wird. Informationsbemühungen sollten auf jeden Fall (auch) online stattfinden und dort einfach auffindbar sein.

7 Prozent der Antworten entfallen auf andere Informationsquellen, wie Organisationen, die sich mit dem Thema Verkehr beschäftigen (VCS, TCS, ACS), die (Auto-)Fachpresse, Autohersteller oder Autoausstellungen. 6 Prozent schliessen spontan aus, sich zur Informationsbeschaffung an Dritte zu wenden.

Vor allem in ländlichen Gemeinden (40%) und im Kanton Aargau (37%) würde man die Informationen bei einer Garagistin oder einem Garagisten vermuten. Nicht verwunderlich ist, dass die Alterskohorte zwischen 65 und 75 Jahren deutlich seltener die Informationen im Internet suchen würden (13%). Bei den

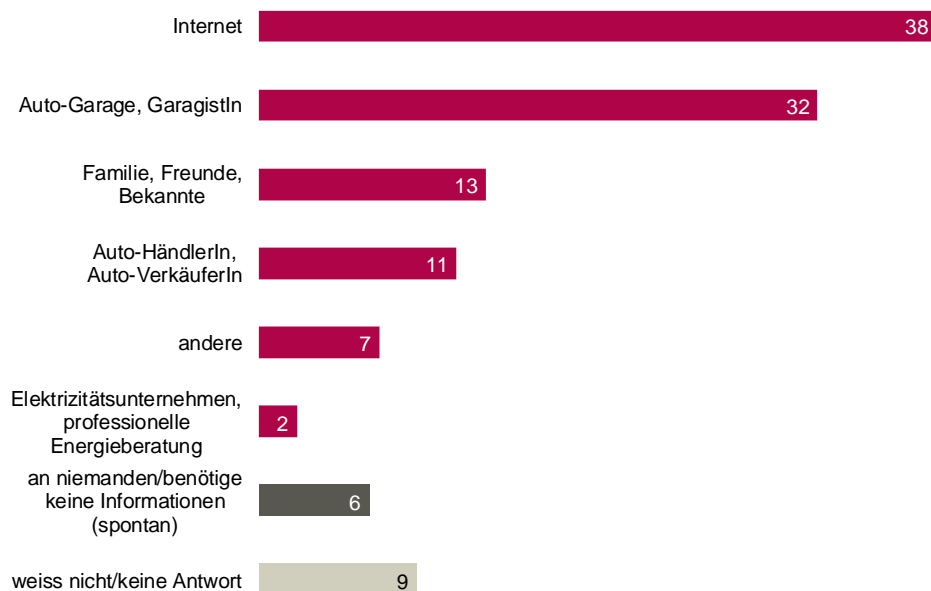
18- bis 39-Jährigen sind es deutlich mehr (46%). In keiner Untergruppe würden sich mehr als 4 Prozent an ein Elektrizitätsunternehmen wenden.

Grafik 12

Informationsquelle Elektromobilität/Elektroautos

"An wen würden Sie sich wenden, wenn Sie mehr Informationen über Elektromobilität oder Elektroautos erfahren möchten?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

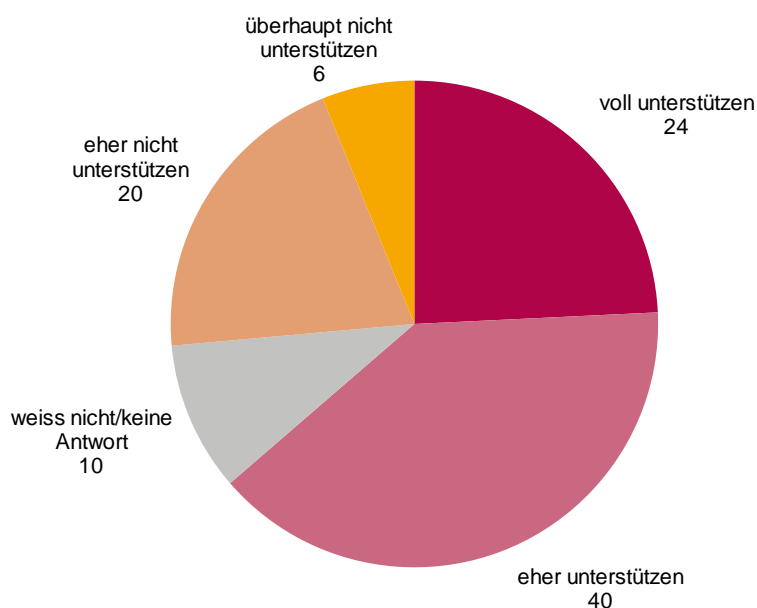
Trotzdem können die Befragten durchaus ein Elektrizitätsunternehmen als Investor der Elektromobilität sehen:

Grafik 13

Unterstützung Investition Elektromobilität

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Nicht ganz zwei Drittel (64%) unterstützen die Idee vollständig oder eher, dass ihr Stromanbieter in Elektromobilität investieren würde. Gut ein Viertel (26%) ist mehr oder weniger dezidiert anderer Meinung, während sich ein Zehntel (10%) keine Meinung gebildet hat.

Damit kann sich die EBL bei ihren Bestrebungen auf ein grundsätzlich vorhandenes Wohlwollen stützen. Die generelle Opposition ist gering und immerhin fast ein Viertel (24% sehr unterstützen) steht dezidiert hinter einer Investition in Elektromobilität. Allerdings ist der grössere Teil der Unterstützung noch ungefestigt (40% eher unterstützen). Die Erfahrung zeigt, dass dieser Anteil im Zweifelsfall erodieren kann. Das tritt insbesondere dann ein, wenn bei einer Entscheidung nicht nur die Vorteile, sondern auch die individuellen Nachteile angesprochen werden. Es ist also zu vermuten, dass das grundsätzliche Wohlwollen zurückgehen wird, wenn eine Investition in Elektromobilität beispielsweise höhere Strompreise für die Kundschaft zur Folge hat.

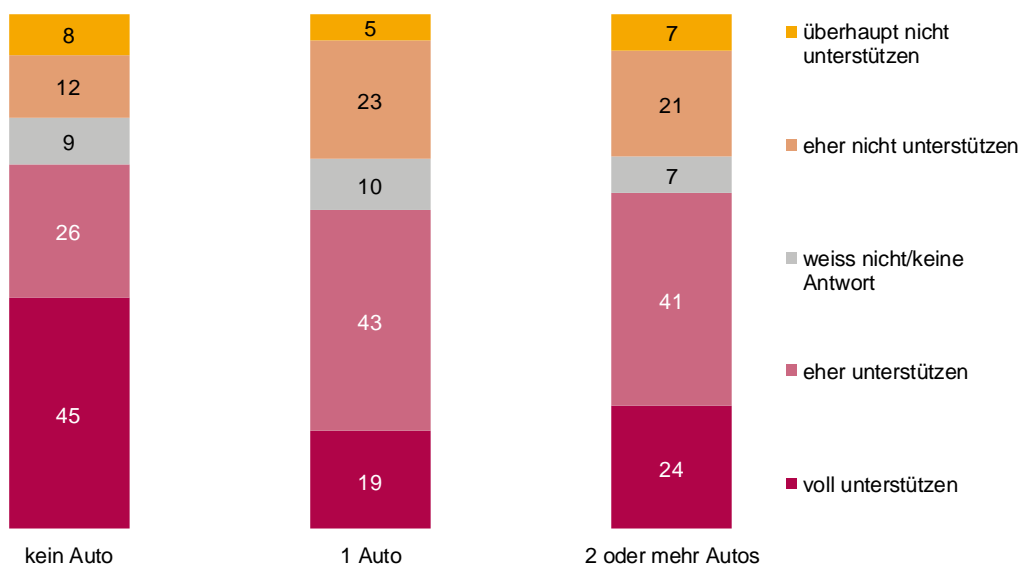
Dennoch ist heute das Wohlwollen in allen Untergruppen mehrheitlich zu finden, wenn auch mit unterschiedlicher Gewichtung:

Grafik 14

Unterstützung Investition Elektromobilität nach Anzahl Autos

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 804), sig.

Erstens findet sich ein erhöhter Anteil an dezidierten Unterstützerinnen und Unterstützern insbesondere unter den Personen, die heute kein Auto besitzen (71% voll und eher unterstützen summiert), wobei es keinen Unterschied macht, ob die Person selber über einen Fahrausweis verfügt oder nicht. Bei den Personen aus Haushalten mit einem (62%) oder mehreren Autos (65%) unterstützen Mehrheiten die Idee, allerdings sichtbar weniger dezidiert.

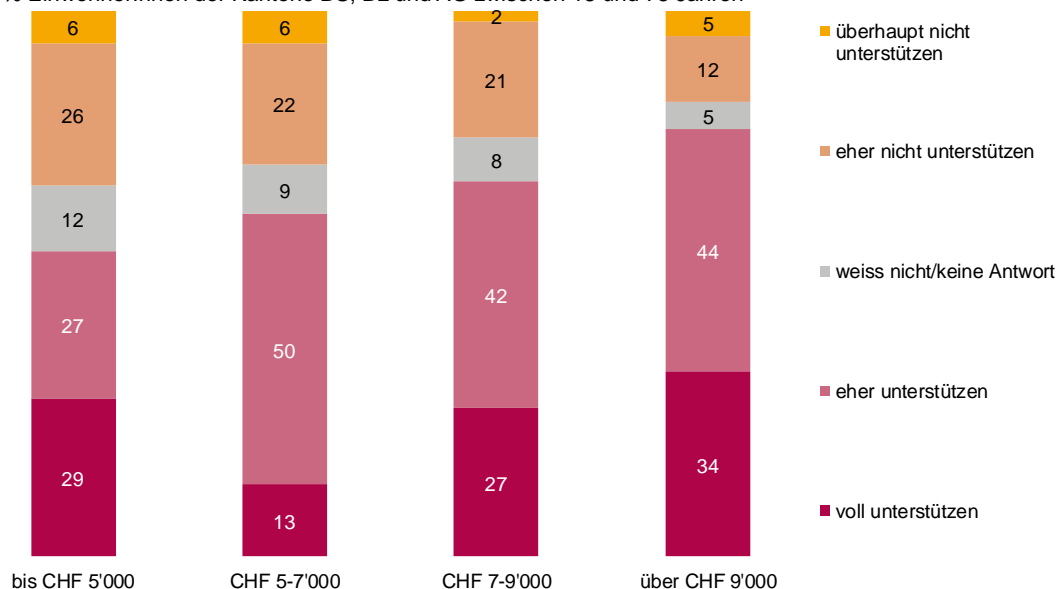
Es kann schon an dieser Stelle vermutet werden, dass der bewusste Verzicht auf ein Auto (mit Verbrennungsmotor) eine ähnliche Motivlage wie die generelle Unterstützung von Elektromobilität aufweist.

Grafik 15

Unterstützung Investition Elektromobilität nach Haushaltseinkommen

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 683), sig.

In der Einkommensklasse bis 5'000 Franken pro Monat ist die Unterstützung am geringsten (56%), bei mehr als 9'000 Franken am höchsten (78%). Die Einkommensklassen dazwischen rangieren sich auch hinsichtlich Unterstützung zwischen die beiden anderen Klassen (5'000-7'000 CHF: 63%; 7'000-9'000 CHF: 69%).

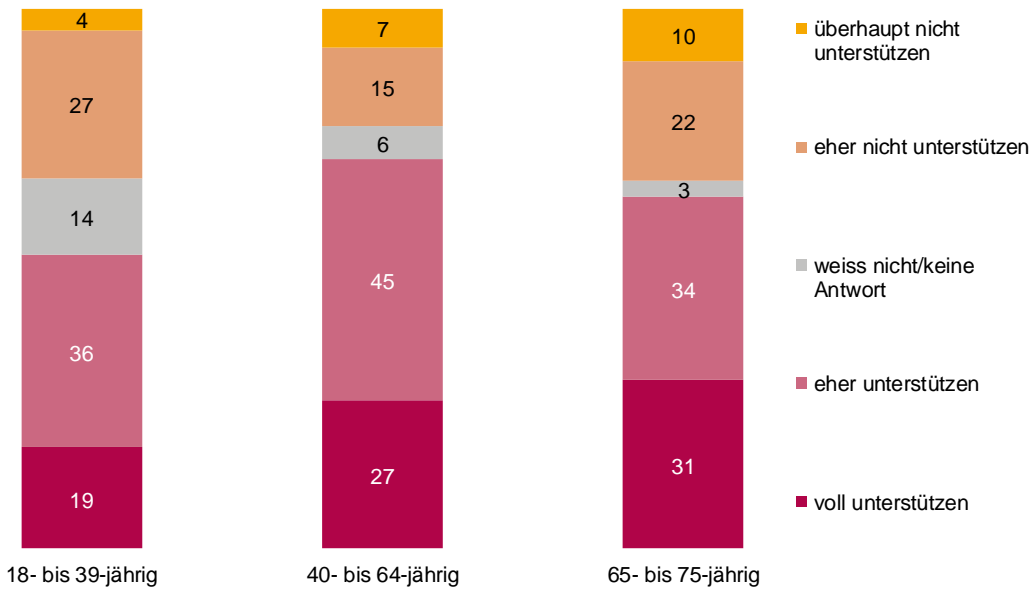
Hier kann weiter vermutet werden, dass eine aus der Investition erwachsende, individuelle Kostenfolge – welche bei den tieferen Einkommen gefühlt den grössten Wohlstandsverlust auszulösen vermögen – sich negativ auf die Unterstützung auswirken kann.

Drittens erscheint Elektromobilität je nach Alter unterschiedlich attraktiv: Vor allem die Altersgruppe zwischen 40 und 64 Jahren würde ein Elektrizitätsunternehmen voll oder eher unterstützen (72%), wenn es in Elektromobilität investieren würde. Die 65- bis 75-Jährigen sind etwas zurückhaltender (65%). Noch weniger Unterstützung erhält die Idee von den 18- bis 39-Jährigen (55%), wobei hier die ablehnende Haltung nicht grösser ist als bei der ältesten Kohorte, dafür überdurchschnittlich viele unentschieden sind (14% weiss nicht/keine Antwort).

Unterstützung Investition Elektromobilität nach Alter

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), sig.

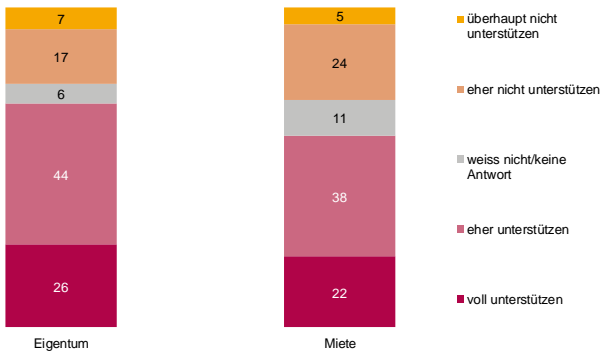
Viertens ist die Unterstützung von der Wohnsituation der Befragten abhängig:

Grafik 17

Unterstützung Investition Elektromobilität nach Wohnsituation

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren

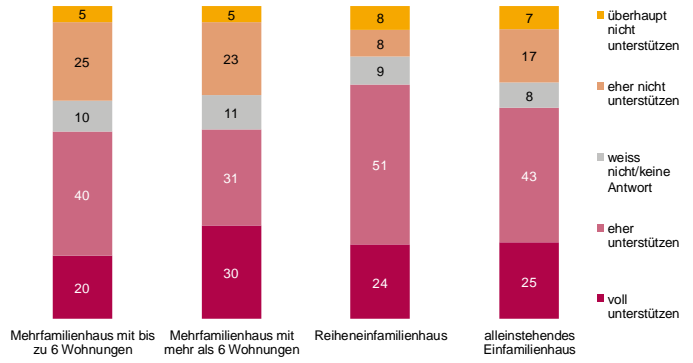


© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 777), sig.

Unterstützung Investition Elektromobilität nach Haussituation

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 803), sig.

Eigentümerinnen und Eigentümer (70%) stehen eher hinter der Idee als Mieterinnen und Mieter (60%). Das trifft zudem auf Personen in einem Reiheneinfamilienhaus (75%), tendenziell auch in einem alleinstehenden Einfamilienhaus (68%) zu.

Keine signifikanten Unterschiede finden sich zwischen den Geschlechtern, entlang der Haushaltsstruktur (Einzelpersonenhaushalt, Mehrpersonenhaushalt ohne Kind, Mehrpersonenhaushalt mit Kind), zwischen Stadt und Land sowie zwischen den Kantonen.

3.2.1 Zwischenbilanz

Trotz ihrer sehr geringen Verbreitung kennt über ein Viertel jemanden mit einem Elektroauto. Die relative Mehrheit würden sich im Internet über Elektromobilität und Elektroautos schlau machen wollen. Fast ein Drittel würde sich an eine Auto-Garage, jedoch nur jede und jeder Fünzigste an ein Elektrizitätsunternehmen wenden

Nicht ganz zwei Drittel unterstützen die Idee vollständig oder eher, dass ihr Stromanbieter in Elektromobilität investieren würde. Gut ein Viertel ist mehr oder weniger dezidiert anderer Meinung. Überdurchschnittlich für eine solche Investition sind Personen, die kein Auto besitzen, die über ein hohes Einkommen und Wohneigentum verfügen und im mittleren Alter sind.

3.3 Kaufentscheid

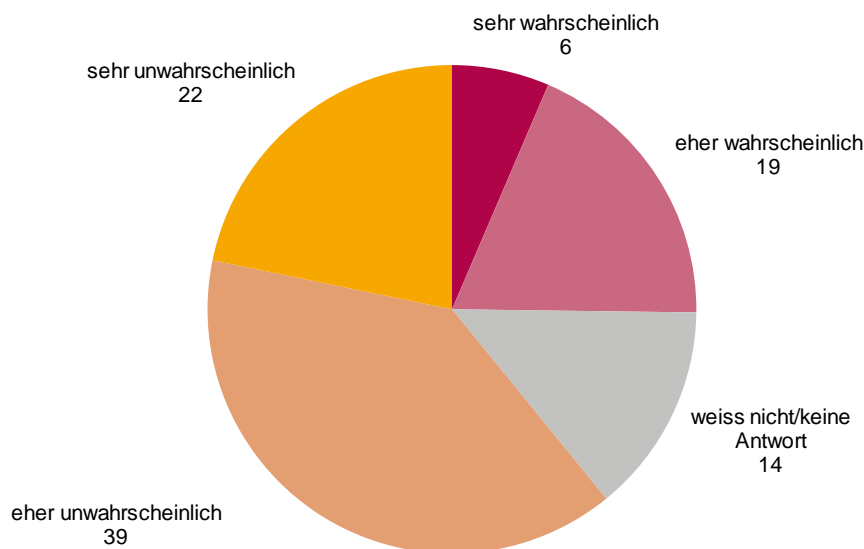
Das generelle Wohlwollen ist nicht gleichbedeutend mit einer Kaufabsicht eines Elektroautos:

Grafik 18

Entscheid für Elektroauto

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

61 Prozent halten es für sehr oder eher unwahrscheinlich, dass sie sich im Falle eines Autokaufs für ein Elektroauto entscheiden würden. Immerhin ein Viertel (25%) hält den Kauf für wahrscheinlich. Allerdings äussert nur der kleinere Teil davon eine gefestigte Absicht (6%). 14 Prozent wollten oder konnten keine Einschätzung abgeben, wie sie sich im hypothetischen Fall eines Autokaufs entscheiden würden.

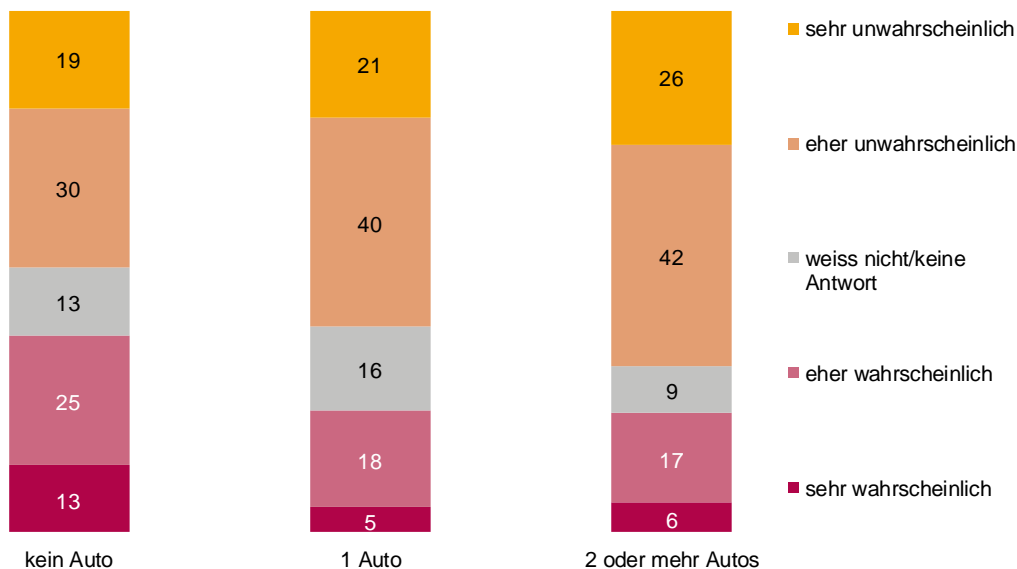
Hier zeigen sich – auf tieferem Niveau – dieselben soziodemographischen Verwerfungen wie bei der Unterstützung der Elektromobilität durch den eigenen Stromanbieter:

Grafik 19

Entscheid für Elektroauto nach Anzahl Autos

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 804), sig.

Zunächst zeigt sich erneut, dass vor allem Personen ohne Auto eher einen Hang zu Elektromobilität haben. 38 Prozent von ihnen würden sich sehr oder eher wahrscheinlich für ein Elektroauto entscheiden. Es gibt demnach ein gewisses Potenzial für Elektromobilität bei Leuten, die heute bewusst auf ein Auto (mit Verbrennungsmotor) verzichten. Allerdings muss man sich vor Augen führen, dass Personen ohne Auto relativ selten sind und nur ein Teil davon einen Fahrausweis besitzt. Auf die Grundgesamtheit gerechnet machen Personen ohne Auto und mit Fahrausweis, die ein Elektroauto kaufen würden weniger als 1 Prozent (sehr wahrscheinlich) respektive weniger als 4 Prozent (sehr und eher wahrscheinlich).

Die heutigen Besitzerinnen und Besitzer von Autos machen den deutlich grösseren Teil an der Gesamtbevölkerung aus. In dieser Gruppe würden nur 23 Prozent sehr oder eher wahrscheinlich ein Elektroauto kaufen. Auf die Gesamtbevölkerung gerechnet machen Personen mit Fahrausweisen in Haushalten mit Autos, die ein Elektroauto kaufen würden, rund 4 (sehr wahrscheinlich) respektive 19 Prozent (sehr und eher wahrscheinlich) aus.

Darauf aufbauend kann man versuchen, das langfristige Potenzial von Elektroautos in den Kantonen Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Aargau abzuschätzen: Das Kernpotenzial kann auf rund 4 Prozent geschätzt werden. Dabei handelt es sich um Personen, die bereits heute ein Auto besitzen und fahren können und einen Kauf als sehr wahrscheinlich bezeichnen. Bei dieser Gruppe ist die Wahrscheinlichkeit am höchsten, dass sie die hypothetische Kaufabsicht dereinst in einen tatsächlichen Kaufentscheid münden lassen. Damit würde in den Kantonen Basel-Stadt, Basel-Landschaft und Aargau eine tiefe, fünfstellige Anzahl an Elektroautos herumfahren.

Schon weniger sicher ist das bei der Gruppe, die wir als Ausbaupotenzial bezeichnen. Die setzt sich aus drei Teilgruppen zusammen: erstens Personen mit Auto und Fahrausweis, die den Kaufentscheid aber nur als eher wahrscheinlich

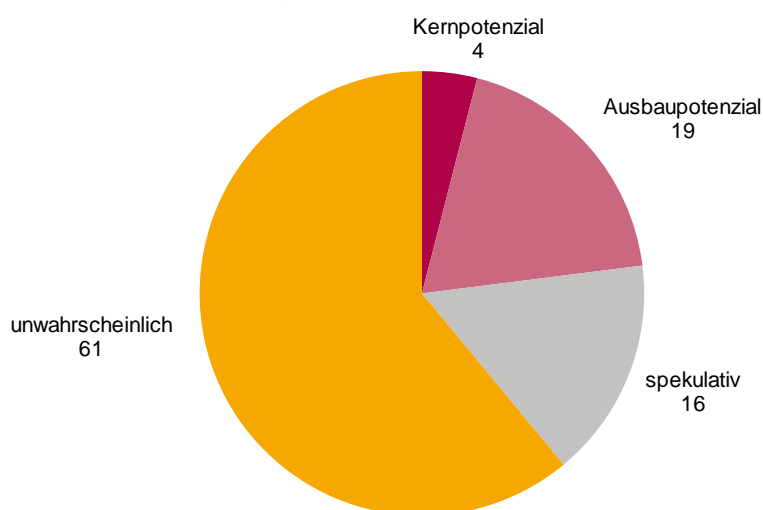
bezeichnen; zweitens aus Personen ohne Auto, die aber einen Ausweis hätten und den Kauf als (sehr oder eher) wahrscheinlich einstufen; und drittens aus jenen, die nicht selber fahren können, aber in einem Haushalt mit Auto leben und ein Elektroauto wahrscheinlich kaufen würden. Insgesamt handelt es sich hierbei um Personen, die Elektroautos gegenüber grundsätzlich positiv eingestellt sind, aber entweder noch nicht vollständig davon überzeugt sind, heute kein Auto besitzen oder nicht selber fahren können. Der Schritt zu einem Elektroauto ist demnach grösser als bei der Gruppe, die wir als Kernpotenzial bezeichnen. So berechnet beläuft sich das Ausbaupotenzial auf 19 Prozent der Grundgesamtheit.

Grafik 20

Entscheid für Elektroauto – Potenzial

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Kernpotenzial = Kaufentscheid sehr wahrscheinlich, heutiger Autobesitz **und** Fahrausweis

Ausbaupotenzial = Kaufentscheid sehr/eher wahrscheinlich, heutiger Autobesitz **oder** Fahrausweis

spekulativ = Kaufentscheid unentschieden oder sehr/eher wahrscheinlich **ohne** heutigen Autobesitz oder Fahrausweis

unwahrscheinlich = Kaufentscheid sehr/eher unwahrscheinlich

Als spekulativ gruppieren wir die 16 Prozent, die entweder keine Meinung zum Autokauf geäussert haben oder zwar Elektroautos aufgeschlossen gegenüberstehen, jedoch heute kein Autobesitzer und auch keine Fahrerlaubnis haben.

Die grösste Gruppe bleiben die 61 Prozent, die einen Kauf heute als sehr oder eher unwahrscheinlich bezeichnen.

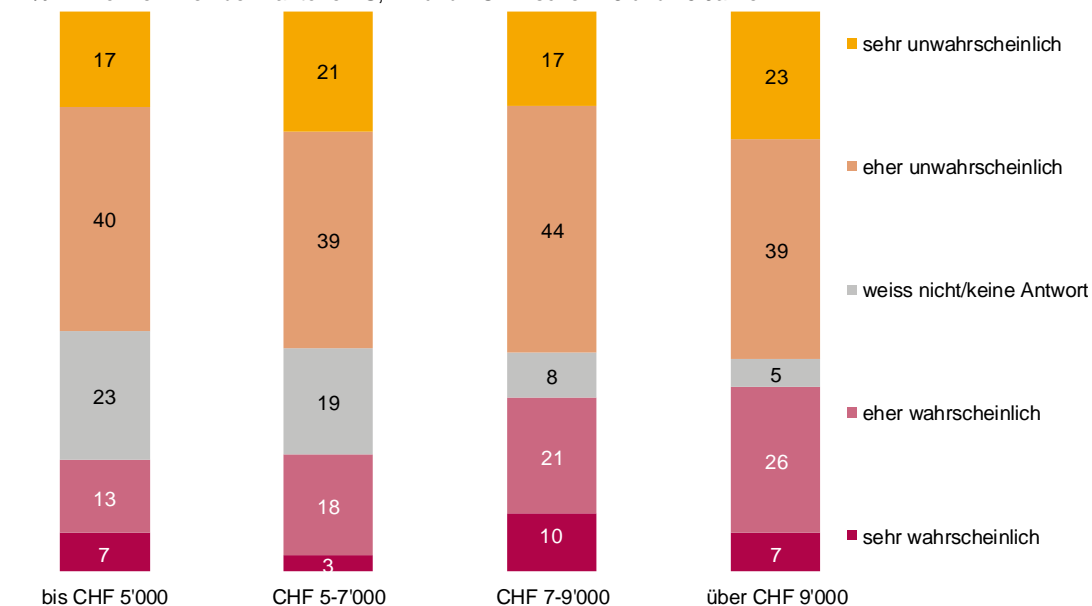
Bei Elektromobilität im motorisierten Individualverkehr muss also auch auf absehbare Zeit davon ausgegangen werden, dass es ein Nischenmarkt bleibt, wobei 4 Prozent zurzeit realistischer erscheinen als 23 Prozent (Kern- und Ausbaupotenzial). Diese Schätzung basiert auf der Annahme, dass die heute vorhandene Bedürfnisstruktur auch auf absehbare Zeit relativ stabil bleibt.

Weiter zeigt sich erneut die Abhängigkeit von der eigenen wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit: In der tiefsten Einkommensklasse hält nur ein Fünftel (20%) den Kauf eines Elektroautos für sehr oder eher wahrscheinlich, bei der höchsten Einkommensklasse ist es immerhin ein Drittel (33%). Die Grenze scheint in der Nähe von einem Monatseinkommen von 7'000 Franken zu liegen: Zwischen 5'000 und 7'000 Franken liegt die selbstgeäusserte Wahrscheinlichkeit bei 21 Prozent, zwischen 7'000 und 9'000 schon bei 31 Prozent. Allerdings sind die tieferen Einkommen stärker unentschieden als ablehnend (bis CHF 5'000: 23% weiss nicht, CHF 5'000-7'000: 19%).

Entscheid für Elektroauto nach Haushaltseinkommen

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



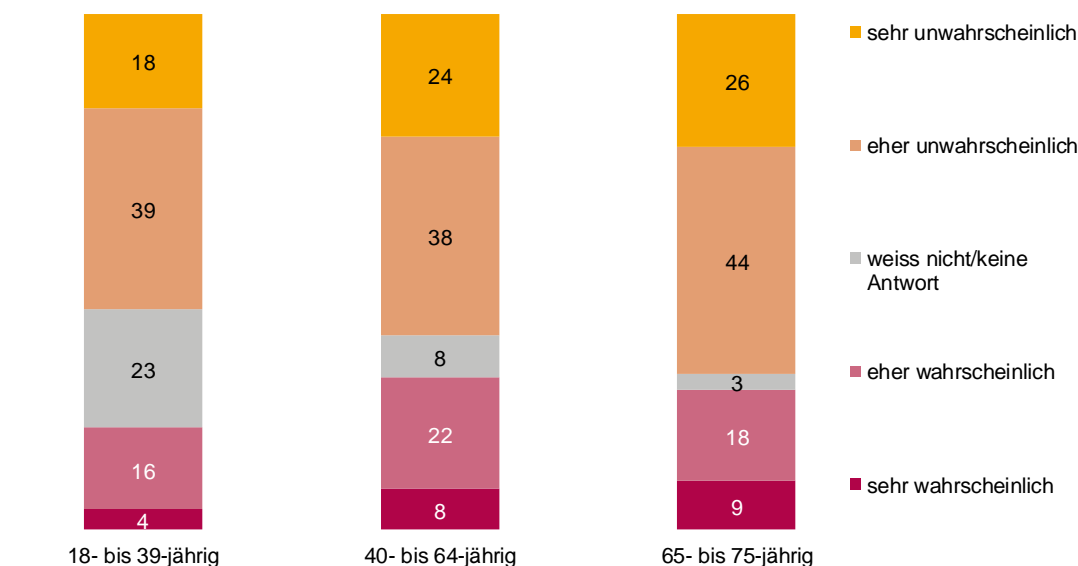
© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 683), sig.

Der Markt für Elektroautos wird demnach eine Nische sein, die eher für Gutverdienende attraktiv ist.

Entscheid für Elektroauto nach Alter

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), sig.

40- bis 64-Jährige geben zu 30 Prozent an, sehr oder eher wahrscheinlich ein Elektroauto zu kaufen. Bei den 65- bis 75-Jährigen ist die Wahrscheinlichkeit

etwas geringen (27%) und vor allem die ablehnende Haltung stärker (70% sehr oder eher unwahrscheinlich).

Zu einem grösseren Teil unschlüssig sind die 18- bis 39-Jährigen: Fast ein Viertel (23%) kann sich nicht entscheiden und die übrigen Befragten dieser Alterskohorte haben eine weniger gefestigte Meinung als die Befragten der älteren Kohorten. Insgesamt sind bei den jüngsten Befragten demnach sowohl die Anteile sehr und eher wahrscheinlich (20%) als auch sehr und eher unwahrscheinlich (57%) unterdurchschnittlich ausgeprägt. Informationskampagnen hätten damit das grösste Potenzial in der jüngsten Altersgruppe, meinungsbildend zu wirken.

Elektroautos sind demnach stärker im mittleren als im höheren Alter begehrt, während die Jungen überdurchschnittlich unschlüssig sind.

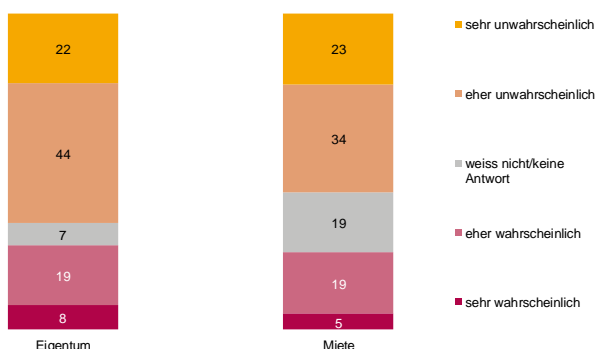
Zuletzt zeigt sich auch ein Unterschied entlang der Wohn- und Haussituation:

Grafik 23

Entscheid für Elektroauto nach Wohnsituation

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren

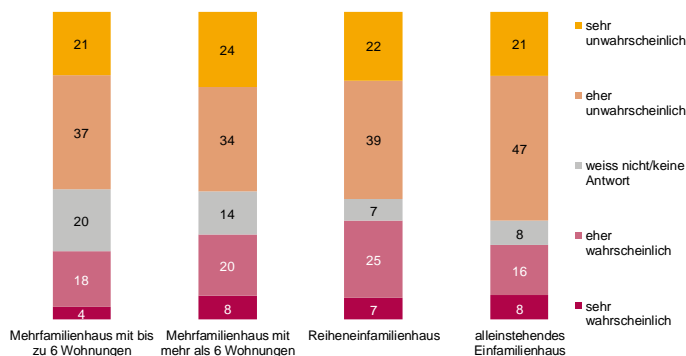


© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 777), sig.

Entscheid für Elektroauto nach Haussituation

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 803), sig.

Der Hauptunterschied liegt darin, dass Mieterinnen und Mieter (19% weiss nicht) respektive Bewohnerinnen und Bewohner von Mehrfamilienhäuser (bis zu 6 Wohnungen: 20%; mehr als 6 Wohnungen: 14%) stärker unentschieden sind als die jeweiligen Gegengruppen.

Man kann vermuten, dass hier die Möglichkeit, das Auto auf dem eigenen Parkplatz aufzuladen, eine Rolle spielt: Während Eigentümerinnen und Eigentümer diese per bauliche Massnahme nachrüsten können, sind Mieterinnen und Mieter von Dritten abhängig. Entsprechend ist ein (hypothetischer) Kauf eines Elektroautos mit mehreren Unbekannten gespickt.

Zudem zeigt sich – wie bei der Unterstützung des Stromanbieters – unter Bewohnerinnen und Bewohnern von Reiheneinfamilienhäusern (32%) eine erhöhte Bereitschaft, sich auf Elektromobilität einzulassen.

Wie bei der Unterstützung des Stromanbieters bezüglich Investitionen in Elektromobilität finden sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Geschlechtern, entlang der Haushaltsstruktur, zwischen Stadt und Land sowie zwischen den Kantonen.

3.3.1 Zwischenbilanz

Das generelle Wohlwollen ist nicht gleichbedeutend mit einer Kaufabsicht eines Elektroautos: 61 Prozent halten den Kauf eines Elektroautos für sehr oder eher unwahrscheinlich, immerhin ein Viertel für sehr oder eher wahrscheinlich.

Realistisch eingeschätzt liegt das langfristige Kernpotenzial für Elektroautos bei gleichbleibender Bedürfnisstruktur bei rund 4 Prozent. Zusätzlich kann ein Ausbaupotenzial von 19 Prozent geschätzt werden.

Vor allem Personen ohne Auto haben einen Hang zu Elektromobilität, machen aber nur einen kleinen Teil der Grundgesamtheit aus. Elektromobilität im Individualverkehr bleibt auf absehbare Zeit ein Nischenmarkt, der vor allem für Gutverdienende im mittleren Alter mit Wohneigentum attraktiv ist, während Mieterinnen und Mieter sowie die junge Alterskohorte überdurchschnittlich ungeschlüssig sind.

3.4 Argumente

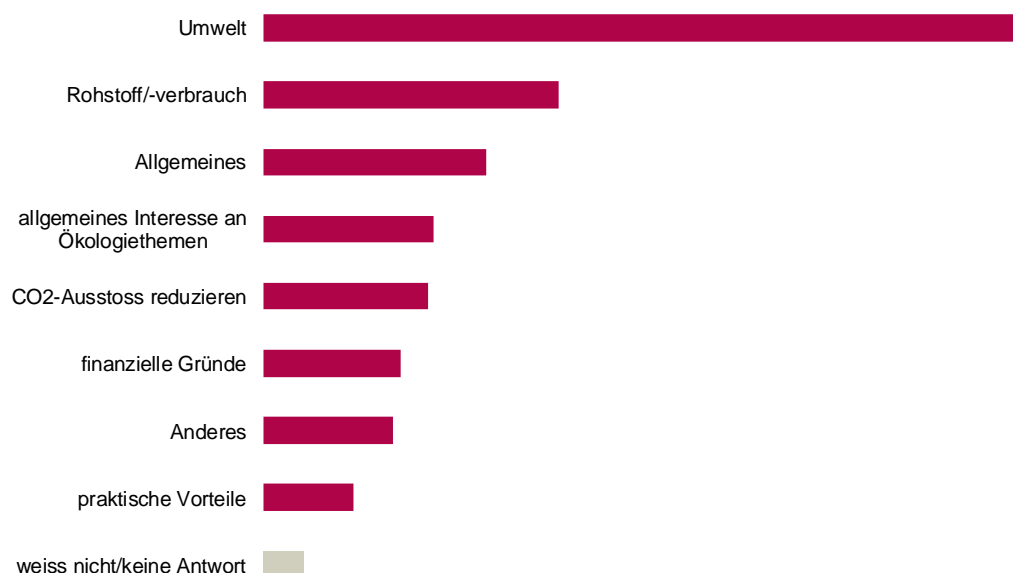
Der Entscheid zugunsten eines Elektroautos fällt man primär mit Sicht auf die Umwelt:

Grafik 24

Filter Gründe für Kauf Elektroautos

"Welche Gründe sprechen aus heutiger Sicht für Sie persönlich eher für den Kauf eines Elektroautos?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren, die sich sehr/eher wahrscheinlich für ein Elektroauto entscheiden würden



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 204)

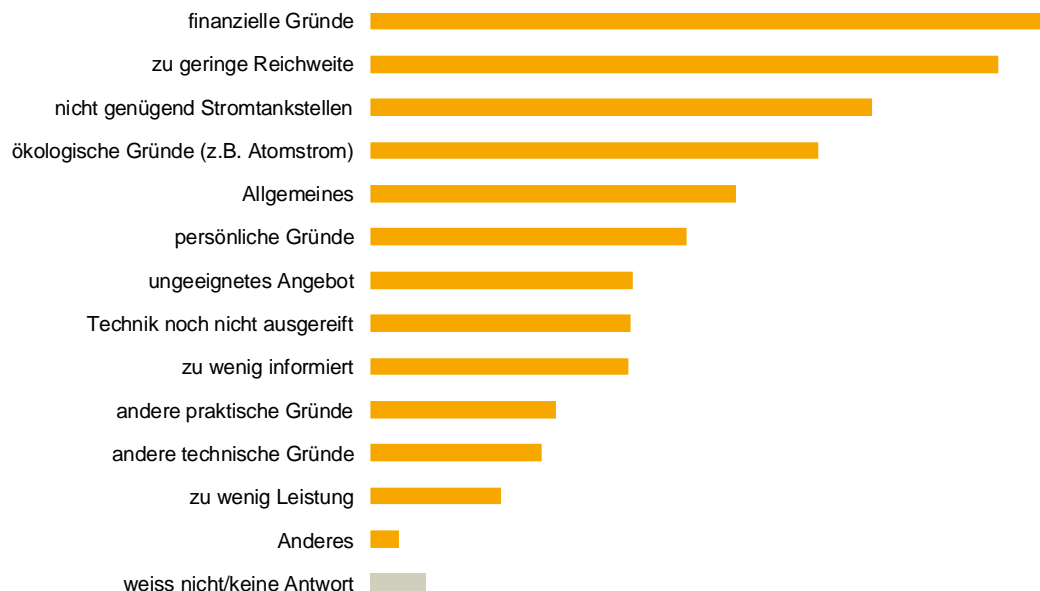
Bei den ungestützten Fragen nach den Motiven liegen Umweltaspekte (Umweltschutz, umweltfreundlich, umweltbewusst) klar an erster Stelle. Auch auf den Plätzen dahinter ist der Bezug zur Umwelt deutlich ersichtlich: Am zweithäufigsten wird der auf den Ressourcenverbrauch, an vierter Stelle auf ein allgemeines Interesse an Ökologithemen und an fünfter auf die Reduktion des CO₂-Ausstosses verwiesen. Seltener werden finanzielle (z.B. Strom ist billiger als Benzin) oder praktische Gründe (z.B. geeignet für kurze Strecken, ideales Stadtauto) vorgebracht. Ergänzt wird die spontane Motivlage durch andere, allgemeine Äusserungen (z.B. man muss etwas Neues probieren, macht Sinn, zukunftsweisend).

Grafik 25

Filter Gründe gegen Kauf Elektroautos

"Welche Gründe sprechen aus heutiger Sicht für Sie persönlich eher gegen den Kauf eines Elektroautos?"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren, die sich sehr/eher unwahrscheinlich für ein Elektroauto entscheiden würden



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (n = 500)

Knapp an erster Stelle liegen finanzielle Gründe, vor allem die Anschaffungskosten, seltener Unterhaltskosten. Fast gleich häufig wird die geringere Reichweite von Elektroautos genannt, gefolgt von der geringen Dichte an Stromtankstellen.

An vierter Stelle folgen ökologische Gründe, die gegen ein Elektroauto sprechen, nämlich die Herkunft des Stromes (z.B. aus Atomkraftwerken resp. der Mangel an alternativen Energien) oder die Entsorgung und Herstellung der Batterie. Folglich kann man aus ökologischen Gründen sowohl für als auch gegen Elektroautos eingestellt sein.

Im Mittelfeld der Motive finden sich einerseits persönliche Gründe (z.B. zu alt, kein Bedarf für ein Auto, kein Fahrausweis), das als ungeeignet eingestufte Angebot (z.B. Elektroautos sind zu klein, geringe Auswahl, gibt keine Occasionen, ästhetische Gründe), die unausgereifte Technik wie auch das Fehlen der nötigen Informationen, um sich für ein Elektroauto zu entscheiden.

Zu den seltener genannten Begründungen zählen die geringe Leistungsfähigkeit, andere technische (z.B. Aufladen dauert zu lange) und praktische Gründe.

Drei der fünf abgefragten Argumente für Elektroautos werden mehrheitlich akzeptiert:

Grafik 26

Pro-Argumente Elektromobilität

"Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen, die man zu Elektroautos immer wieder hören kann. Sagen Sie mir jeweils, ob Sie damit sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind.."

weniger Lärm "Elektroautos machen weniger Lärm als Autos mit Verbrennungsmotoren."

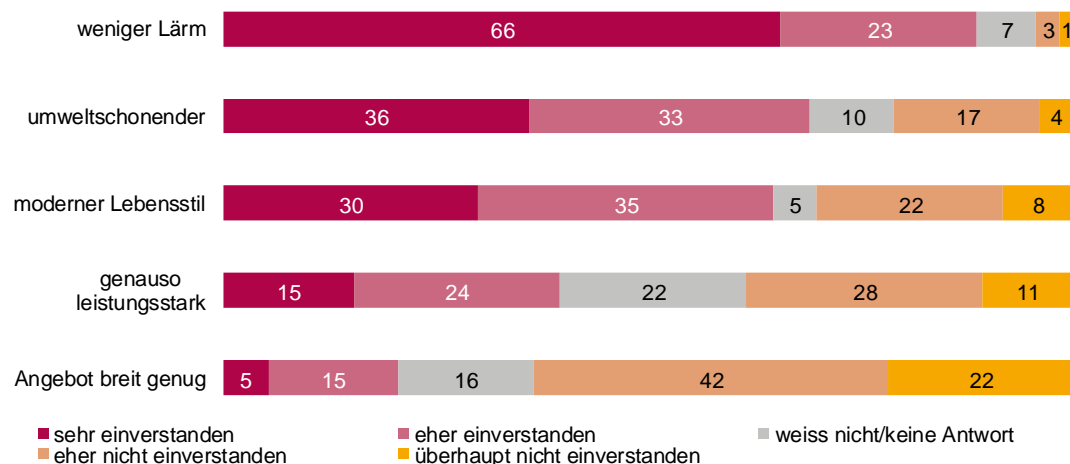
umweltschonender "Elektroautos sind umweltschonender als Autos mit Verbrennungsmotoren."

moderner Lebensstil "Elektroautos passen zu einem modernen Lebensstil."

genauso leistungsstark "Heutige Elektroautos sind genauso leistungsstark wie Autos mit Verbrennungsmotor."

Angebot breit genug "Das Angebot an Elektroautos ist breit genug, damit jeder ein Elektroauto für seine Bedürfnisse finden kann."

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Praktisch unwidersprochen ist, dass Elektroauto weniger Lärm verursachen; 89 Prozent sehen (resp. hören) das so. 69 Prozent sind sehr oder eher einverstanden, dass Elektroautos grundsätzlich umweltschonender sind als Autos mit Verbrennungsmotoren und 65 Prozent verknüpfen Elektroautos mit einem modernen Lebensstil.

Den modernen Lebensstil betonen Personen aus Haushalten mit Kindern (73%) sowie Einkommen über 9'000 Franken (74%) überdurchschnittlich. Letztere sind auch überzeugter vom Umweltargument (81%), was auch auf Personen ab 65 Jahren (79%), ohne Auto (80%) oder ohne Fahrausweis (79%) zutrifft. Die höhere Lärmbelastung nehmen überdurchschnittlich die Männer wahr (94%), während Frauen (9% weiss nicht/keine Antwort) und Personen ohne Fahrausweis (17%) eher Mühe bekunden, dies einzuschätzen.

Umstritten ist, ob Elektroautos auch gleich leistungsfähig sind wie Autos mit Verbrennungsmotoren: 39 Prozent stimmt der Aussage zu, eine gleichgrosse Gruppe lehnt sie ab. Mit 22 Prozent ist der Anteil an Personen, die dies nicht beurteilen können, relativ hoch. Frauen, alleinlebende Personen (je 32% weiss nicht/keine Antwort), Mieterinnen und Mieter (27%) und Haushaltseinkommen zwischen 5'000 und 7'000 Franken (29%) ist dies überdurchschnittlich oft der Fall.

Das Angebot an Elektroautos wird deutlich als zu wenig breit wahrgenommen. Nur ein Fünftel (20%) sind mit der Angebotsbreite sehr oder eher zufrieden, fast zwei Drittel nicht (64% eher und überhaupt nicht einverstanden). Erhöht ist die Zustimmung zum Argument unter jenen ohne Auto (31%). Diese haben aber auch vermehrt Mühe, dies einzuschätzen (23% weiss nicht/keine Antwort), was auch auf Personen ohne Fahrausweis (27%) und Frauen (22%) überdurchschnittlich zutrifft.

Grafik 27

Contra-Argumente Elektromobilität

"Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen, die man zu Elektroautos immer wieder hören kann. Sagen Sie mir jeweils, ob Sie damit sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind.."

zu wenig Stromtankstellen "Das Netz an Stromtankstellen, an denen man ein Elektroauto aufladen könnte, ist zu wenig dicht."

geringere Reichweite "Mit einem Elektroauto mit vollen Batterien kommt man weniger weit als mit einem voll aufgetankten Auto mit Verbrennungsmotor."

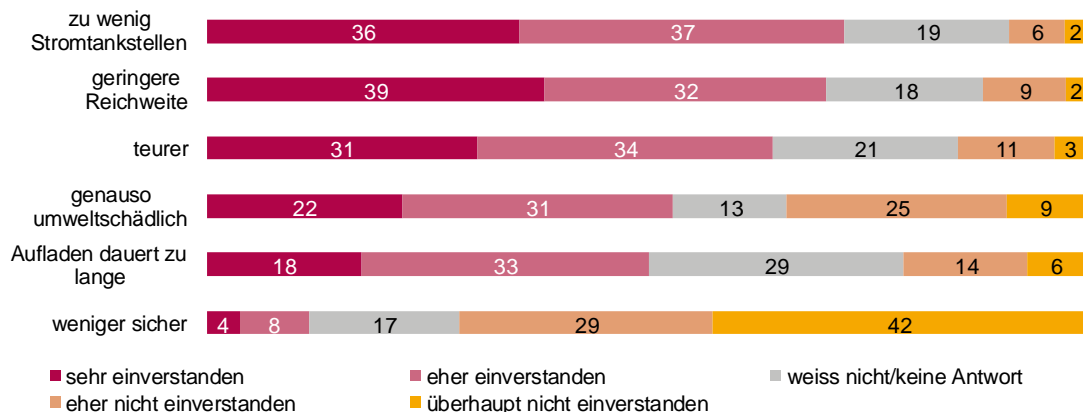
teurer "Elektroautos sind in der Anschaffung und in der Nutzung teurer als Autos mit Verbrennungsmotoren."

genauso umweltschädlich "Elektroautos sind genauso umweltschädlich wie Autos mit Verbrennungsmotor, wenn der Strom nicht aus erneuerbaren Energien stammt."

Aufladen dauert zu lange "Es dauert viel zu lange, die Batterie eines Elektroautos voll aufzuladen."

weniger sicher "Elektroautos sind weniger sicher als herkömmliche Autos."

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Relativ deutlich wird die geringe Dichte an Stromtankstellen (73% sehr und eher einverstanden) und die geringe Reichweite der Elektroautos (71%) bemängelt. Fast zwei Drittel (65%) sind der Meinung, dass Elektroautos teurer sind als Auto mit Verbrennungsmotor.

Allen drei Argumente stimmen Männer stärker zu (Tankstellen 78%, Reichweite 80%, teurer 75%); Frauen geben dagegen häufiger an, keine Einschätzung abgeben zu können (23%, 27% resp. 31% weiss nicht/keine Antwort). Letzteres gilt auch für Personen, die keine Auto besitzen (29%, 30% resp. 30%). Zudem wird die mangelnde Reichweite von Einkommensklassen über 7'000 Franken (78% sehr und eher einverstanden) und der höhere Preis von Einpersonenhaushalten (75%) und bis 39-Jährigen (72%) öfters bemängelt.

Knapp absolute Mehrheiten hegen Zweifel, dass Elektroautos mit Strom aus nicht-erneuerbaren Quellen umweltschonender sein sollen (53%) und bemängeln die lange Ladedauer der Batterien (51%). Letzteres kann jedoch von 29 Prozent nicht beantwortet werden.

Wiederum stimmen Männer den Argumenten eher zu (genauso umweltschädlich 56%, Aufladen 60%), während Frauen verstärkt keine Einschätzung abgeben (16% resp. 43% weiss nicht/keine Antwort). Personen ohne Auto haben ebenfalls mehr Mühe, die Ladedauer einzuschätzen (37%). Die Ladedauer wird häufiger von Mieterinnen und Mietern (56%), bis 39-Jährigen (61%) und Personen aus kleineren und mittleren Agglomerationen (58%) als Problem gesehen. Die Umweltschädlichkeit bei nicht-erneuerbaren Energiequellen wird zudem überdurchschnittlich von der Einkommensklasse zwischen 7'000 und 9'000 Franken (59%) und unterdurchschnittlich von den 65- bis 75-Jährigen (46%) genannt.

Dass Elektroautos weniger sicher als herkömmliche Autos sein sollen, wird nur von 12 Prozent bestätigt. Der Hauptunterschied zwischen den soziodemographischen Gruppen besteht in der Höhe der Anteile "weiss nicht/keine Antwort": Die tiefsten Einkommen (26%), Mieterinnen und Mieter (22%), Einpersonen-

haushalte (27%), 18- bis 39-Jährige (24%) und Personen ohne Fahrausweis (28%) bekunden mehr Mühe, die Sicherheit von Elektroautos mit normalen Autos zu vergleichen.

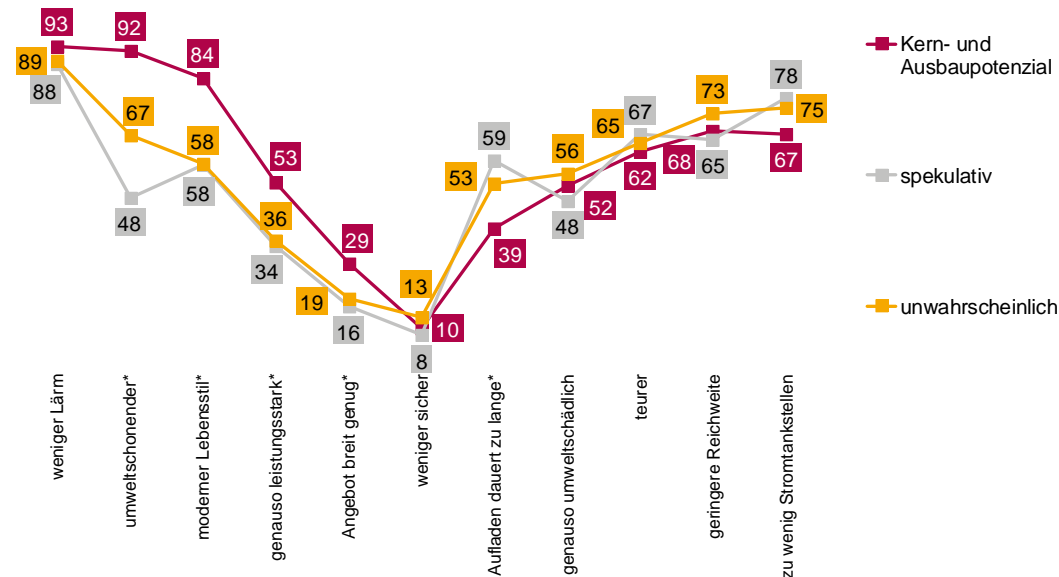
Wenn wir in einem weiteren Schritt die Argumente mit Blick auf die zum Kern- und Ausbaupotenzial zählenden Personen betrachten, ergibt sich folgendes Bild:

Grafik 28

Argumente Elektromobilität nach Potenzial

"Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen, die man zu Elektroautos immer wieder hören kann. Sagen Sie mir jeweils, ob Sie damit sehr einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind.."

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren, Anteil sehr und eher einverstanden



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), *sig.

Grundsätzlich stimmt das Kern- und Ausbaupotenzial erwartungsgemäss den Pro-Argumenten stärker als die Grundgesamtheit zu. Insbesondere den Umweltaspekt (92%) wie auch den modernen Lebensstil (84%) wird den Elektroautos in dieser Gruppe deutlich stärker zugesprochen. Ebenso sieht eine Mehrheit, dass Elektroautos hinsichtlich ihrer Leistungskraft durchaus mit Autos mit Verbrennungsmotoren mithalten können (53%), was in der Grundgesamtheit nicht mehrheitlich angelegt ist. Jedoch findet auch nur eine Minderheit des Kern- und Ausbaupotenzials, dass das derzeitige Angebot breit genug sei (29%).

Hinsichtlich der Einschätzung der Contra-Argumente weicht das Kern- und Ausbaupotenzial weniger stark ab: Es erachtet die das Tankstellennetz ebenfalls als zu wenig dicht (67%), die Reichweite der Batterien als zu gering (68%), Elektroautos als teurer als herkömmliche Autos (62%) und als umweltschädlich, wenn kein Strom erneuerbaren Energien eingesetzt wird (52%). Ebenso teilen sie wie die übrigen Gruppen nur minderheitlich die Meinung, Elektroautos seien weniger sicher (10%). Von einer zu langen Ladezeit sind hingegen nur 39 Prozent überzeugt, was weniger ist als in der Grundgesamtheit.

Insgesamt kann man dem Kern- und Ausbaupotenzial nicht vorwerfen, ein blauäugiges Bild von Elektromobilität zu haben; sie gewichtet die Vorteile stärker, blenden aber die vorhandenen Nachteile nicht aus.

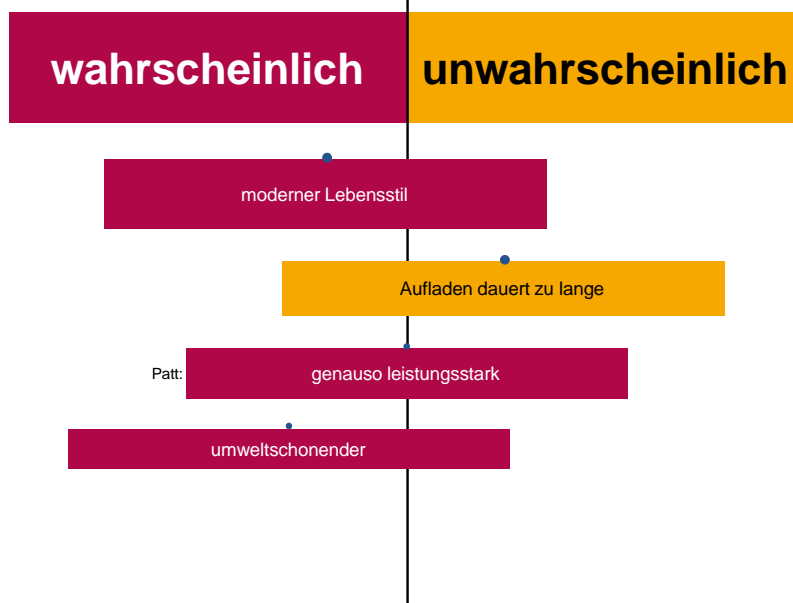
Die Zustimmungshöhe zu den Argumenten ist ein Aspekt, der andere ist ihre Wirksamkeit auf den (hypothetischen) Kaufentscheid:

Grafik 29

Regressionsanalyse Entscheid für Elektroauto nach Argumenten Elektromobilität

"Unabhängig davon, ob Sie im Moment ein neues Auto brauchen oder nicht: Wenn Sie ein neues Auto kaufen würden, wie wahrscheinlich würden Sie sich dabei für ein Elektroauto entscheiden? Wäre das sehr wahrscheinlich, eher wahrscheinlich, eher unwahrscheinlich oder sehr unwahrscheinlich?"

EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), gewichtet, $R^2 = .108$

Lesehilfe: Die eingesetzte Methode der linearen Regression beschreibt die Grösse des Einflusses von unabhängigen Variablen auf eine abhängige Variable. In unserem Beispiel beschreiben wir die Grösse des Einflusses verschiedener Aussagen auf Kaufentscheid für ein Elektroauto. In der Grafik erscheinen die Elemente dabei in verschiedenen Grössen: Je grösser und weiter oben die Aussage dargestellt ist, desto wichtiger ist ihr Einfluss auf die Akzeptanz. Die Farbe beschreibt die Stossrichtung der Wirkung. Rot eingefärbte Aussagen wirken positiv (Kauf wahrscheinlicher), während orange eingefärbte Aussagen negativ wirken (Kauf weniger wahrscheinlich). Das R^2 gibt Auskunft darüber, wie erklärungskräftig ein Modell insgesamt ist – je näher der Wert bei 1 liegt, desto grösser ist der Anteil der Varianz in der abhängigen Variable, der mit den unabhängigen Variablen erklärt wird. Argumente, welche in der Grafik nicht erscheinen, haben keinen Einfluss. Die schwarze Linie in der Mitte der Abbildung bezeichnet den Median. Befindet sich ein Element genau auf der Mitte der Linie, bedeutet dies, 50 Prozent der Befragten sind mit der Aussage sehr oder eher einverstanden, während die anderen 50 Prozent überhaupt nicht oder eher nicht einverstanden sind ("weiss nicht/keine Antwort"-Angaben werden dafür ausgeklammert). Je weiter das Kästchen nach links oder rechts von der 50-Prozentlinie abweicht, desto grösser ist die Zustimmung bzw. Ablehnung zur betreffenden Aussage. Der rote Punkt dient als Lesehilfe, er markiert jeweils die Mitte des Kästchens.

Mittels einer Regression lässt sich festhalten, welche Argumente dazu führen, dass man den Kauf eines Elektroautos als wahrscheinlicher und mit welchen man ihn als weniger wahrscheinlich einstuft. Die stärkste, positive Wirkung weist der moderne Lebensstil auf: Wer Elektroautos passend für einen modernen Lebensstil hält, würde sich mit höherer Wahrscheinlichkeit ein Elektroauto kaufen. Auch das Gegenteil trifft zu, jedoch äussert nur eine Minderheit, dass ein Elektroauto nicht zu einem modernen Lebensstil passt. Ebenfalls spricht für den Kauf, dass Elektroautos umweltschonender als Autos mit Verbrennungsmotor sind; allerdings ist diese Wirkung geringer als die Zuschreibung eines modernen Lebensstils.

Zu einem Elektroauto neigt zudem, wer Elektroautos für gleich leistungsfähig wie Autos mit Verbrennungsmotoren hält, was allerdings in der Bevölkerung umstritten ist.

Hauptkritikpunkt, der in der heutigen, selbstgeäusserten Kaufentscheidung am stärksten gegen den Kauf spricht, ist die lange Ladezeit. Die Kritik ist in der Bevölkerung mehrheitlich vorhanden, ist das zweitwirksamste Argument und hat eine negative Wirkung auf den Kaufentscheid.

Die übrigen Argumente sind nicht Teil des Modells, das heisst, dass sie keine zusätzliche Erklärungskraft zu den vier Argumenten im Modell bieten. Insgesamt

samt hat das Gesamtmodell jedoch nur eine Erklärungskraft von rund 11 Prozent ($R^2 = 0.108$), oder anders gesagt: 89 Prozent der Kaufentscheidung kann mit den getesteten Argumenten nicht erklärt werden. Dieser hängt also noch von weiteren Kriterien ab, die im Fragebogen nicht enthalten waren. Zudem kann vermutet werden, dass ein grösserer Teil der Antworten einem Bauchentscheid zuzuschreiben ist, da es sich nur um eine hypothetische und nicht um eine real bevorstehende Entscheidung handelt. Es bestehen offenbar noch Zweifel an Elektroautos.

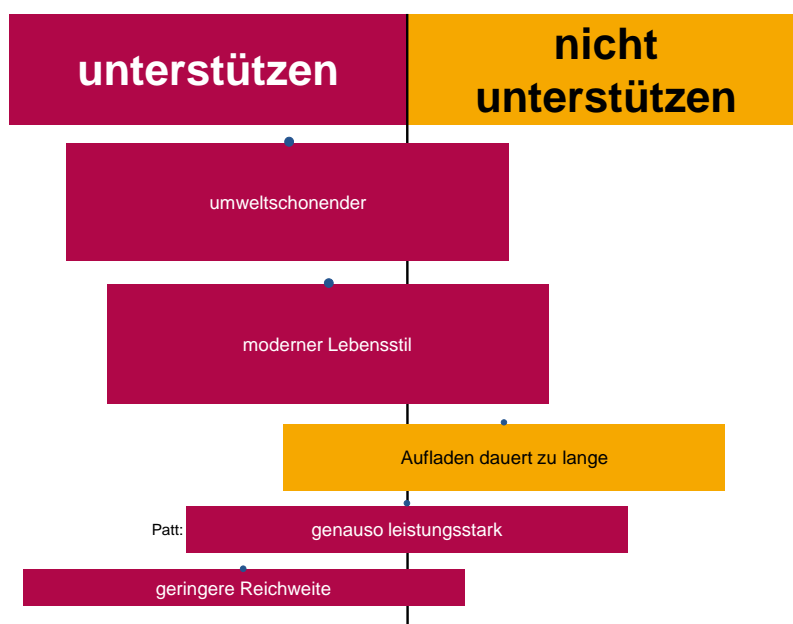
Interessanterweise kann mit den Argumenten besser erklärt werden, warum man die Idee unterstützt, dass der eigene Stromanbieter in Elektromobilität investiert:

Grafik 30

Regressionsanalyse Unterstützung Investition Elektromobilität nach Argumenten Elektromobilität

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), gewichtet, $R^2 = .226$

Mit dem Modell können immerhin rund 23 Prozent ($R^2 = 0.226$) erklärt werden. Stärker als beim Kaufentscheid spielen Umweltaspekte eine Rolle. Oder anders formuliert: Umweltschutz ist gut, solange andere (Stromanbieter) die Kosten dafür tragen. Bei Entscheidungen, die individuell nachteilig sein können (Komforteinbussen), wird dem Umweltschutz ein geringeres Gewicht beigemessen. Entsprechend unterstützen Mehrheiten das Engagement des Stromanbieters in Elektromobilität, sehen sich selber aber nur minderheitlich als Nutzende dieser Elektromobilität.

An zweiter Stelle folgt mit fast gleicher Wirkungsstärke der moderne Lebensstil. Elektroautos und Elektromobilität allgemein scheinen also verstärkt einem gewissen Lifestyle zu entsprechen.

Wie beim Elektroauto spricht die lange Ladezeit gegen die Investition in Elektromobilität, während die Vermutung von vergleichbarer Leistungsstärke eine (schwächere) positive Wirkung hat.

Interessant ist das am schwächsten wirksame Argumente: Wer Elektroautos eine geringere Reichweite als Autos mit Verbrennungsmotoren zuschreibt, ist eher für die Investition in Elektromobilität. Es ist zu vermuten, dass gerade weil die Reichweite von Elektroautos heute noch geringer ist, erachtet die Mehrheit die Investitionen für nötig, um diesen Makel wettzumachen.

3.4.1 Zwischenbilanz

Der Entscheid zugunsten eines Elektroautos wird primär mit Umweltaspekten begründet. Gegen Elektroautos argumentiert wird mit finanziellen Gründen, der geringen Reichweite und der geringen Dichte an Stromtankstellen.

Das Bild wird durch den Argumententest bestätigt: Elektroautos gelten als umweltschonend, passend zu einem modernen Lebensstil und eine geringere Lärmquelle als Verbrennungsmotoren. Umstritten ist, ob sie bezüglich Leistung mit Verbrennungsmotoren mithalten können. Zudem hält nur eine Minderheit das heutige Angebot für genügend breit.

Klare Mehrheiten halten das Elektro-Tankstellennetz für zu wenig dicht und die Reichweite der Batterien für zu gering. Zudem sind fast zwei Drittel der Meinung, dass Elektroautos teurer sind als Auto mit Verbrennungsmotor. Knapp absolute Mehrheiten hegen Zweifel, dass Elektroautos mit Strom aus nicht-erneuerbaren Quellen umweltschonender sein sollen und bemängeln die lange Ladezeit der Batterien. Dass Elektroautos weniger sicher als herkömmliche Autos sein sollen, wird nur von 12 Prozent bestätigt.

Die stärkste, positive Wirkung auf den individuellen Kaufentscheid weist der moderne Lebensstil auf: Wer Elektroautos passend für einen modernen Lebensstil hält, würde sich mit höherer Wahrscheinlichkeit ein Elektroauto kaufen. Ebenfalls spricht für den Kauf, dass Elektroautos umweltschonender als Autos mit Verbrennungsmotor sind. Zu einem Elektroauto neigt zudem, wer Elektroautos für gleich leistungsfähig hält. Hauptkritikpunkt, der gegen den Kaufentscheid wirkt, ist die lange Ladezeit.

Mit den Argumenten kann auch die Unterstützung der Investition durch den Stromanbieter erklärt werden, wobei die Umweltaspekte eine stärkere Rolle spielen.

3.5 Dienstleistungen

Grundsätzlich halten klare Mehrheiten alle abgefragten Dienstleistungen für nützlich:

Grafik 31

Nützlichkeit Dienstleistungen Elektromobilität

"Ich nenne Ihnen nun einige Dienstleistungen rund um Elektromobilität. Sagen Sie mir jeweils, ob Sie diese Dienstleistung sehr nützlich, eher nützlich, eher nicht nützlich oder überhaupt nicht nützlich finden, wenn es sie in Ihrer Nähe gäbe."

Ladestation beim eigenen Parkplatz "eine Ladestation beim eigenen Parkplatz"

Elektro-Tankstellen "ein dichtes Netz von Elektro-Tankstellen"

Schnellladestationen "Schnellladestationen"

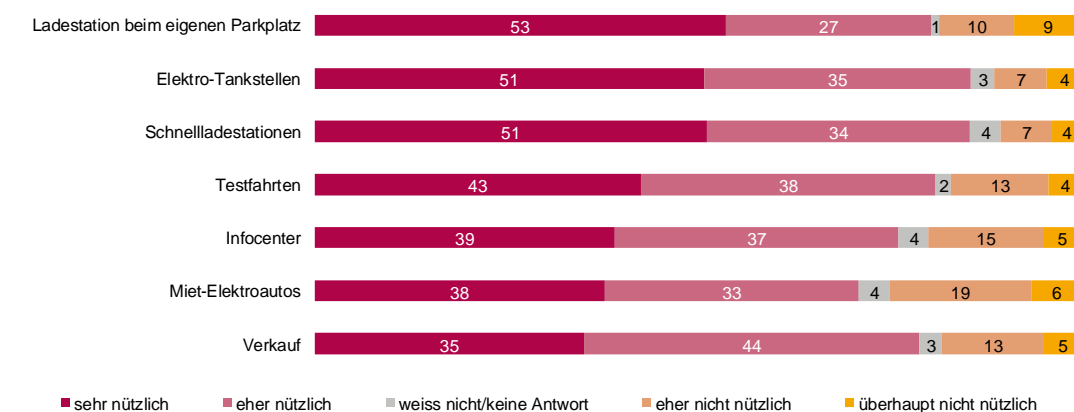
Testfahrten "ein Angebot für Testfahrten mit Elektroautos"

Infocenter "ein Infocenter, an dem man verschiedene E-Mobile ausprobieren kann, Informationen erhält und das gewünschte Fahrzeug gleich bestellen kann"

Miet-Elektroautos "ein Angebot mit Elektroautos zum Mieten"

Verkauf "eine Auto-Garage, die Elektroautos verkauft"

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

Jeweils finden über 70 Prozent die Dienstleistungen für sehr oder eher nützlich, weshalb in der Interpretation vor allem auf die Unterschiede zwischen den Anteilen "sehr nützlich" gelegt wird. Trotz der hohen Nützlichkeitszuschreibungen zu allen Dienstleistungen kann nicht geschlossen werden, dass diese individuell auch genutzt würden. Ähnlich wie bei der Investition durch den Stromanbieter im Vergleich zum individuellen Kaufentscheid ist davon auszugehen, dass die Nutzungszahlen der Dienstleistungen in der Praxis deutlich tiefer wären, als ein erster Blick auf die Befragungsergebnisse vermuten liessen.

Knapp absolut mehrheitlich werden Ladestationen beim eigenen Parkplatz (53% sehr nützlich), ein dichtes Netz von Elektro-Tankstellen und Schnellladestationen (je 51%) als sehr nützlich empfunden. Alle drei Dienstleistungen drehen sich direkt um das Aufladen der Batterie, was ein mehrheitlich wahrgenommenes und wirksames Problem ist.

Eine Ladestation am eigenen Parkplatz wird im Kanton Aargau (58%), von BewohnerInnen und Bewohnern eines Einfamilienhauses (59%), 40- bis 64-Jährigen sowie Einkommensklassen über 7'000 Franken (64%) verstärkt gewünscht. Einkommen über 9'000 Franken (61%) sowie 40- bis 64-Jährige fordern überdurchschnittlich auch ein dichtes Elektro-Tankstellennetz. Schnellladestationen wünschen sich eher Haushalte mit Kindern (54%) und Personen mit einem Fahrausweis (52%).

Weniger dezidierte Unterstützung erhalten Angebote für Testfahrten mit Elektroautos (43%), ein Infocenter inklusive Testfahrten und Fahrzeugbestellung (39%), Elektroautos zum Mieten (38%) und eine Auto-Garage, die Elektroautos verkauft (35%).

Alle diese vier Dienstleistungen werden von Frauen überdurchschnittlich gewünscht (Testfahrten 50%, Infocenter 45%, Miet-Elektroautos 42%, Verkauf

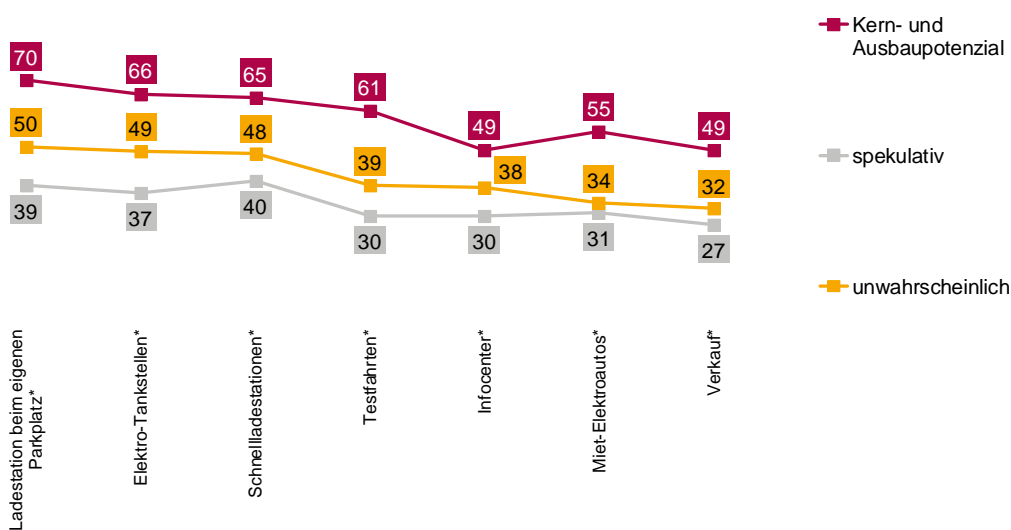
40%). Testfahrten (48%), ein Infocenter (44%) oder Verkaufsstellen (42%) können sich Wohneigentümerinnen und –eigentümer eher vorstellen. Testfahrten (51%), Verkaufsstellen (42%), aber auch Mietautos (45%) sind bei den 40- bis 64-Jährigen eher beliebt, während das Infocenter vor allem die Altersgruppe zwischen 65 und 75 anspricht (55%). Personen, die heute kein Auto besitzen, wünschen sich mehrheitlich Testfahrten (51%) und Miet-Elektroautos (52%). Letztere sind zudem gerade in Basel-Stadt (47%) und bei Haushalten mit Kindern (43%) beliebter.

Grafik 32

Nützlichkeit Dienstleistungen Elektromobilität nach Potenzial

"Ich nenne Ihnen nun einige Dienstleistungen rund um Elektromobilität. Sagen Sie mir jeweils, ob Sie diese Dienstleistung sehr nützlich, eher nützlich, eher nicht nützlich oder überhaupt nicht nützlich finden, wenn es sie in Ihrer Nähe gäbe."

in % EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren, Anteil sehr nützlich



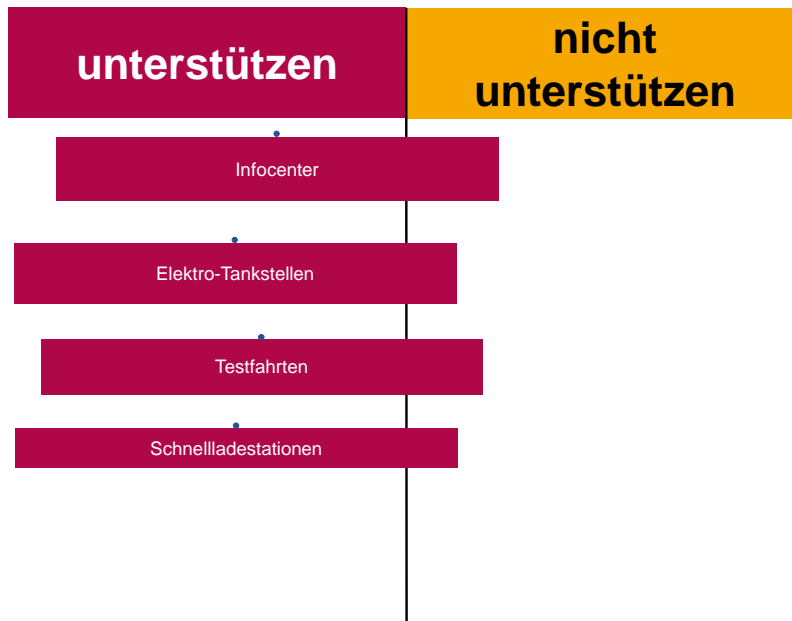
© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), *sig.

Untersucht man das Kern- und das Ausbaupotenzial, zeigt sich eine höhere Zustimmung zu allen sieben Dienstleistungen. Es werden vor allem Services rund um den Ladeprozess wie Ladestationen beim eigenen Parkplatz (70%), Elektro-Tankstellen (66%) oder Schnellladestationen (65%) gewünscht. Hohe Nützlichkeit wird zudem Testfahrten zugeschrieben (61%). Miet-Elektroautos finden 55 Prozent sehr nützlich, ein Infocenter und Verkaufsstellen knapp weniger als die Hälfte (je 49%).

Regressionsanalyse Unterstützung Investition Elektro- mobilität nach Nützlichkeit Dienstleistungen Elektromobilität

"Angenommen Ihr Stromanbieter würde in Elektromobilität investieren, würden Sie diese Idee voll unterstützen, eher unterstützen, eher nicht unterstützen oder überhaupt nicht unterstützen?"

EinwohnerInnen der Kantone BS, BL und AG zwischen 18 und 75 Jahren



© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806), gewichtet, $R^2 = .161$

Wenn wir die Wirksamkeit der Dienstleistungen auf die Unterstützung der Investition des Stromanbieters untersuchen, sehen wir vier Dienstleistungen mit ähnlicher Wirkungskraft, nämlich einerseits Elektro-Tankstellen und Schnellladestationen als wirksame Dienstleistungen. Auf der anderen Seite sind Infocenter (bei denen Elektroautos ausprobiert werden können) und Elektroauto-Testfahrten wirksam. Daraus abgeleitet kann vermutet werden, dass vor allem Services beim Aufladen der Batterie geschätzt würden, andererseits das Ausprobieren von Elektroautos eine Hemmschwelle abbauen könnte.

Keine Wirkung auf Unterstützung der Investition entfachen die Vermietung und der Verkauf von Elektroautos – Dienstleistungen, die vermutlich eher beim klassischen Auto-Handel und -Vermietung angesiedelt wird. Das gilt ebenso für die Ladestation am eigenen Parkplatz, was eher in die Kompetenz des Eigentümers oder der Eigentümerin des Parkplatzes fällt.

Insgesamt lassen sich mit den vier wirksamen Dienstleistungen 16 Prozent der Unterstützung der Investition in Elektromobilität durch den Stromanbieter erklären.

3.5.1 Zwischenbilanz

Grundsätzlich halten klare Mehrheiten alle abgefragten Dienstleistungen für nützlich: Knapp absolut mehrheitlich werden Ladestationen beim eigenen Parkplatz, ein dichtes Netz von Elektro-Tankstellen und Schnellladestationen als sehr nützlich empfunden. Alle drei Dienstleistungen drehen sich direkt um das Aufladen der Batterie, was ein mehrheitlich wahrgenommenes und wirksames Problem ist.

Weniger dezidierte Unterstützung erhalten Angebote für Testfahrten mit Elektroautos, ein Infocenter, Elektroautos zum Mieten und eine Auto-Garage, die Elektroautos verkauft.

4 Synthese

Die Erkenntnisse aus der Befragung lassen sich in sechs Thesen zusammenfassen:

These 1

Elektromobilität im Individualverkehr wird auf absehbare Zeit bei gleichbleibender Bedürfnisstruktur ein Nischenmarkt bleiben.

Bei allen Überlegungen, ob und wie man als Elektrizitätsunternehmen in Elektromobilität investieren soll, muss man sich vergegenwärtigen, dass Elektroautos nur einen kleinen Marktanteil einnehmen werden. Aufgrund der Datenlage schätzen wir das Kernpotenzial auf 4 Prozent, was insgesamt wenig ist, im Vergleich zum heutigen Anteil (ein halbes Promille) jedoch ein klares Wachstum darstellt. Als Kernpotenzial eruieren wir alle, die schon heute angeben, bei einem hypothetischen Autokauf sehr wahrscheinlich ein Elektroauto zu kaufen, und auch heute schon ein Auto besitzen und selber Auto fahren können.

Im besten Fall besteht sogar ein Ausbaupotenzial um bis zu 19 Prozent. Hierzu müssten auch diejenigen, die heute keine aktiven Automobilistinnen und Automobilisten sind oder nur mit Vorbehalt ein Elektroauto kaufen würden, hinzugewonnen werden. Dies wird aber nur dann geschehen, wenn alle Akteure sich auf Elektromobilität fokussieren und die vorhandenen Nachteile von Elektroautos aus der Welt schaffen.

Personen, die heute kein Auto besitzen, sind gegenüber Elektromobilität zwar aufgeschlossener, allerdings stünde für sie ein Elektroauto in Konkurrenz zu anderen Verkehrsarten. Ein Elektroauto müsste genügend Vorteile bieten, um sie vom öffentlichen und dem Langsamverkehr auf den motorisierten Individualverkehr wechseln zu lassen, gleichzeitig aber auch die Gründe beseitigen, die sie heute vom Kauf eines Autos (mit Verbrennungsmotors) abhält.

So oder so ist auf absehbare Zeit kein Ende des Verbrennungsmotors im Individualverkehr zu erwarten, sofern die Bedürfnisstruktur längerfristig relativ stabil bleibt..

Trotzdem bieten gerade Nischen Märkte, die noch von keinen anderen Wettbewerbern bearbeitet wird. Durch einen frühen Einstieg in den Markt kann man sich gegenüber den anderen Wettbewerbern einen Vorteil erarbeiten.

These 2

Gutverdienende mittleren Alters mit Wohneigentum sind Elektromobilität am stärksten zugeneigt.

Soziodemographisch zeigen sich bestimmte Gruppen, welche Elektromobilität generell stärker zugeneigt sind und sich den Kauf eines Elektroautos eher vorstellen könnten. Zunächst handelt es sich dabei um Haushalte mit höheren Einkommen. Das erstaunt nicht, da Elektroautos heute aufgrund der Batterien meist noch teurer als Autos mit Verbrennungsmotoren sind und dies auch von der Bevölkerung so wahrgenommen wird.

Weiter sind Wohneigentümerinnen und Wohneigentümer stärker für Elektromobilität. Das beruht einerseits darauf, dass ein hohes Einkommen häufig mit Wohneigentum einhergeht. Andererseits ist aber gerade bei den Mieterinnen und Mietern eine überdurchschnittliche Verunsicherung zu spüren, die vermutlich mit der Lademöglichkeit beim Parkplatz vor der eigenen Haustür zusammenhängt. Hierbei sind sie von ihrer Vermieterinnen oder ihrem Vermietern abhängig, während Eigentümerinnen und Eigentümer selber nachrüsten können.

Überdurchschnittlich handelt es sich dabei (hohe Einkommen, Wohneigentum) um Personen zwischen 40 und 64. Entsprechend ist in dieser Alterskohorte die Unterstützung für Investitionen in Elektromobilität seitens des eigenen Stromanbieters als auch für den Kauf eines Elektroautos am grössten. Ab 65 nimmt die Bereitschaft ab, während die junge Alterskohorte sichtbar weniger weit in der Entscheidungsfindung ist.

Interessanterweise sind die Unterschiede zwischen den Kantonen sowie zwischen Stadt und Land gering. Zwar gibt es im heutigen Mobilitätsverhalten sichtbare Unterschiede – mehr Autos und Autoverkehr auf dem Land, mehr ÖV und Langsamverkehr in der Stadt, vor allem in Basel-Stadt –, aber Elektromobilität wird überall sehr ähnlich bewertet.

These 3

Elektroautos sind Lifestyle-Produkte.

Potenzielle Käuferinnen und Käufer von Elektroautos begründen ihre Absicht primär mit ökologischen Motiven. Der Umweltschutz ist ein Unterscheidungsmerkmal zwischen denjenigen, die ein Elektroauto wahrscheinlich kaufen würden und den anderen. Allerdings liegt der Hauptunterschied darin, ob Elektroautos als zu einem modernen Lebensstil passend gelten oder nicht. Wer dieser Aussage zustimmt, würde sich wahrscheinlicher für ein Elektroauto entscheiden. Elektroautos werden eher als Lifestyle-Produkt gesehen und erst nachrangig, um damit etwas für die Umwelt zu tun.

These 4

Investitionen von Elektrizitätsunternehmen in Elektromobilität sind akzeptiert und bergen Imagepotenziale.

Für den Autokauf spielt der Umweltschutz eine untergeordnete Rolle. Wenn es aber darum geht, dass ein Elektrizitätsunternehmen in Elektromobilität investiert, gewichten die Befragten Umweltkriterien höher – gleichrangig mit einem modernen Lebensstil. Bei der individuellen Entscheidung für oder gegen ein Elektroauto spielen individuelle Nachteile eine grössere Rolle.

Entsprechend unterstützt die Mehrheit die Idee, dass ihr Stromanbieter in Elektromobilität investiert, ohne dass sie in Betracht ziehen, selber ein Elektroauto zu kaufen.

Für ein Unternehmen bietet sich die Möglichkeit der Imagepflege. Durch den Einsatz in Elektromobilität kann es sich ein modernes und umweltfreundliches Image geben.

These 5

Nach Informationen zu Elektromobilität wird im Internet gesucht, jedoch nicht bei Elektrizitätsunternehmen. Elektromobilität wird stärker mit "Mobilität" als mit "Elektro" in Verbindung gebracht.

Informationen zu Elektromobilität würden die Befragten zunächst im Internet suchen und sich dann an eine Auto-Garage wenden. Dass der Stromanbieter ebenfalls eine Informationsquelle sein kann, kommt spontan nur kleinen Minderheiten in den Sinn. Für das Engagement der EBL kann es eine Hürde sein, dass in der Bevölkerung Elektromobilität vor allem mit "Mobilität" assoziiert wird, während die EBL als Vertreterin des Bereichs "Elektro" nicht als logische Ansprechpartnerin gesehen wird.

Entsprechend müsste ein Engagement gerade auch im Internet präsent sein und als eine der ersten Anlaufstellen bei der Informationssuche dienen.

These 6

Ein kritischer Punkt der Elektromobilität ist der Ladeprozess. Hier könnte ein Elektrizitätsunternehmen sinnvolle Dienstleistungen anbieten.

Im Moment gibt es noch viele Kritikpunkte an der Elektromobilität, wie den hohen Kosten und dem zu wenig breiten Angebot. Wirksam gegen den Kauf eines Elektroautos ist zurzeit vor allem die lange Ladezeit der Batterien. Die geringe Reichweite der Batterien ist ein zusätzlicher Grund.

Entsprechend werden vor allem Dienstleistungen rund um den Ladeprozess als sehr nützlich angesehen, wie Ladestationen am eigenen Parkplatz, ein dichtes Netz an Elektro-Tankstellen und Schnellladestationen. Wenn man vor allem den Fokus nur auf das eruierte Kern- und Ausbaupotenzial legt, sind diese Services am gefragtesten. Tendenziell gilt dies auch für Testfahrten mit Elektroautos.

Gerade Eigentümerinnen und Eigentümer von Mehrfamilienhäusern können ihren Mieterinnen und Mietern in Zusammenarbeit mit einem Elektrizitätsunternehmen Ladestationen vor Ort anbieten und damit bei diesen ihr Image verbessern.

5 Anhang

5.1 gfs.bern-Team



LUKAS GOLDER

Senior Projektleiter, Mitglied der Geschäftsleitung, Politik- und Medienwissenschaftler, MAS FH in Communication Management

Schwerpunkte:

Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen/Medienwirkungsanalysen, Jugendforschung und gesellschaftlicher Wandel, Abstimmungen, Wahlen, Modernisierung des Staates, Gesundheitspolitische Reformen.

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und auf dem Internet



JONAS PHILIPPE KOCHER

Projektleiter, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte:

Analyse politischer Themen und Issues, Abstimmungen und Wahlen, Kampagnenvorbereitung und -begleitung, Gesellschaftsthemen, Integrierte Kommunikationsanalysen, Medieninhaltsanalysen, Hochrechnungen, Feldaufträge



STEPHAN TSCHÖPE

Leiter Analyse und Dienste, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte:

Koordination Dienstleistungen, komplexe statistische Datenanalytik, EDV- und Befragungs-Programmierungen, Hochrechnungen, Parteien- und Strukturanalysen mit Aggregatdaten, Integrierte Kommunikationsanalysen, Visualisierung



MEIKE MÜLLER

Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Soziologin und Medienwissenschaftlerin

Schwerpunkte:

Datenanalyse, Programmierungen, Integrierte Kommunikationsanalysen, Qualitative Datenanalysen, Koordination Dienstleistungen, Medienanalysen, Recherchen, Visualisierungen



PHILIPPE ROCHAT

Datenanalytiker, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte:

Datenanalyse und Datenbanken, Programmierungen, Integrierte Kommunikationsanalysen, Medienanalysen, Recherchen, Visualisierungen, Hochrechnungen



CLOÉ JANS

Projektassistentin, Politikwissenschaftlerin

Schwerpunkte:

Recherchen, Referatsunterstützung, Lehrassistenz, Datenanalyse, Programmierungen, Medienanalysen, Visualisierungen



JOHANNA LEA SCHWAB

Sekretariat und Administration, Kauffrau EFZ

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration

gfs.bern
Hirschengraben 5
Postfach 6323
CH – 3001 Bern
Telefon +41 31 311 08 06
Telefax +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch



**SCHWEIZER
MARKTFORSCHUNG**

Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym

gfs.bern
Menschen. Meinungen. Märkte.