

Kommunikationsoptionen vorhanden – Marktpotenzial beschränkt



Wichtiges in Kürze

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

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

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

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.

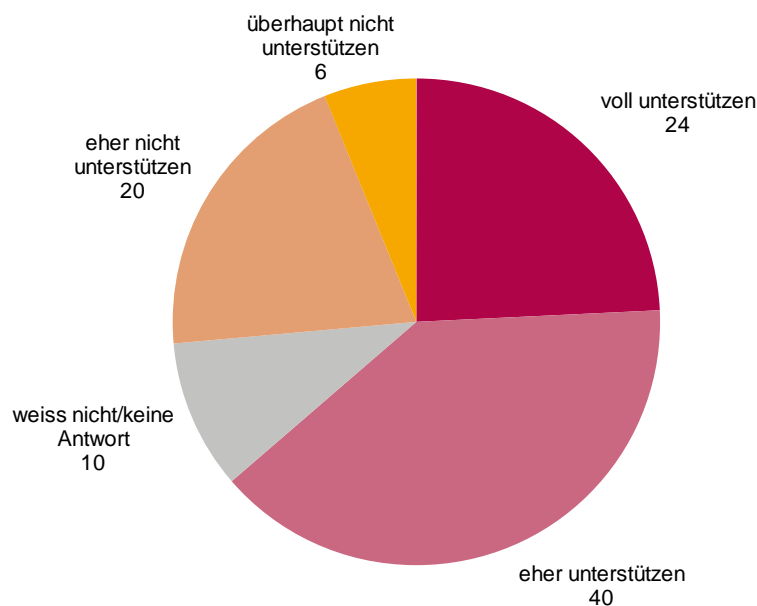
Nicht ganz zwei Drittel unterstützen die Idee vollständig oder eher, dass ihr Stromanbieter in Elektromobilität investieren würde. Gut ein Viertel ist mehr oder weniger dezidiert anderer Meinung. Überdurchschnittlich für eine solche Investition sind Personen, die kein Auto besitzen, die über ein hohes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



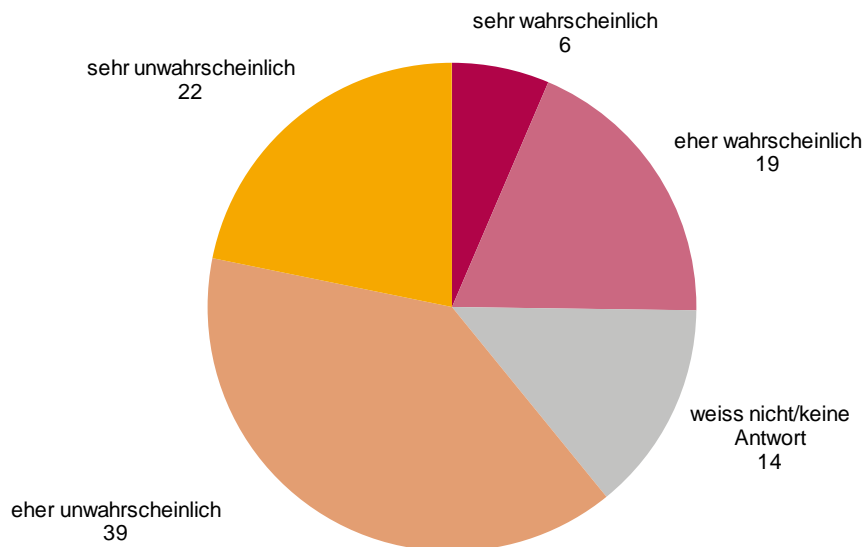
© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

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.

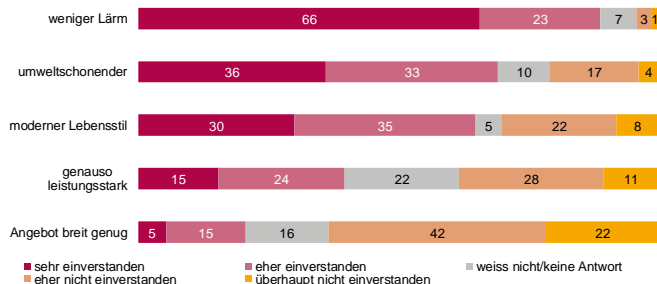
Grafik 3

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



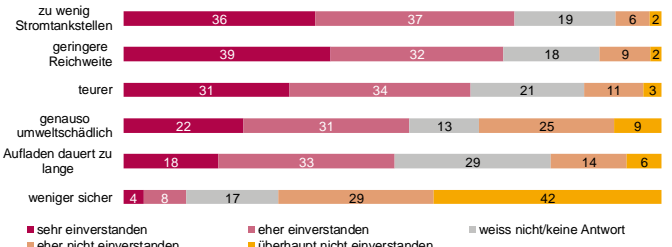
© gfs.bern, E-Mobilität EBL, Oktober 2014 (N = 806)

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.

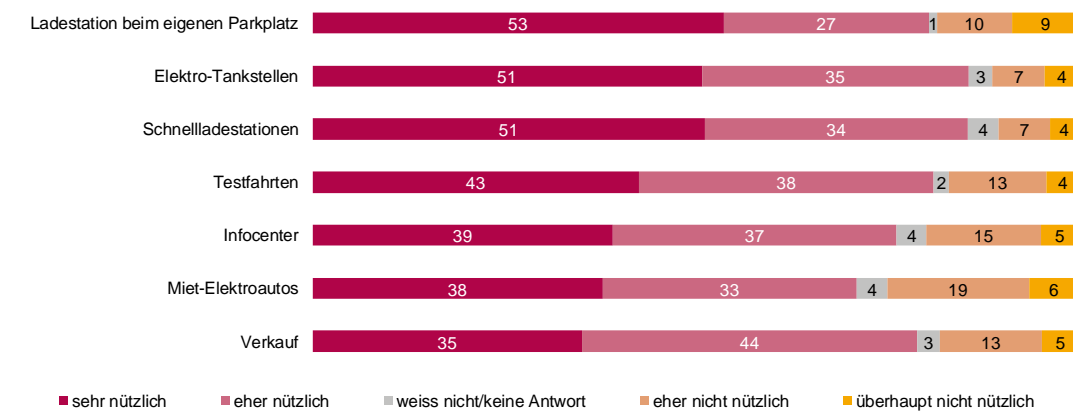
Grafik 4

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.

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.

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

Anhang

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

